

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN HAK CIPTA	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
DALIL-DALIL	xxii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Struktur Organisasi Disertasi.....	10

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	12
2.1.1. Konsep Loyalitas Mahasiswa	12
2.1.1.1. Definisi Loyalitas Mahasiswa.....	13
2.1.1.2. Dimensi Loyalitas Mahasiswa	14
2.1.2. Konsep Kepercayaan Mahasiswa	19
2.1.2.1. Definisi Kepercayaan Mahasiswa.....	20
2.1.2.2. Dimensi Kepercayaan Mahasiswa	21
2.1.3. Konsep Kepuasan Mahasiswa	23
2.1.3.1. Definisi Kepuasan Mahasiswa.....	24
2.1.3.2. Dimensi Kepuasan Mahasiswa	25
2.1.4. Konsep Citra Perguruan Tinggi	26
2.1.4.1. Definisi Citra Perguruan Tinggi	28

Muji Gunarto, 2018

MODEL CO-CREATION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.4.2. Dimensi Citra Perguruan Tinggi.....	29
2.1.5. Konsep Nilai Pengalaman.....	30
2.1.5.1. Definisi Nilai Pengalaman	31
2.1.5.2. Dimensi Nilai Pengalaman	33
2.1.6. Konsep <i>Co-creation</i>	34
2.1.6.1. Definisi <i>Co-creation</i>	36
2.1.6.2. Dimensi <i>Co-creation</i>	39
2.1.7. Penelitian terdahulu tentang Loyalitas Mahasiswa.....	40
2.1.8. Hubungan antar Variabel.....	61
2.1.8.1. Hubungan antara <i>Co-creation</i> dengan Nilai Pengalaman	61
2.1.8.2. Hubungan antara <i>Co-creation</i> dengan Citra Perguruan Tinggi	62
2.1.8.3. Hubungan antara <i>Co-creation</i> dengan Kepuasan Mahasiswa	62
2.1.8.4. Hubungan antara <i>Co-creation</i> dengan Kepercayaan Mahasiswa	63
2.1.8.5. Hubungan antara <i>Co-creation</i> dengan Loyalitas Mahasiswa	

.....	
64	
2.1.8.6. Hubungan antara Nilai Pengalaman dengan	
Kepuasan	
Mahasiswa	
.....	
65	
2.1.8.7. Hubungan antara Citra Perguruan Tinggi	
dengan	Kepuasan
Mahasiswa	
.....	
66	
2.1.8.8. Hubungan antara Citra Perguruan Tinggi	
dengan	Kepercayaan
Mahasiswa	
.....	
67	
2.1.8.9. Hubungan antara Citra Perguruan Tinggi	
dengan	Loyalitas
Mahasiswa	
.....	
68	
2.1.8.10. Hubungan antara Kepuasan Mahasiswa	
dengan	Kepercayaan
Mahasiswa	
.....	
69	
2.1.8.11. Hubungan antara Kepuasan Mahasiswa	
dengan	Loyalitas
Mahasiswa	

.....	69
2.1.8.12. Hubungan antara Kepercayaan dengan Loyalitas Mahasiswa
.....	70
2.1.9. <i>State of The Art</i>	72
2.2. Kerangka Pemikiran
.....	73
2.3. Premis Penelitian
.....	79
2.4. Hipotesis Penelitian.....
.....	80

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	81
3.2. Partisipan Penelitian	82
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	82
3.4. Definisi dan Operasional Variabel	85
3.5. Jenis dan Sumber Data	89
3.6. Instrumen Penelitian.....	89
3.6.1. Hasil Uji Validitas Instrumen	90
3.6.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	94
3.7. Teknik Analisis Data	95

3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	95
3.7.2. Analisis Statistik Inferensial dengan Model Persamaan Struktural (SEM)	95

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Sumatera Selatan	104
4.2. Profil Responden	105
4.3. Hasil Analisis Deskriptif	108
4.3.1. Deskripsi Variabel <i>Co-creation</i>	108
4.3.2. Deskripsi Variabel Nilai Pengalaman.....	111
4.3.3. Deskripsi Variabel Citra Perguruan Tinggi	114
4.3.4. Deskripsi Variabel Kepuasan Mahasiswa	116
4.3.5. Deskripsi Variabel Kepercayaan Mahasiswa	119
4.3.6. Deskripsi Variabel Loyalitas Mahasiswa	

.....	121
4.4. Hasil Analisis Model Persamaan Struktural (SEM).....	124
4.4.1. Hasil Analisis Model Pengukuran	
.....	124
4.4.1.1. Hasil Analisis Model Pengukuran pada Variabel <i>Co-creation</i>	
.....	126
4.4.1.2. Hasil Analisis Model Pengukuran pada Variabel Pengalaman	Nilai
.....	130
4.4.1.3. Hasil Analisis Model Pengukuran pada Variabel Citra Perguruan Tinggi	
.....	135
4.4.1.4. Hasil Analisis Model Pengukuran pada Variabel Kepuasan Mahasiswa	
.....	139
4.4.1.5. Hasil Analisis Model Pengukuran pada Variabel Kepercayaan Mahasiswa	

.....	143
4.4.1.6. Hasil Analisis Model Pengukuran pada Variabel Loyalitas Mahasiswa	147
.....	147
4.4.2. Hasil Analisis Model Struktural pada <i>Full Model</i>	151
4.4.2.1. Hasil Analisis Model <i>Co-creation</i> terhadap Nilai Pengalaman Mahasiswa	157
.....	157
4.4.2.2. Hasil Analisis Model <i>Co-creation</i> terhadap Citra Perguruan Tinggi	158
.....	158
4.4.2.3. Hasil Analisis Model <i>Co-creation</i> , Nilai Pengalaman dan Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan Mahasiswa	159
.....	159
4.4.2.4. Hasil Analisis Model <i>Co-creation</i> , Kepuasan Mahasiswa, dan Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepercayaan Mahasiswa	160
.....	160

4.4.2.5. Hasil Analisis Model <i>Co-creation</i> , Kepuasan Mahasiswa, Kepercayaan Mahasiswa dan Citra Perguruan Tinggi terhadap Loyalitas Mahasiswa	
.....	
	162
4.4.3. Hasil Analisis Efek Intervening.....	167
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	170
4.5.1. Gambaran <i>Co-creation</i> , Nilai Pengalaman, Citra Perguruan Tinggi, Kepuasan Mahasiswa, Kepercayaan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa	
.....	
	171
4.5.2. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Nilai Pengalaman Mahasiswa	
.....	
	174
4.5.3. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Citra Perguruan Tinggi	
.....	
	175
4.5.4. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa	
.....	
	176
4.5.5. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Kepercayaan Mahasiswa	
.....	
	177

4.5.6. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Loyalitas Mahasiswa	178
4.5.7. Pengaruh Nilai Pengalaman terhadap Kepuasan Mahasiswa	178
4.5.8. Pengaruh Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan Mahasiswa	179
4.5.9. Pengaruh Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepercayaan Mahasiswa	179
4.5.10. Pengaruh Citra Perguruan Tinggi terhadap Loyalitas Mahasiswa	180
4.5.11. Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Kepercayaan Mahasiswa	181
4.5.12. Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Loyalitas Mahasiswa	182

4.5.13. Pengaruh Kepercayaan Mahasiswa terhadap Loyalitas Mahasiswa	183
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	183
4.7. <i>Novelty</i> Penelitian.....	188
4.8. Keterbatasan Penelitian	190
BAB V. SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	
5.1. Simpulan.....	192
5.2. Implikasi	196
5.3. Rekomendasi	198
DAFTAR PUSTAKA	202

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah calon mahasiswa Baru PTN dan PTS di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2015/2016	2
Tabel 2.1. Sintesis definisi untuk Loyalitas Mahasiswa (<i>Student Loyalty</i>)	15
Tabel 2.2. Rangkuman Penelitian Loyalitas Mahasiswa di Beberapa Negara	45

Tabel 2.3.	Matrik Hubungan antar Variabel	47
Tabel 2.4.	Rangkuman Penelitian terdahulu tentang Loyalitas Mahasiswa	49
Tabel 3.1.	Perbandingan tingkat respons survey manual dengan survey online	83
Tabel 3.2.	Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian	85
Tabel 3.3.	Definisi Operasional Variabel	86
Tabel 3.4.	Hasil uji Validitas Variabel <i>Co-creation</i>	91
Tabel 3.5.	Hasil uji Validitas Variabel Nilai Pengalaman	91
Tabel 3.6.	Hasil uji Validitas Variabel Citra Perguruan Tinggi	92

Tabel 3.7.	Hasil uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa	92
Tabel 3.8.	Hasil uji Validitas Variabel Kepercayaan Mahasiswa	93
Tabel 3.9.	Hasil uji Validitas Variabel Loyalitas Mahasiswa	93
Tabel 3.10.	Hasil uji Reliabilitas Instrumen	95
Tabel 3.11.	Sintaks yang digunakan dalam Bahasa LISREL	98
Tabel 3.12.	Beberapa Kriteria <i>Goodness-of-fit Index</i> .	101
Tabel 4.1.	Jumlah PTS dan Program Studi di Kopertis Wilayah II	104
Tabel 4.2.	Sebaran PTS di Provinsi Sumatera Selatan	

	105
Tabel 4.3.	Kriteria Capaian Persepsi Responden pada Analisis Deskriptif
	108
Tabel 4.4.	Jawaban Responden pada Variabel <i>Co-Creation</i>
	108
Tabel 4.5.	Distribusi frekuensi jawaban responden pada Variabel <i>Co-Creation</i>
	110
Tabel 4.6.	Hubungan Profil Responden dengan <i>Co-creation</i>
	110
Tabel 4.7.	Jawaban Responden pada Variabel Nilai Pengalaman
	111
Tabel 4.8.	Distribusi frekuensi jawaban responden pada Variabel Nilai Pengalaman
	112
Tabel 4.9.	Hubungan Profil Responden dengan Nilai Pengalaman
	113

Tabel 4.10. Jawaban Responden pada Variabel Citra Perguruan Tinggi
	114
Tabel 4.11. Distribusi frekuensi jawaban responden pada Citra Perguruan Tinggi
	115
Tabel 4.12. Hubungan Profil Responden dengan Citra Perguruan Tinggi
	115
Tabel 4.13. Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Mahasiswa
	116
Tabel 4.14. Distribusi frekuensi jawaban responden pada Kepuasan Mahasiswa
	117
Tabel 4.15. Hubungan Profil Responden dengan Kepuasan Mahasiswa
	118
Tabel 4.16. Jawaban Responden pada Variabel Kepercayaan Mahasiswa
	119
Tabel 4.17. Distribusi frekuensi jawaban responden pada Variabel Kepercayaan	

	
	120	
Tabel 4.18.	Hubungan Profil Responden dengan Kepercayaan Mahasiswa
	121	
Tabel 4.19.	Jawaban Responden pada Variabel Loyalitas Mahasiswa
	122	
Tabel 4.20.	Distribusi frekuensi jawaban responden pada Loyalitas Mahasiswa
	123	
Tabel 4.21.	Hubungan Profil Responden dengan Loyalitas Mahasiswa
	124	
Tabel 4.22.	Nilai <i>Faktor Loading</i> dan Nilai Reliabilitas Model Awal <i>Co-creation</i>
	126	
Tabel 4.23.	Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) Model Awal <i>Co-creation</i>
	127	
Tabel 4.24.	Nilai Faktor Loading dan Nilai Reliabilitas Model Akhir <i>Co-creation</i>
	129	

Tabel 4.25. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) Model Akhir <i>Co-creation</i>
	129
Tabel 4.26. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Awal Nilai Pengalaman
	131
Tabel 4.27. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Awal Nilai Pengalaman
	132
Tabel 4.28. Nilai Faktor Loading dan Nilai Reliabilitas Model Akhir Nilai Pengalaman
	133
Tabel 4.29. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Akhir Nilai Pengalaman
	134
Tabel 4.30. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Awal Citra Perguruan Tinggi
	136
Tabel 4.31. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Awal Citra Perguruan Tinggi
	136

Tabel 4.32. Nilai Faktor Loading dan Nilai Reliabilitas Model Akhir Citra Perguruan Tinggi
	138
Tabel 4.33. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Akhir Citra Perguruan Tinggi
	138
Tabel 4.34. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Awal Kepuasan Mahasiswa
	140
Tabel 4.35. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Awal Kepuasan Mahasiswa
	140
Tabel 4.36. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Akhir Kepuasan
	142
Tabel 4.37. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Akhir Kepuasan Mahasiswa
	142
Tabel 4.38. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Awal Kepercayaan Mahasiswa
	144

Tabel 4.39. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Awal Kepercayaan Mahasiswa	144
Tabel 4.40. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Akhir Kepercayaan Mahasiswa	146
Tabel 4.41. Hasil <i>Goodness of Fit</i> pada Model Akhir Kepercayaan Mahasiswa	146
Tabel 4.42. Nilai Faktor Loading dan Nilai Reliabilitas Model Awal Loyalitas	148
Tabel 4.43. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Awal Loyalitas Mahasiswa	148
Tabel 4.44. Nilai Faktor Loading dan Reliabilitas Model Akhir Loyalitas Mahasiswa	150
Tabel 4.45. Hasil <i>Goodness of Fit</i> (GOF) pada Model Akhir Loyalitas Mahasiswa	150
Tabel 4.46. Hasil Pengujian Hubungan Antar Variabel Laten.	

	
	155	
Tabel 4.47. Besaran Pengaruh Tidak Langsung Variabel		
Laten	
	163	
Tabel 4.48. Besaran Pengaruh		
Total	
	165	
Tabel 4.49. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Tiap		
Hubungan	
	167	
Tabel 4.50. Capaian Persepsi Masing-masing		
Variabel	
	171	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Rekapitulasi pendaftar SNMPTN di Indonesia	1
Gambar 2.1. Model Kepercayaan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi	22
Gambar 2.2. Siklus Belajar Kolb (1984)	31
Gambar 2.3. Bangunan blok interaksi untuk nilai <i>co- creation</i>	36

Muji Gunarto, 2018
MODEL CO-CREATION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA PERGURUAN
TINGGI SWASTA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 2.4.	Model Loyalitas Menurut Hennig-Thurau, Langer, & Hansen (2001)	41
Gambar 2.5.	Model Loyalitas Menurut Brown & Mazzarol (2006)	41
Gambar 2.6.	Model Loyalitas Mahasiswa Menurut (Helgesen & Nasset, 2007a)	42
Gambar 2.7.	Model Loyalitas Mahasiswa oleh (Alves & Raposo, 2007a)	42
Gambar 2.8.	Model Loyalitas Mahasiswa oleh (Alves & Raposo, 2007b)	43
Gambar 2.9.	Model Loyalitas Mahasiswa oleh (Rojas-Méndez et al., 2009)	43
Gambar 2.10.	Model Loyalitas Mahasiswa oleh (Bergamo et al., 2012)	44
Gambar 2.11.	Model Loyalitas Mahasiswa oleh (Taecharungroj, 2014)		

	44
Gambar 2.12.	Model Loyalitas Mahasiswa oleh (Aritonang R., 2014)
		45
Gambar 2.13.	Hubungan antara <i>Co-creation</i> dan nilai pengalaman
		61
Gambar 2.14.	Hubungan antara <i>Co-creation</i> dan citra perguruan tinggi
		62
Gambar 2.15.	Hubungan antara <i>co-creation</i> dan kepuasan mahasiswa
		63
Gambar 2.16.	Hubungan antara <i>co-creation</i> dan kepercayaan mahasiswa
		64
Gambar 2.17.	Hubungan antara <i>co-creation</i> dan loyalitas mahasiswa
		65
Gambar 2.18.	Hubungan antara nilai pengalaman dan kepuasan mahasiswa
		66

Gambar 2.19.	Hubungan antara citra perguruan tinggi dan kepuasan mahasiswa	66
Gambar 2.20.	Hubungan antara citra perguruan tinggi dan kepercayaan mahasiswa	67
Gambar 2.21.	Hubungan antara citra perguruan tinggi dan loyalitas mahasiswa	68
Gambar 2.22.	Hubungan antara kepuasan mahasiswa dan kepercayaan mahasiswa	69
Gambar 2.23.	Hubungan antara kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa	70
Gambar 2.24.	Hubungan antara kepercayaan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa	71
Gambar 2.25.	Gambaran skematik Pemasaran Holistik	74
Gambar 2.26.	Segitiga Pemasaran Jasa	

	75
Gambar 2.27.	Proses Pemasaran untuk Membangun Hubungan Pelanggan
	76
Gambar 2.28.	Kerangka Berpikir Penelitian
	77
Gambar 2.29.	Model Konseptual Penelitian
	78
Gambar 3.1.	Langkah-langkah pembentukan model SEM
	97
Gambar 3.2.	Diagram Jalur Penelitian.
	98
Gambar 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Usia
	106
Gambar 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
	106

Gambar 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	107
Gambar 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Studi Lanjut	107
Gambar 4.5.	Sebaran Persepsi Responden pada Variabel <i>Co-Creation</i>	109
Gambar 4.6.	Sebaran Persepsi Responden pada Variabel Nilai Pengalaman	112
Gambar 4.7.	Sebaran Persepsi Responden pada Variabel Citra Perguruan Tinggi	114
Gambar 4.8.	Sebaran Persepsi Responden pada Variabel Kepuasan Mahasiswa	117
Gambar 4.9.	Sebaran Persepsi Responden pada Variabel Kepercayaan Mahasiswa	120
Gambar 4.10.	Sebaran Persepsi Responden pada Variabel Loyalitas Mahasiswa	

	123
Gambar 4.11.	Hasil Estimasi Model Awal CFA <i>Co-Creation</i>	
	126
Gambar 4.12.	Hasil Estimasi Model Akhir CFA <i>Co-creation</i>	
	128
Gambar 4.13.	Hasil Estimasi Model Awal CFA Nilai Pengalaman	
	130
Gambar 4.14.	Hasil Estimasi Model Akhir CFA Nilai Pengalaman	
	133
Gambar 4.15.	Hasil Estimasi Model Awal CFA Citra Perguruan Tinggi	
	135
Gambar 4.16.	Hasil Estimasi Model Akhir CFA Citra Perguruan Tinggi	
	137
Gambar 4.17.	Hasil Estimasi Model Awal CFA Kepuasan Mahasiswa	
	139

Gambar 4.18.	Hasil Estimasi Model Akhir CFA Kepuasan Mahasiswa	141
Gambar 4.19.	Hasil Estimasi Model Awal CFA Kepercayaan Mahasiswa	143
Gambar 4.20.	Hasil Estimasi Model Akhir CFA Kepercayaan Mahasiswa	143
Gambar 4.21.	Hasil Estimasi Model Awal CFA Loyalitas Mahasiswa	147
Gambar 4.22.	Hasil Estimasi Model Akhir CFA Loyalitas Mahasiswa	149
Gambar 4.23.	Hasil Pendugaan Full Model	152
Gambar 4.24.	Hasil Pengujian Full Model	152
Gambar 4.25.	Full Model Struktural Variabel Laten	

	154
Gambar 4.26	Gambar Model Sub Struktur (1)
	157
Gambar 4.27.	Gambar Model Sub Struktur (2)
	158
Gambar 4.28	Gambar Model Sub Struktur (3)
	159
Gambar 4.29	Gambar Model Sub Struktur (4)
	160
Gambar 4.30.	Gambar Model Sub Struktur (5)
	162
Gambar 4.31.	Model <i>Co-creation</i> dan Implikasinya terhadap loyalitas Mahasiswa pada PTS
	188

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Instrumen Penelitian	
.....	
215	
Lampiran 2. Daftar PTS di Provinsi Sumatera Selatan	
.....	
219	
Lampiran 3. Outuput Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen dengan program IBM SPSS Versi 22	
.....	
224	
Lampiran 4. Output Hasil Analisis Model Pengukuran pada masing-masing Konstruk dengan program LISREL versi 8.7	
.....	
238	
Lampiran 5. Output Hasil Analisis Model Struktural dengan menggunakan program LISREL versi 8.7	
.....	
270	

Lampiran 6.	Foto-foto Kegiatan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD)	
	
	316	
Lampiran 7.	Daftar Riwayat Hidup	
	
	318	

DALIL-DALIL

1. Loyalitas mahasiswa dapat meningkat jika perguruan tinggi fokus pada kualitas pelayanan yang baik dengan melibatkan keterlibatan mahasiswa.

Muji Gunarto, 2018

MODEL CO-CREATION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Citra perguruan tinggi tidak berdampak langsung pada kepercayaan maupun loyalitas mahasiswa, namun berdampak terhadap kepuasan karena adanya kebanggaan.
3. Strategi *Co-creation* yang dibangun oleh perguruan tinggi berdampak dalam jangka pendek (nilai pengalaman dan citra), jangka menengah (kepuasan dan kepercayaan) dan jangka panjang (loyalitas), sehingga perguruan tinggi mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain.
4. Alumni memiliki nilai tawar yang kuat dan strategis dalam pengembangan perguruan tinggi, sehingga perlu dilibatkan dalam penciptaan nilai bersama.
5. Perusahaan harus bisa memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan memberikan produk yang tepat bagi kebutuhan konsumen bukan mencari konsumen yang tepat untuk produk kita.
6. Kualitas pendidikan tinggi akan mampu bersaing di era menuju *World Class University* jika semua komponen perguruan tinggi (pemerintah, yayasan, pengelola, dan dosen) memiliki komitmen yang sama.
7. Dimana ada kemauan disitu banyak jalan, dimana ada kemalasan disitu banyak alasan.

Muji Gunarto, 2018
*MODEL CO-CREATION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA PERGURUAN
TINGGI SWASTA*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu