

**PENGARUH *OPERANT* DAN *OPERAND SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*  
*ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*  
(Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Strata 1  
pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya)**

**DISERTASI**



**Oleh:**

**RONALD**

**PROGRAM STUDI DOKTOR MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH OPERANT DAN OPERAND SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER  
ENGAGEMENT DAN CUSTOMER SATISFACTION  
(Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Strata 1  
pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya)**

**DISERTASI**



**Diajukan kepada  
Universitas Katolik Widya Mandala  
untuk memenuhi persyaratan  
gelar DOKTOR**

**Oleh:**

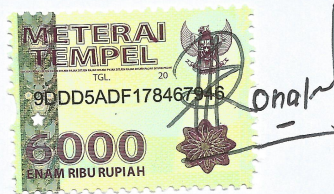
**RONALD  
NPM. 8131412001**

**PROGRAM STUDI DOKTOR MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa disertasi ini adalah tulisan asli saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 13 Februari 2015



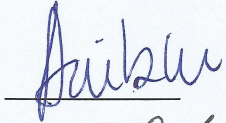
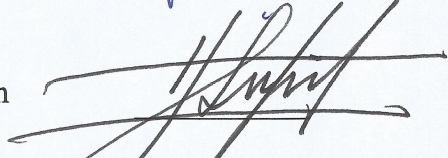
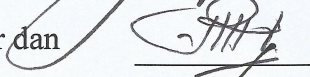
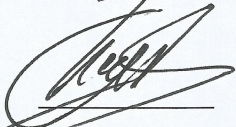

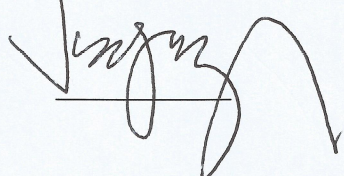
(Ronald, S.T., M.M., 813112001)

**LEMBAR PERSETUJUAN REVISI TIM PENGUJI UJIAN TERBUKA  
DISERTASI**

Pada Senin, 16 Maret 2015 telah diselenggarakan ujian Terbuka Disertasi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Doktor Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas nama :

**Nama : Ronald, S.T., M.M**  
**NPM : 813112001**

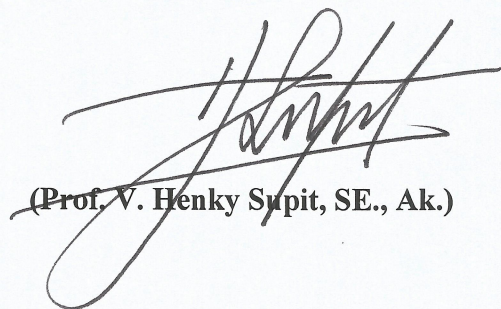
termasuk ujian dan revisi ujian Terbuka Disertasi berjudul “**PENGARUH OPERANT DAN OPERAND SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER ENGAGEMENT DAN CUSTOMER SATISFACTION (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Strata 1 pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya)**” oleh tim penguji yang terdiri dari :

<b>Dewan Penguji :</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda tangan</b>
Prof. Anita Lie, Ed.D.	, sebagai Ketua	
Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.	, sebagai Promotor dan Anggota	
Prof. Dr. Sri Wahyuni Astuti	, sebagai Ko-Promotor dan Anggota	
Prof. Dr. H. Andi Sularso	, sebagai Anggota	
Prof. Budiman Christiananta, Ph.D.	, sebagai Anggota	
Prof. Dr. Soedjono Abipraja	, sebagai Anggota	

**NASKAH DISERTASI INI TELAH DISETUJUI**

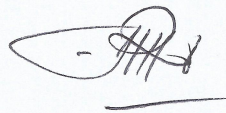
**TANGGAL: 7 APRIL 2015**

**Promotor**



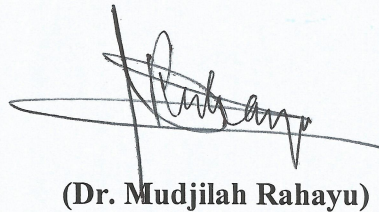
**(Prof. V. Henky Supit, SE., Ak.)**

**Ko Promotor**



**(Prof. Dr. Sri Wahyuni Astuti)**

**Menyetujui,**  
Ketua Program Studi Doktor Manajemen  
Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala



**(Dr. Mudjilah Rahayu)**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan luar biasa dalam menyelesaikan disertasi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Doktor Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis meyakini bahwa terselesainya disertasi ini merupakan upaya kerja keras penulis yang tentunya tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada para pihak yang telah membantu dan memotivasi, antara lain:

1. Drs. Kuncoro Foe. G.Dip.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya beserta seluruh jajaran pimpinan dan staf Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya sebagai tempat penulis mengikuti pendidikan Program Doktor Ilmu Manajemen, kekhususan Manajemen Pemasaran sejak tahun ajaran 2012/2013.
2. Prof. Anita Lie, Ed.D. selaku Direktur Program Doktoral Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya beserta seluruh unsur Pimpinan, Pengajar, Karyawan Program Doktor Ilmu Manajemen.
3. Dr. Mudjilah Rahayu selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan tim penguji disertasi yang selalu membantu dan memberikan dukungan terhadap penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan disertasi ini.
4. Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak. selaku Promotor yang telah meluangkan waktu membimbing, memberi masukan dan memotivasi penulis dalam proses perkuliahan dan penyusunan disertasi ini.

5. Prof. Dr. Sri Wahyuni Astuti selaku Ko-Promotor yang telah memberikan banyak waktu dan usaha dalam proses pengembangan dan perbaikan disertasi ini, serta memotivasi penulis dalam perkuliahan dan penyusunan disertasi ini.
6. Prof. Budiman Christiananta, Ph.D. yang telah berkenan menjadi tim penguji dan dosen pengajar yang banyak memberikan masukan berharga dan motivasi dalam rangka penyempurnaan disertasi ini.
7. Prof. Dr. H. Andi Sularso yang telah berkenan menjadi tim penguji yang banyak memberikan masukan berharga dan motivasi dalam rangka penyempurnaan disertasi ini.
8. Prof. Dr. Soedjono Abipraja yang telah berkenan menjadi tim penguji yang banyak memberikan masukan berharga dalam rangka penyempurnaan disertasi ini.
9. Dr. Bambang Widjanarko yang telah berkenan menjadi tim penguji dan dosen pengajar yang banyak memberikan masukan berharga dan motivasi dalam rangka penyempurnaan disertasi ini.
10. Keluarga tercinta, Papa, Mama, Richard dan Dora, Joan dan Candra, Raymond dan Venny, serta Darren, Devon dan Nathan yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam mendukung penulis menyelesaikan pendidikan Program Doktor, khususnya buat Papa dan Mama yang selalu mendampingi, siap membantu dan mendukung penulis dalam doa dan dukungan lainnya.
11. Dina Setianto yang selalu sabar dan memberikan dukungan dan doa selama proses perkuliahan dan penyelesaian disertasi ini, juga Papi, Mami, Vina dan tante Swan.

12. Prof. Kuswara Setiawan atas dukungan, doa, motivasi, diskusi dan masukan-masukan yang diberikan selama ini dan dalam proses perkuliahan dan penyelesaian disertasi ini.
13. Prof. Louie Divinagracia, Prof. Rochelle, Amelia, Oliandes, Yanuar, Hananiel, dan rekan-rekan sekerja lain di Universitas Pelita Harapan Surabaya serta mahasiswa program studi Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya buat dukungan, bantuan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan disertasi ini.
14. Prof. Adrianus Mooy selaku Rektor Universitas Pelita Harapan Surabaya dan segenap civitas akademika Universitas Pelita Harapan Surabaya atas dukungan selama proses perkuliahan sampai penyelesaian disertasi ini.
15. Rekan-rekan Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Yolanda, Victor, Hendra, Juleiny, dan Pak Fauzi buat kebersamaan, diskusi, dukungan, dan kerjasama selama proses perkuliahan sampai penyelesaian disertasi ini.
16. Pihak-pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan disertasi ini.

Atas dukungan semua pihak tersebut di atas, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, semoga disertasi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak dan memberi kebahagiaan bagi penulis dan semua pihak yang telah terlibat.



## RINGKASAN

RONALD, S.T., M.M., NIM. 813112001. Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pengaruh *Operant* dan *Operand Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Engagement* dan *Customer Satisfaction* (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Strata 1 pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya). Promotor. Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak. Ko-Promotor. Prof. Dr. Sri Wahyuni Astuti.

Sektor jasa memiliki peranan yang penting dalam perkembangan ekonomi di berbagai negara, salah satu sektor jasa yang berkembang adalah sektor jasa pendidikan. Pendidikan Tinggi merupakan salah satu bagian dari sektor jasa pendidikan. Sektor Pendidikan Tinggi mengalami perkembangan yang semakin meningkatkan persaingan dalam dunia pendidikan, hal ini menyebabkan perlunya dilakukan analisis dan pembelajaran mengenai *students satisfaction* dan *loyalty* dalam pendidikan tinggi.

Unit analisis penelitian adalah program studi Manajemen strata 1 Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. Jumlah populasi berdasar mahasiswa program studi manajemen strata 1 pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya adalah berjumlah 11.373 mahasiswa, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling* untuk data proporsi dengan jumlah sampel sebesar 376 responden. Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Models* dengan *software* AMOS 20.

Hasil penelitian menjelaskan *customer loyalty* dipengaruhi positif signifikan oleh *operant service quality* (0,297); *customer engagement* (0,278); dan *customer satisfaction* (0,153). *Customer loyalty* juga dipengaruhi secara positif tetapi tidak signifikan oleh *operand service quality* (0,060). *Customer satisfaction* dipengaruhi positif signifikan oleh *operand service quality* (0,411); *customer engagement* (0,278); dan dipengaruhi positif tetapi tidak signifikan oleh *operant service quality* (0,065). *Customer engagement* dipengaruhi oleh *operant service quality* (0,393).

Penelitian dengan konsep *service quality* dalam pendidikan tinggi berdasar teori *service dominant logic*. Sektor jasa pendidikan tinggi membedakan *service quality* menjadi *operant* dan *operand service quality*. *Customer engagement* berpengaruh langsung lebih besar terhadap *customer loyalty* dibanding pengaruh langsung *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Hal ini memperdalam konsep pertukaran relasional. *Customer engagement* merupakan variabel antara hubungan *operant service quality* terhadap *customer satisfaction*, sedangkan pengetahuan dan kemampuan yang baik dari staf dan dosen memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dalam meningkatkan *customer satisfaction*. *Operand service quality* berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan dalam meningkatkan *customer loyalty*. Fasilitas yang baik dari program studi tidak signifikan dalam meningkatkan loyalitas mahasiswa, tetapi fasilitas yang baik akan terlebih dahulu membentuk kepuasan dari mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Operand dan Operant Service Quality, Customer Engagement, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Program Studi Manajemen Strata 1 Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya.*

## ABSTRACT

The service sector has an important role in economic development in many countries. One of the growing service sectors is the service sector of education. Higher Education is a part of the education services sector. Higher Education sector has developed further increase in competition in the world of education; this led to the need for analysis and learning of students' satisfaction and loyalty in higher education.

The unit of analysis of this study used Management Study Program at Undergraduate level in Private Universities in Surabaya. The amount of the total student population in Management Study Program at Undergraduate level in Private Universities in Surabaya in 2013 based on EPSBED data in semester 2012 are totaled 11,373 students, while the sampling technique used for the proportion of data is Stratified Random Sampling with a sample of 376 respondents derived from 12 Universities and 4 Sekolah Tinggi. The analysis technique used in this study was SEM (Structural Equation Models) with AMOS 20 software.

The results of the study explained customer loyalty significantly and positively influenced by Operant Service Quality with a regression coefficient of 0.297; Customer Engagement with a regression coefficient of 0.278; and Customer Satisfaction with a regression coefficient of 0.153. Customer loyalty is also influenced positively but not significantly by the Operand of Service Quality with a regression coefficient of 0.060. Customer satisfaction is significantly and positively influenced by the Operand Service Quality with a regression coefficient of 0.411; Customer Engagement with a regression coefficient of 0.278; and positively but not significantly influenced by Operant Service Quality with a regression coefficient of 0.065. Customer Engagement is influenced by Operant Service Quality with a regression coefficient of 0.393.

This study developed the concept of Service Quality in Higher Education based on the theory of Service Dominant Logic. Higher Education service sector should note that Service Quality must be distinguished between Operant Service Quality and Operand Service Quality. This study also found that Customer Engagement has a greater direct influence on Customer Loyalty than the direct effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty. This deepened the concept of Relational Exchange. Customer engagement is a variable in the relationship between Operant Service Quality and Customer Satisfaction, while both the knowledge and skills of the staff and faculty have a positive influence but not exhibited significantly in improving customer satisfaction. Operands Service Quality positively influence but not significant in improving Customer Loyalty. Good facilities of the study program are not significant in improving Student Loyalty, but good facilities will first establish Student Satisfaction.

**Keywords: Operand and Operant Service Quality, Customer Engagement, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Management Study Program Undergraduate Level in Private University in Surabaya.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	v
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	22
1.4.2. Manfaat Praktis .....	22
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA</b> .....	24
2.1. Landasan Teori.....	24
2.1.1. <i>Service Quality</i> .....	24
2.1.1.1. <i>Operant Service Quality</i> .....	27
2.1.1.2. <i>Operand Service Quality</i> .....	31
2.1.2. <i>Customer Engagement</i> .....	33
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.1.4. <i>Customer Loyalty</i> .....	41
2.2. Penelitian Terdahulu.....	46
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	52
2.3.1. Hubungan <i>Operant Service Quality</i> dengan <i>Customer Engagement</i> .....	52

2.3.2. Hubungan <i>Operant Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	54
2.3.3. Hubungan <i>Operand Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	55
2.3.4. Hubungan <i>Customer Engagement</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	57
2.3.5. Hubungan <i>Operant Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	59
2.3.6. Hubungan <i>Operand Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	61
2.3.7. Hubungan <i>Customer Engagement</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	62
2.3.8. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	63
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	66
3.1. Kerangka Konseptual.....	66
3.2. Hipotesis.....	73
3.3. Rancangan Penelitian.....	75
3.4. Populasi dan Sampel .....	75
3.4.1. Populasi .....	75
3.4.2. Teknik dan Besar Sampel.....	76
3.5. Klasifikasi Variabel.....	78
3.5.1. Variabel Penelitian.....	78
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	79
3.6. Instrumen Penelitian.....	84
3.7. Prosedur Pengumpulan Data .....	87
3.8. Teknik Analisis Data.....	87
<b>BAB 4 HASIL DAN ANALISIS DATA PENELITIAN</b> .....	96
4.1. Profil Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya .....	96
4.2. Hasil Penelitian .....	98

4.2.1. Analisis Deskripsi Responden .....	98
4.2.1.1 Asal Perguruan Tinggi Swasta Responden.....	98
4.2.1.2 Gender Responden .....	98
4.2.1.3 Tingkat Semester Responden .....	99
4.2.1.4 Deskripsi Responden Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 dengan <i>Gender</i> dan Tingkat Semester .....	100
4.2.2. Analisis Statistik Deskriptif .....	101
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>Operant Service Quality</i> .....	103
4.2.2.2 Deskripsi Variabel <i>Operand Service Quality</i> .....	109
4.2.2.3 Deskripsi Variabel <i>Customer Engagment</i> .....	112
4.2.2.4 Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	114
4.2.2.5 Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	116
4.2.3. Analisis Uji Statistik .....	118
4.2.3.1 Uji Asumsi Normalitas dan Linearitas .....	118
4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i> .....	118
4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i> .....	119
4.2.3.2.2 <i>Multivariate Outliers</i> .....	119
4.2.4. Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	120
4.3. Analisa Model Fit Untuk Model Individual (Per Variabel) .....	120
4.3.1. <i>Confirmatory Factor Analysis Variabel Operant Service Quality</i> .....	121
4.3.2. <i>Confirmatory Factor Analysis Variabel Operand Service Quality</i> .....	122
4.3.3. <i>Confirmatory Factor Analysis Variabel Customer Engagment...</i>	122
4.3.4. <i>Confirmatory Factor Analysis Variabel Customer Satisfaction....</i>	123
4.3.5. <i>Confirmatory Factor Analysis Variabel Customer Loyalty.....</i>	123
4.4. Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i> .....	124
4.4.1. Uji <i>Reliability</i> .....	124
4.4.2. <i>Variance Extracted</i> .....	124
4.5. <i>Goodness of Fit</i> Model Struktural .....	125
4.6. Model Struktural Akhir Setelah Modifikasi Indeks .....	126
4.7. Pengujian Hipotesis .....	127
4.7.1. Hasil Pengujian Dimensi ( <i>Second Order</i> ) .....	127

4.7.2. Hasil Pengujian Hipotesis .....	130
4.7.3. Hasil Pengujian Model Penelitian Pada Pengaruh Tidak Langsung .....	130
4.7.4. Hasil Persamaan Struktural .....	131
<b>BAB 5 PEMBAHASAN</b> .....	134
5.1. Pembahasan Penelitian .....	134
5.1.1. Hubungan <i>Operant Service Quality</i> dengan <i>Customer Engagement</i> .....	134
5.1.2. Hubungan <i>Operant Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	136
5.1.3. Hubungan <i>Operand Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	138
5.1.4. Hubungan <i>Customer Engagement</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	140
5.1.5. Hubungan <i>Operant Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> ...	142
5.1.6. Hubungan <i>Operand Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> ...	144
5.1.7. Hubungan <i>Customer Engagement</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	146
5.1.8. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	148
5.2. Pembahasan Keseluruhan Model Penelitian .....	150
5.3. Temuan Studi .....	178
5.4. Implikasi Studi .....	181
5.4.1. Implikasi Teoritis .....	182
5.4.2. Implikasi Praktis .....	188
<b>BAB 6 KESIMPULAN</b> .....	194
6.1. Kesimpulan .....	194
6.1.1. Kesimpulan Teoritis .....	194
6.1.2. Kesimpulan Integratif .....	198
6.2. Saran .....	199
6.2.1. Saran Kebijakan Manajemen .....	199
6.2.2. Saran Penelitian Selanjutnya .....	203

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	205
<b>LAMPIRAN A: ANGKET</b> .....	A-1
<b>LAMPIRAN B: TABULASI INDIKATOR PENELITIAN</b> .....	B-1
<b>LAMPIRAN C: BENTUK DAN JUMLAH PERGURUAN TINGGI DI WILAYAH KOPERTIS VII</b> .....	C-1
<b>LAMPIRAN D: TABEL PENUNJANG BAB 4</b> .....	D-1
<b>LAMPIRAN E: TABEL OUTPUT AMOS</b> .....	E-1
<b>LAMPIRAN F: TABULASI INDIKATOR PENELITIAN DIHUBUNGKAN DENGAN STANDAR AKREDITASI PROGRAM STUDI</b> .....	F-1

## DAFTAR TABEL

1.1 Data Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya .....	17
3.1. Jumlah Total Mahasiswa dan Sampel Proporsional Mahasiswa Program Studi Manajemen dengan Akreditasi A dan B pada Kopertis Wilayah VII di Surabaya Tahun 2013.....	77
3.2. Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ) .....	94
4.1 Bentuk dan Jumlah Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2013 di Surabaya ...	96
4.2 Data Deskriptif <i>Gender</i> Responden .....	99
4.3 Data Deskriptif Tingkat Semester Responden .....	99
4.4 Deskripsi Responden Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 dengan <i>Gender</i> dan Tingkat Semester .....	102
4.5 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Lecturer Quality</i> .....	103
4.6 Distribusi Responden <i>Item-Item</i> Indikator <i>Lecturer Quality</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	104
4.7 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Academic Staff Quality</i> .....	105
4.8 Distribusi Responden <i>Item-Item</i> Indikator <i>Academic Staff Quality</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	106
4.9 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Supporting Staff Quality</i> .....	107
4.10 Distribusi Responden <i>Item-Item</i> Indikator <i>Supporting Staff Quality</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	108
4.11 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Academic Facilities</i> .....	109
4.12 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Academic Facilities</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	110
4.13 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Non-Academic Facilities</i> .....	110
4.14 Distribusi Responden <i>Item-Item</i> Indikator <i>Non-Academic Facilities</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	111
4.15 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Customer Engagement</i> .....	112
4.16 Distribusi Responden <i>Item-Item</i> Indikator <i>Customer Engagement</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	113
4.17 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	114



4.18 Distribusi Responden <i>Item-Item</i> Indikator <i>Customer Satisfaction</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	115
4.19 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	116
4.20 Distribusi Frekuensi <i>Item-Item</i> Indikator <i>Customer Loyalty</i> Perguruan Tinggi Swasta Program Studi Manajemen Strata 1 .....	117
4.21 Indeks Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	126
4.22 Indeks Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model (SEM)</i> Modifikasi .....	126
4.23 Hasil Pengujian Dimensi <i>Variabel Operant</i> dan <i>Operand Service</i> <i>Quality</i> .....	127
4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Model Struktural .....	130
4.25 Hasil Pengujian Model Penelitian Pada Pengaruh Tidak Langsung .....	133
5.1. <i>Mapping</i> Perbedaan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu .....	183

## DAFTAR GAMBAR

3.1. Kerangka Proses Berpikir.....	67
3.2. Kerangka Konseptual.....	70
4.1 Profil Akreditasi Program Studi Manajemen Strata 1 Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2013 di Surabaya.....	97
4.2 Hasil Penelitian Model Struktural .....	129