

## DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	13
E. Kerangka Pikir dan Anggapan Dasar Penelitian .....	13
1. Kerangka Pikir .....	13
2. Anggapan Dasar Penelitian .....	20
F. Definisi Operasional .....	23
G. Hipotesis .....	24
H. Metodologi Penelitian .....	25
I. Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian .....	25
1. Lokasi .....	25
2. Populasi .....	26
3. Sampel .....	26
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b>	
A. Layanan Akademik Dalam Kajian Administrasi Pendidikan .....	27
1. Pengertian Layanan .....	27
2. Pengertian Layanan Akademik .....	28
3. Dimensi Layanan .....	29
B. Budaya Organisasi dalam Kajian Administrasi Pendidikan .....	33
1. Pengertian Budaya .....	33
2. Budaya Organisasi .....	36
3. Budaya Sekolah .....	40
C. Pemasaran Pendidikan Tinggi dalam Kajian Administrasi Pendidikan .....	45
1. Pengertian tentang Pemasaran .....	45
2. Pemasaran dalam Pendidikan Tinggi .....	46
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	49
D. Tentang Tingkat Kepuasan Mahasiswa dalam kajian Administrasi Pendidikan .....	52
1. Pengertian Kepuasan .....	53
2. Dimensi Tingkat Kepuasan Mahasiswa .....	58
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	61
B. Operasioanal Variabel .....	64

C.	Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian .....	71
1.	Lokasi .....	71
2.	Populasi .....	72
3.	Sampel .....	72
D.	Pengumpulan Data .....	77
1.	Jenis dan Sumber Data .....	77
2.	Alat Pengumpulan Data .....	77
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	83
F.	Teknik Analisis Data .....	88
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Hasil Penelitian .....	91
1.	Gambaran Umum Variabel Budaya Organisasi ( $X_1$ ).....	92
a.	Dimensi <i>a shared sense of purpose and vision</i> .....	94
b.	Dimensi <i>norm, values, beliefs, and assumption</i> .....	95
c.	Dimensi <i>rituals, traditions, and ceremonies</i> .....	97
d.	Dimensi <i>histories and stories</i> .....	98
e.	Dimensi <i>people and relationship</i> .....	100
f.	Dimensi <i>architecture, artefacts, and symbols</i> .....	101
2.	Gambaran Umum Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ )	104
a.	Dimensi Produk .....	105
b.	Dimensi Price .....	106
c.	Dimensi Place .....	108
d.	Dimensi Promotion.....	109
f.	Dimensi Process .....	110
g.	Dimensi People.....	112
h.	Dimensi Physical Evidance .....	113
3.	Gambaran Umum Variabel Layanan Akademik (Y) .....	116
a.	Dimensi Realibility .....	117
b.	Dimensi Responsiveness .....	119
c.	Dimensi Assurance .....	120
d.	Dimensi Emphaty .....	121
e.	Demensi Tangible .....	123
4.	Gambaran Umum Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z)..	125
a.	Dimensi Curriculum .....	127
b.	Dimensi Teaching .....	128
c.	Dimensi Analitical Skills.....	129
d.	Dimensi Communication Skills.....	131
e.	Dimensi Social Skills.....	132
f.	Dimensi Personal Growth .....	133
5.	Uji Normalitas Data .....	136
a.	Variabel Budaya Organisasi ( $X_1$ ) .....	137
b.	Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ ) .....	138
c.	Variabel Layanan Akademik (Y).....	139
d.	Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z) .....	140
6.	Pengujian Hipotesis .....	142
a.	Pengujian Hipotesis Penelitian Pertama .....	142

b.	Pengujian Hipotesis Penelitian Kedua .....	144
c.	Pengujian Hipotesis Penelitian Ketiga .....	146
d.	Pengujian Hipotesis Penelitian Keempat .....	147
e.	Pengujian Hipotesis Penelitian Kelima .....	148
f.	Pengujian Hipotesis Penelitian Keenam .....	149
g.	Pengujian Hipotesis Penelitian Ketujuh .....	150
7.	Analisis Korelasi .....	152
B.	Pembahasan .....	156
1.	Gambaran Umum Tentang Budaya Organisasi Dan Pemasaran Pendidikan Tinggi Serta Layanan Akademik Dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung .....	156
a.	Gambaran Umum tentang Budaya Organisasi .....	156
b.	Gambaran Umum tentang Pemasaran Pendidikan Tinggi...	159
c.	Gambaran Umum tentang Layanan Akademik .....	161
d.	Gambaran Umum tentang Tingkat Kepuasan Mahasiswa ..	162
2.	Hubungan antar Variabel .....	164
a.	Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemasaran Pendidikan Tinggi terhadap Layanan akademik.....	165
b.	Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Layanan Akademik ..	167
c.	Pengaruh Pemasaran Pendidikan Tinggi terhadap Layanan Akademik .....	168
d.	Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemasaran Pendidikan Tinggi terhadap Layanan Akademik serta Dampaknya pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa.....	169
e.	Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa.....	170
f.	Pengaruh Pemasaran Pendidikan Tinggi terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa .....	172
g.	Pengaruh Layanan Akademik terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa.....	173
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A.	Kesimpulan .....	176
B.	Rekomendasi .....	179
DAFTAR PUSTAKA	.....	182
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Operasional Variabel Y (Layanan Akademik) .....	66
Tabel 3.2	Operasional Variabel X1 (Budaya Organisasi) .....	68
Tabel 3.3	Operasional Variabel X2 (Pemasaran Pendidikan Tinggi).....	69
Tabel 3.4	Operasional Variabel Z (tingkat Kepuasan Mahasiswa).....	70
Tabel 3.5	Data PTS di Kota Bandung .....	73
Tabel 3.6	Populasi dan Sampel .....	76
Tabel 3.7	Jenis dan Sumber Data .....	77
Tabel 3.8	Kisi-kisi Instrumen Variabel Budaya Organisasi .....	78
Tabel 3.9	Kisi-kisi Instrumen Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi.....	79
Tabel 3.10	Kisi-kisi Instrumen Variabel Layanan Akademik .....	80
Tabel 3.11	Kisi-kisi Instrumen Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa ....	82
Tabel 3.12	Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban dari Likert.....	83
Tabel 3.13	Hasil Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 3.14	Validitas Butir Budaya Organisasi .....	84
Tabel 3.15	Validitas Butir Pemasaran Pendidikan Tinggi.....	85
Tabel 3.16	Validitas Butir Layanan Akademik .....	86
Tabel 3.17	Validitas Butir Kepuasan Mahasiswa .....	87
Tabel 3.18	Interpretasi Korelasi Antar Variabel.....	90
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Budaya Organisasi .....	92
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi <i>a shared sense of purpose and vision</i> .....	94
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi <i>norms, values, beliefs, and assumption</i> .....	96
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi <i>rituals, traditions, and ceremonies</i> .....	97
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi <i>Histories and Stories</i> .....	99
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi <i>people and relationship</i> .....	100
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi <i>architecture, artefacts, and symbols</i> .....	102
Tabel 4.8	Kualifikasi Skor Rata-rata Tanggapan Responden Mengenai Budaya Organisasi .....	103
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi (X <sub>2</sub> )	104
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Product .....	105
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Dimensi Pemasaran Pendidikan Tinggi berorientasi <i>Price</i> .....	107
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>Place</i> .....	108
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>Promotion</i> .....	109
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>Process</i> ....	111
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>People</i> .....	112
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>Physical Evidance</i> .....	114
Tabel 4.17	Kualifikasi Skor Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Pemasaran Pendidikan Tinggi .....	115

Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Layanan Akademik .....	116
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Reliability .....	118
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Responsiveness .....	119
Tabel 4.21	Distribusi Frekuensi Assurance .....	120
Tabel 4.22	Distribusi Frekuensi Emphaty .....	122
Tabel 4.23	Distribusi Frekuensi Tangible .....	123
Tabel 4.24	Kualifikasi Skor Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Layanan Akademik .....	124
Tabel 4.25	Distribusi Frekuensi tingkat Kepuasan Mahasiswa .....	125
Tabel 4.26	Distribusi Frekuensi Curriculum .....	127
Tabel 4.27	Distribusi Frekuensi Teaching .....	128
Tabel 4.28	Distribusi Frekuensi Analitical Skills .....	130
Tabel 4.29	Distribusi Frekuensi Communication Skills .....	131
Tabel 4.30	Distribusi Frekuensi Social Skills .....	132
Tabel 4.31	Distribusi Frekuensi Personal Growth .....	134
Tabel 4.32	Kualifikasi Skor Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Tingkat Kepuasan Mahasiswa .....	135
Tabel 4.33	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Budaya ( $X_1$ ) dan Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ ), Layanan Akademik (Y), dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z) ..	136
Tabel 4.34	Normalitas Distribusi Data Variabel .....	142
Tabel 4.35	Korelasi Antar Variabel .....	152

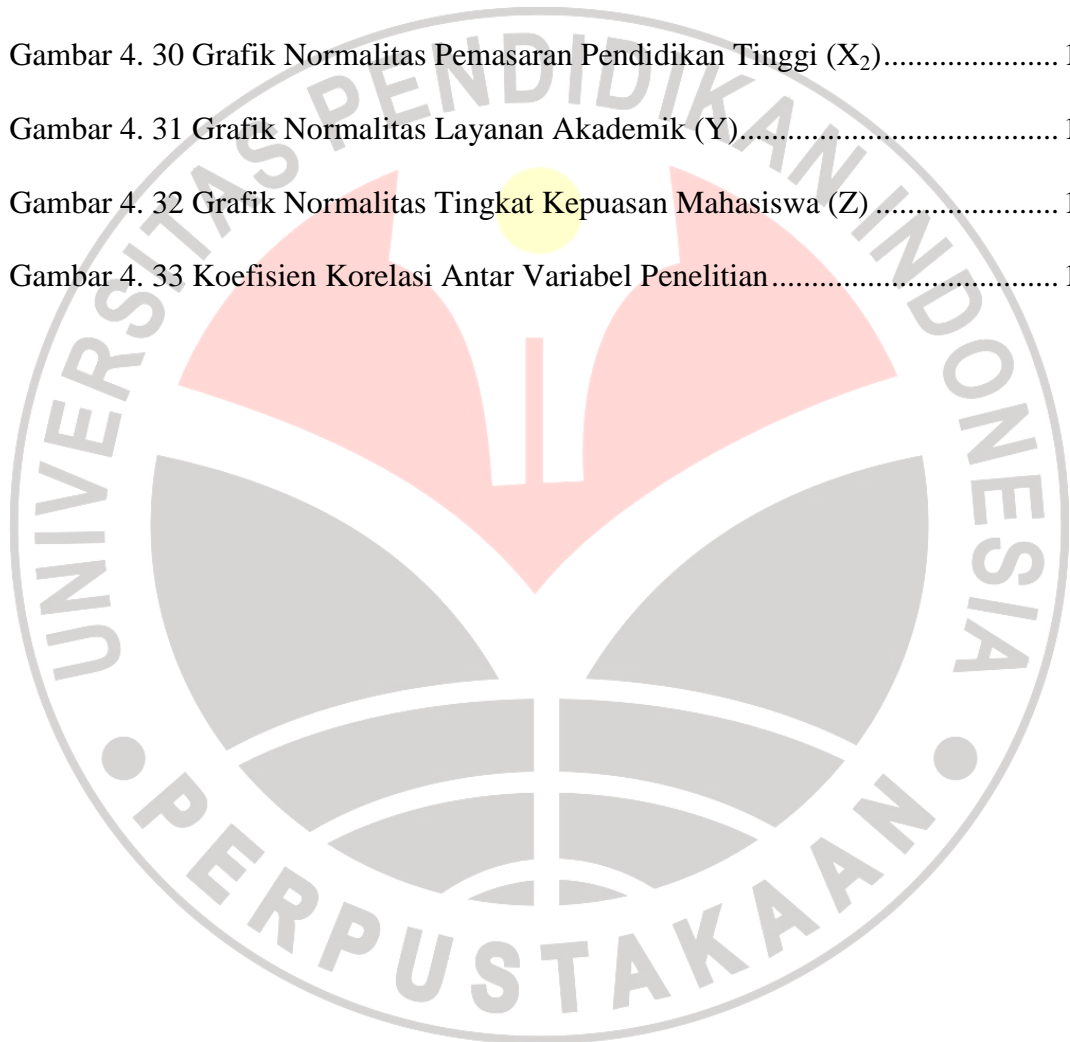


## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Faktor yang Mempengaruhi Lembaga Pendidikan .....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Pikir Penelitian.....	19
Gambar 1. 3 Paradigma Penelitian.....	24
Gambar 2.1 Customer Perceptions of Quality and Customer Satisfaction.....	31
Gambar 2.2 Model Kualitas Layanan .....	33
Gambar 2.3 Elemen Budaya Organisasi.....	38
Gambar 2.5 The Expectancy Disconfirmation Model.....	57
Gambar 3. 1 Konstelasi Model Hubungan Antar Variabel.....	63
Gambar 3. 2 Hubungan Antar Variabel $X_1$ dan $X_2$ dengan Y .....	65
Gambar 3. 3 Hubungan Antar Variabel $X_1$ dan $X_2$ dengan Y dan Z .....	66
Gambar 3. 4 Hubungan Antar Variabel Y dan Z.....	66
Gambar 4. 1 Penyebaran Skor Variabel Budaya Organisasi ( $X_1$ ).....	93
Gambar 4. 2 Penyebaran Dimensi <i>A shared sense of purpose and vision</i> (visi dan tujuan berbagi) .....	95
Gambar 4. 3 Penyebaran Skor dimensi <i>Norms, values, beliefs, and assumptions</i> (norma, nilai, kepercayaan, dan asumsi).....	96
Gambar 4. 4 Penyebaran Skor dimensi <i>Rituals, traditions, and ceremonies</i> .....	98
Gambar 4. 5 Penyebaran Skor dimensi <i>Histories and Stories</i> (sejarah dan cerita).....	99
Gambar 4. 6 Penyebaran Skor dimensi <i>People and relationships</i> (hubungan baik). 101	
Gambar 4. 7 Penyebaran Skor dimensi <i>Architecture, artefacts, and symbols</i> (arsitektur, artefak, dan symbol).....	102
Gambar 4. 8 Penyebaran Skor Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ ).....	105
Gambar 4. 9 Penyebaran Skor Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi dimensi Product.....	106
Gambar 4. 10 Penyebaran Skor Dimensi Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>Price</i> (harga).....	107

Gambar 4. 11 Penyebaran Skor Variabel pemasaran pendidikan tinggi berorientasi pada <i>Place</i> (tempat) .....	109
Gambar 4. 12 Penyebaran Skor Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi dimensi <i>Promotion</i> (Promosi) .....	110
Gambar 4. 13 Penyebaran Skor Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>Process</i> (Proses) .....	111
Gambar 4. 14 Penyebaran Skor Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi Berorientasi <i>people</i> (orang) .....	113
Gambar 4. 15 Penyebaran Skor Variabel Pemasaran Pendidikan Tinggi <i>physical evidence</i> (bukti fisik) .....	114
Gambar 4. 16 Penyebaran Skor Variabel Layanan Akademik (Y) .....	117
Gambar 4. 17 Penyebaran Skor Variabel Layanan Akademik Dimensi <i>Realibility</i> .	118
Gambar 4. 18 Penyebaran Skor Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	120
Gambar 4. 19 Penyebaran Skor <i>Assurance</i> .....	121
Gambar 4. 20 Penyebaran Skor Variabel Layanan Akademi dimensi <i>Emphaty</i> .....	122
Gambar 4. 21 Penyebaran Skor Variabel Layanan Akademik Dimensi <i>Tangible</i> ....	124
Gambar 4. 22 Penyebaran Skor Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z).....	126
Gambar 4. 23 Penyebaran Skor Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dimensi <i>Curriculum</i> .....	128
Gambar 4. 24 Penyebaran Skor Dimensi <i>Teaching</i> .....	129
Gambar 4. 25 Penyebaran Skor <i>Analitical Skills</i> .....	130
Gambar 4. 26 Penyebaran Skor Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dimensi <i>Communication Skills</i> .....	132

Gambar 4. 27 Penyebaran Skor Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dimensi <i>Social Skills</i> .....	133
Gambar 4. 28 Penyebaran Skor Variabel Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dimensi <i>Personal Growth</i> .....	134
Gambar 4. 29 Grafik Normalitas Budaya Organisasi ( $X_1$ ) .....	138
Gambar 4. 30 Grafik Normalitas Pemasaran Pendidikan Tinggi ( $X_2$ ).....	139
Gambar 4. 31 Grafik Normalitas Layanan Akademik (Y).....	140
Gambar 4. 32 Grafik Normalitas Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Z) .....	141
Gambar 4. 33 Koefisien Korelasi Antar Variabel Penelitian.....	155





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Instrumen Penelitian
2. Data Mentah
3. SK Direktur UPI tentang Pembimbing
4. Permohonan Ijin Mengadakan Studi Lapangan/Penelitian
5. Surat Ijin Penelitian dari pihak Perguruan Tinggi Swasta

Riwayat Hidup Penulis

