



## Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Citra Perguruan Tinggi

Riska Tyas Prahesti<sup>1</sup>, Poppy Ruliana<sup>2</sup>, Kinkin Yuliaty Subarsa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STIKOM InterStudi, Jakarta

<sup>1</sup>[riskatyas12@gmail.com](mailto:riskatyas12@gmail.com), <sup>2</sup>[poppyruliana30@gmail.com](mailto:poppyruliana30@gmail.com), <sup>3</sup>[kinkinsubarsa@unj.ac.id](mailto:kinkinsubarsa@unj.ac.id)

### **Keywords::**

*Service Quality  
Image*

### **Abstract**

*Service quality for a service company is very important to frame or create an image in the eyes of its consumers. The Inter-Study College of Communication is one of the private universities that is expected to be able to produce graduates who are competitive, competent, by creating professional human resources. Academic service is the vanguard for an institution that determines the success or failure of an institution in creating and maintaining its image, either a positive image or a negative image. The expectations of students for the quality of academic services will vary greatly even though the quality of academic services is the same, while the image of the institution cannot be formed in a short time, a good image must also be maintained by providing good service quality, and this is the basis of this research. conducted to test the effect of the quality of academic services on the image of the STIKOM Inter Study. In research, service quality has several variables, namely reliability, responsiveness, empathy, assurance and tangible. This research is an explanative study using a quantitative approach and positivism paradigm. The population in this study were students of STIKOM InterStudi. The data collection technique is done by using non probability sampling. Based on the calculation of the sample formula, it is known that the number of samples in this study were 95 students. The results of the research on academic service quality show that the variables namely reliability, responsiveness, empathy, assurance and tangible have a significant positive effect on image.*

### **Kata Kunci**

*Kualitas  
Pelayanan  
Citra*

### **Abstrak**

Kualitas pelayanan bagi sebuah perusahaan jasa sangatlah penting untuk membingkai atau menciptakan sebuah citra dimata konsumennya. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi adalah salah satu Perguruan Tinggi Swasta diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang memiliki daya saing, kompeten, dengan menciptakan sumber daya manusia yang profesional. Pelayanan Akademik adalah garda terdepan bagi intitusi yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah intitusi dalam membuat dan mempertahankan citranya baik citra

---

positif atau citra negative. Harapan dari mahasiswa atas kualitas pelayanan akademik akan sangat berbeda-beda walaupun kualitas pelayanan akademiknya sama, sedangkan citra intitusi tidak dapat terbentuk dalam waktu yang singkat, citra yang baik juga harus dipertahankan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan Hal inilah yang menjadi dasar penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan akademik terhadap citra STIKOM InterStudi. Dalam penelitian kualitas pelayanan memiliki beberapa *variable* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance* dan *tangible*. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan paradigma *positivism*. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa STIKOM InterStudi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *non probability sampling*. Berdasarkan perhitungan rumus sampel diketahui bahwa banyaknya sampel dalam penelitian ini yaitu 95 mahasiswa. Hasil penelitian kualitas pelayanan akademik menunjukkan bahwa *variable* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance* dan *tangible* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap citra.

---

## **Pendahuluan**

Pada era globalisasi saat ini dunia perguruan tinggi dihadapkan pada suatu tantangan dan permasalahan bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan akademik dimana timbul persaingan antar perguruan tinggi yang sedemikian ketatnya sehingga diperlukan suatu strategi bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan di lihat dari sisi Akademik, pendidikan dan pembelajaran. Peran dosen dan tenaga pendidik sebagai ujung tombak dalam memberikan pelayanan yang mumpuni kepada mahasiswa. Pandemi telah merubah tatanan sosial di segala aspek kehidupan, pendidikan adalah salah satu aspek yang terkena dampak dari pandemic, dimana setiap orang diharuskan menjaga jarak dan terbatas interaksi sosialnya demi keselamatan dan kesehatan bersama dan proses kegiatan belajar mengajar yang sebelumnya dilakukan dengan tatap muka saat ini siap atau tidak siap diharuskan berubah menjadi pembelajaran tatap maya atau daring demi terciptanya kualitas pelayanan akademik serta proses belajar mengajar kepada mahasiswa.

Pandemi menuntut Perguruan tinggi untuk memberikan serta meningkatkan pelayanan guna memenuhi kepuasan mahasiswa, kepuasan mahasiswa inilah yang secara tidak langsung akan membentuk citra perguruan tinggi, Ada banyak cara yang dilakukan oleh perguruan tinggi agar dapat memenuhi kepuasan mahasiswa, salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan serta kualitas yang baik dalam memasarkan produk maupun jasanya, sehingga akan terbentuk pula citra atau kesan yang baik bagi perguruan tinggi

dimata konsumen atau mahasiswanya. Berbagai cara dilakukan oleh perguruan tinggi untuk mempertahankan citra baik dimata konsumen atau mahasiswanya, salah satu caranya adalah dengan menjalin komunikasi yang baik dengan berbagai pihak, komunikasi adalah pusat mendapatkan minat dan keadaan perilaku dimana seorang sumber menyampaikan berita atau pesan kepada penerima dengan harapan dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan” (Rohim, 2009).

Dengan demikian perguruan tinggi akan selalu berusaha menjaga komunikasi dengan para konsumennya agar citra perusahaan tetap terjaga dengan baik. Perguruan tinggi di dunia pendidikan dituntut agar dapat melakukan pengembangan diri dan menciptakan pola komunikasi yang baik, perubahan dalam dunia pendidikan selalu memunculkan tantangan dan peluang baru bagi instansi pendidikan perguruan tinggi swasta (PTS). Salah satunya Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) InterStudi diharapkan mampu menghasilkan lulusan-lulusan yang professional, yakni lulusan yang memiliki daya saing dengan orang banyak juga lulusan yang kompeten pada bidangnya maupun semua bidang. Untuk mencapai hal tersebut STIKOM membekali anak-anak didiknya dengan ilmu yang bermanfaat, mengasah kemampuan mahasiswa baik dengan kemampuan teoritis namun juga mengasah kemampuan praktis sehingga menjadikan para lulusan yang siap pakai di berbagai bidang industri.

Mahasiswa merupakan elemen terpenting bagi institusi pendidikan, mendengarkan apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang mereka harapkan. Evaluasi kualitas pelayanan penting dilakukan agar mengetahui apa yang sesungguhnya mereka harapkan, hal-hal apa saja yang selama ini ditafsirkan oleh mahasiswa dari kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Kualitas pelayanan akademik kepada mahasiswa dapat menjadi tolak ukur dalam meningkatkan citra mahasiswa STIKOM InterStudi pada waktu yang akan datang.

Harapan dari mahasiswa atas kualitas pelayanan akademik akan sangat berbeda-beda walaupun kualitas pelayanan akademiknya sama, Ditinjau dari beberapa teori kualitas layanan yang ada menurut Wyckof dalam Lovelock dalam (Suratno & Purnama, 2004) mengatakan kesempurnaan harapan konsumen bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Baik buruknya kualitas pelayanan ditentukan oleh pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dan hal tersebut merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kualitas pelayanan (Parasuraman, 2002), layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan apabila kualitas layanan yang diharapkan sama atau melebihi dengan kualitas layanan yang dirasakan.

Lalu menurut J. Supranto sesuatu yang dikerjakan dengan baik dan dirasakan memuaskan konsumen, bagi penyedia jasa hal tersebut merupakan kualitas pelayanan (Supranto, 2001). Sedangkan menurut Agus Dwiyanto kualitas pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan bagi pengguna jasa baik melalui pelayanan administrasi dan pelayanan teknis merupakan hasil kerja keras dari tiap organisasi (Dwiyanto, 2014).

Menurut Zeithaml et al. (1990:26) dalam (H. Susanto, 2014), dan Ioke et al, (Siew-Phaik Ioke, Ayankunle Adegbite Taiwo, Hanisah Mat Salim, 2011) mempersempit dimensi pokok yang menentukan kualitas pelayanan akademik dengan SERVQUAL dimensions yakni : (1) *Responsiveness* (daya tanggap terhadap keinginan mahasiswa atau kesanggupan untuk membantu pelayanan akademik secara tepat dan cepat kepada mahasiswa); (2) *Assurance* (jaminan atau pengetahuan, berperilaku, sopan dan santun, keramah-tamahan serta sifat terpercaya dari karyawan instansi dalam memberikan pelayanan akademik kepada mahasiswa); (3) *Reliability* (kemampuan atau keandalan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan waktu yang telah ditentukan); (4) *Empathy* (sikap peduli dan perhatian dengan memperhatikan nilai personal individual dari mahasiswa seperti mengingat nama mahasiswa); (5) *Tangibles* (bukti fisik dari kualitas layanan seperti fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi bagi mahasiswa).

Menurut Anastasia D. dan Ciptono (2001:403) dalam (Marthalina, 2018) pelayanan akademik adalah hal-hal yang diberikan dan berkaitan langsung dengan konsumen utama (mahasiswa) perguruan tinggi dimana pelayanan yang diberikan dapat berupa satuan materi sajian pembelajaran kurikulum, evaluasi, pembimbingan, silabus, penyajian materi, praktikum serta rancangan mutu perkuliahan.

Menurut Soemirat & Ardianto (Soemirat & Ardianto, 2012) mengatakan kesan, gambaran diri dan person khalayak pada perusahaan, baik kesan yang diciptakan dengan sengaja dari organisasi, orang atau objek merupakan citra. Begitu juga menurut Bill Canton (Sukatendel dalam Soemirat, 2013), mengemukakan bahwa citra adalah “*image : the impression, the feeling, the conception which the public has of a company ; a consciously created impression of an object, person or organization*”.

Pendapat Kotler (2000) dalam (Wahyu, 2015) identitas merupakan cara institusi atau organisasi menunjukkan dirinya pada masyarakat luas. Identitas dapat berupa bentuk logo perusahaan, misi dan visi institusi, atau fisik institusi yang berbeda dengan institusi lain (dapat berupa: interior/eksterior gedung, seragam pegawai, lingkungan, alat transportasi, leaflet, brosur dan lain sebagainya).

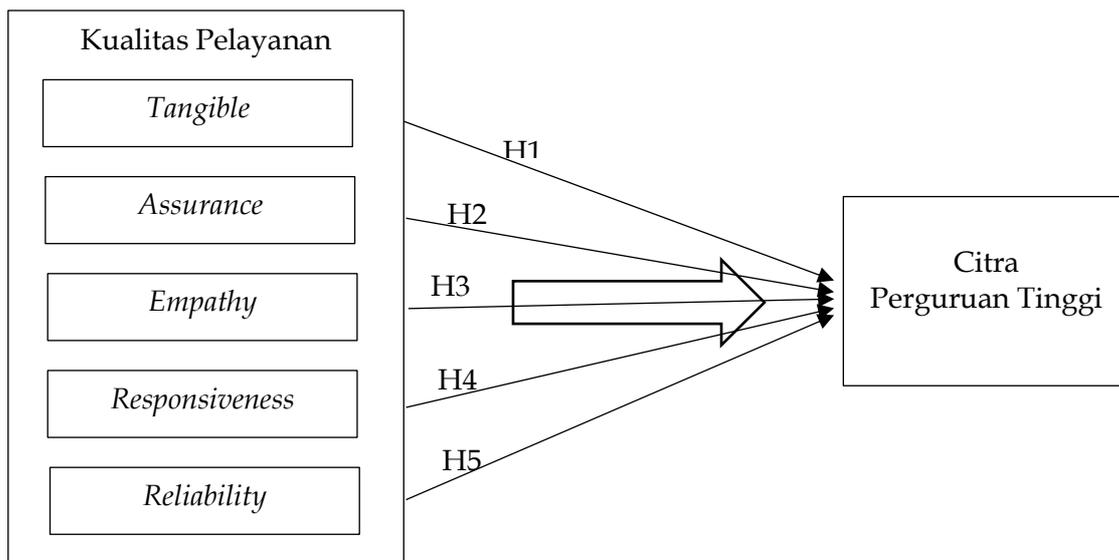
Penelitian dari Namdan limakrisna, (Limakrisna & Yoserizal, 2016) mendeskripsikan suatu corporate yang menunjukkan kemampuan menggambarkan secara menyeluruh memahami elemen2 yang dapat membangun kesan atau citra yang berpengaruh, sehingga kesan yang diperoleh memenuhi harapan dan membentuk identitas merk (*brand identity*).

Menurut kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2009) mengutip Zeithaml mengatakan *organization image as perceptions of an organization reflected in the association held in consumer memory*. Menurut Kim dan Jeong (Jeong & Koo, 2015) kesan dan citra yang baik dihati konsumen akan tercipta apabila perusahaan mengkomunikasikan identitasnya dan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan bernilai tinggi di mata konsumennya.

Dalam penelitian sebelumnya oleh Perengki Susanto (P. Susanto, 2012) menyusun penelitian berjudul Pengaruh kualitas Pelayanan Akademik dan Citra merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas akademik dan citra merek terhadap kepuasan mahasiswa beserta dengan implikasinya pada citra perguruan tinggi. Pendekatan kuantitatif bersifat eksplanatif, data diperoleh melalui koesioner dan diolah menggunakan analisis factor (SPSS) dan mendapatkan sampel 100 responden. Dan mendapatkan hasil penelitian yang berpengaruh signifikan.

Penelitian selanjutnya oleh Subagiyo (Subagiyo, 2015) menyusun penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa LP3I Cilegon. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa, sampel didapat sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian diketahui kualitas layanan dan citra perusahaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel independen yakni variabel X sebagai variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat).



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

(Sumber Zeithaml et al., 1990:26)

Kualitas Pelayanan Akademik merupakan ujung tombak akan citra intitusi, Hipotesis adalah hasil sementara dari rumusan masalah penelitian, dan rumusan penelitian telah dibuat dalam kalimat-kalimat pernyataan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. (Sugiyono, 2016) Berdasarkan uraian tersebut, maka dihipotesiskan bahwa :

H1 : *Tangible* berpengaruh nyata terhadap Citra

H2 : *Assurance* berpengaruh nyata terhadap Citra

H3 : *Empathy* berpengaruh nyata terhadap Citra

H4 : *Responsiveness* berpengaruh nyata terhadap Citra

H5 : *Reliability* berpengaruh nyata terhadap Citra

STIKOM InterStudi sebagai intitusi dituntut untuk terus meningkatkan dan memaksimalkan kualitas sumber dayanya agar dapat memberikan pelayanan akademik yang berkualitas sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa. Produk penting dari perguruan tinggi merupakan kualitas pelayanan akademik yang baik menghasilkan mahasiswa yang berprestasi dan tepat waktu dalam menyelesaikan studi, kualitas pelayanan akademik dihasilkan dari berbagai aspek yakni dengan kegiatan penyusunan kurikulum matakuliah, memfasilitasi sarana dan prasarana pendidikan seperti laboratorium komputer, perpustakaan, studio televisi, studio radio, serta fasilitas pendukung lainnya.

Citra STIKOM InterStudi tentunya tidak terbentuk dengan sendirinya, citra positif atau negatif terbentuk karena kerja keras yang telah dilakukan instansi, kualitas pelayanan akademik yang telah di dapat oleh mahasiswa selama perkuliahan akan menjadi tolak ukur citra positif atau citra negatif tersebut. Citra bukanlah barang ataupun jasa, akan tetapi

melalui proses dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan kepada mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Citra STIKOM InterStudi.

### Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan paradigma *positivism* berdasarkan dimana pengukuran fenomena sosial dijabarkan pada komponen masalah, variable, dimensi serta indikator. Menggeneralisasikan hal-hal yang belum diketahui kebenarannya akan peristiwa yang terjadi secara nyata dimana suatu kendala yang sudah diduga terjadi pada kelompok tertentu (Sugiyono, 2008). Populasi penelitian yaitu mahasiswa STIKOM InterStudi. Jenis penelitian ini bersifat *eksplanatif*, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *non probability sampling*. Berdasarkan perhitungan rumus sampel yang menggunakan *purposive sampling* dan mendapatkan hasil sampel sebanyak 95 responden.

Survei dilaksanakan dengan cara menyebarkan koesioner kepada mahasiswa yang terdaftar pada STIKOM InterStudi dengan karakteristik mahasiswa yang sedang melakukan Tugas Akhir di STIKOM InterStudi, Keseluruhan variabel diukur dengan mengadopsi skala likert (Sugiyono, 2008). Data kemudian diuji dan dianalisis menggunakan teknik analisa factor dengan program *SPSS*.

### Hasil dan Pembahasan

Seluruh responden dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa STIKOM InterStudi dengan mayoritas usia 18-24 tahun (85%) Wanita merupakan responden dominan (58,9%) dalam penelitian, dan Pria sebanyak (41,1%).

Tabel 1 Jenis Kelamin

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	39	41.1	41.1	41.1
Wanita	56	58.9	58.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Rata-rata responden (90,5%) yang menggunakan Pelayanan Akademik

Tabel 2 Pelayanan Akademik

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	86	90.5	90.5	90.5
	Tidak	9	9.5	9.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan semua variabel dan reliabel. Kedua variabel yakni kualitas pelayanan dan citra menampilkan nilai *Keiser-meyer Olkin* (KMO) lebih dari 0,5 lalu nilai *Croanbach Alpha* semua varibel menampilkan angka diatas 0,6.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	KMO	$\alpha$	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.618	0.895	Valid
Citra	0.646	0.910	Valid

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis bivariat dan analisis regresi linier sederhana, seluruh hipotesis terbukti dan signifikan secara statistik dengan nilai signifikansi dibawah 0.05. Hasil hipotesis menunjukkan perhatian kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi citra (Sig''0.000) dengan pengaruh kuat ( $R^2$  0.787) dan menjelaskan (0.619) adalah varians.

Tabel 4 Uji Hipotesis

Hipotesis	R	R Square	Sig
H1 Kualitas Pelayanan – Citra Institusi	0.787	0.619	0.000

Adapun dimensi yang diuji dalam analisis regresi ini adalah *Tangibles* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Empathy* (X4) dan *Reliability* (X5) tampak melalui nilai signifikansi yang terlihat pada tabel Coefficients dibawah ini:

Tabel 5 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.203	4.445		5.670	.000		
<i>Tangible</i>	1.429	.330	.365	4.334	.000	.526	1.901
<i>Responsiveness</i>	1.227	.331	.299	3.711	.000	.576	1.736
<i>Assurance</i>	.285	.391	.061	.728	.469	.523	1.913
<i>Emphaty</i>	1.399	.483	.265	2.896	.005	.447	2.240
<i>Reliability</i>	.037	.334	.011	.109	.913	.385	2.597

Pada tabel diatas hasil pengujian pengaruh dari masing-masing dimensi serta variabel kualitas pelayanan terhadap citra institusi, maka analisis regresi yang digunakan merupakan regresi parsial. Pada tabel terdapat 3 (tiga) dimensi pada variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh bagi kualitas pelayanan akademik yaitu dimensi *Tangible* di dapat nilai beta tertinggi yaitu sebesar 0,365, *Responsiveness* terdapat nilai beta sebesar 0,299, dan *emphaty* dengan nilai beta sebesar 0,265. hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan akademik terhadap citra STIKOM interStudi.

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang peneliti lakukan, dapat dilihat bahwa secara umum citra institusi dimata responden berada pada posisi yang dianggap sudah cukup baik, namun masih ada beberapa responden yang tidak mendapatkan pelayanan dengan baik sehingga memberikan penilaian citra yang kurang baik.

Perbedaan hasil dan nilai penelitian ini dengan penelitian sebelumnya (P. Susanto, 2012) dimana menunjukkan nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) sebesar 0,375 dengan level signifikan 0,000 pada alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa varibel kualitas layanan berpengaruh signifikan pada citra merek UNP. Selanjutnya nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) variabel citra merek sebesar 0,284 dengan level signifikansi 0,000 pada alpha 0,05 dan variabel kualitas nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) sebesar 0,429 dengan level signifikansi 0,000 pada alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas dan citra merek UNP berpengaruh signifikan pada

kepuasan. Sementara pada hasil penelitian ini pengaruh kualitas layanan akademik terhadap citra perguruan tinggi dengan pengaruh kuat ( $R^2$  0.787) dan menjelaskan (0.619) varians.

Perbedaan jumlah variabel dan indikator dalam butir koesioner menyebabkan adanya perbedaan hasil tersebut, Akan tetapi pada dasarnya, hasil penelitian ini dan penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai kajian literatur.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapat hasil analisis data mengenai kualitas pelayanan akademik terhadap citra STIKOM InterStudi dapat ditarik kesimpulan. Kualitas pelayanan akademik berpengaruh kuat dan signifikan terhadap citra, kualitas pelayanan yang positif atau baik dapat menimbulkan citra yang baik, begitu pula sebaliknya, kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan citra yang negatif atau kurang baik bagi STIKOM InterStudi.

Hipotesis menunjukkan perhatian kualitas pelayanan secara positif berpengaruh terhadap citra dengan besar pengaruh moderat dan menjelaskan varians. Dapat dilihat pada hasil korelasi dan uji parsial penilaian yang kecil dalam dimensi *Assurance* dan *Reliability* berdasarkan hal tersebut peneliti memberikan saran kepada STIKOM InterStudi dengan memberikan pelatihan dan edukasi agar para tenaga pendidik dan SDM (sumber daya manusia) STIKOM InterStudi pada bagian pelayanan akademik khususnya agar lebih memperbaiki sistem kerjanya, untuk lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan disenangi oleh mahasiswa, serta diharapkan memberikan informasi – informasi yang akurat sesuai kebutuhan mahasiswa.

## **Daftar Pustaka**

- Dwiyanto, A. (2014). Penilaian Kinerja Organisasi Pelayanan Publik. *Jurnal Kebijakan Publik*.
- Jeong, H.-J., & Koo, D.-M. (2015). Combined effects of valence and attributes of e-WOM on consumer judgment for message and product. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/intr-09-2013-0199>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing management (13th ed.). In *Prentice Hall*.
- Limakrisna, N., & Yoserizal, S. (2016). Determinants of marketing performance: empirical study at National Commercial Bank in Jakarta Indonesia. *SpringerPlus*. <https://doi.org/10.1186/s40064-016-3362-3>
- Marthalina. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Akademik dan Kepuasan Mahasiswa Di

- IPDN Kampus Jakarta: Jurnal MSDM.
- Parasuraman, A. (2002). Service quality and productivity: A synergistic perspective. *Managing Service Quality: An International Journal*.  
<https://doi.org/10.1108/096045202104>
- Rohim, S. (2009). Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi. *Rineka Cipta*.
- Siew-Phaik Loke, Ayankunle Adegbite Taiwo, Hanisah Mat Salim, and A. G. D. (2011). Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider. *2011 International Conference on Financial Management and Economics*.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). Dasar-dasar public relation. *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Subagiyo. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Lp3i Cilegon: Jurnal Lentera Bisnis.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.  
<https://doi.org/2008>
- Sugiyono, P. D. metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Alfabeta, cv. (2016).
- Sukatendel dalam Soemirat. (2013). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Supranto. (2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. *Jakarta, Rineka Cipta*.
- Suratno, F. G. S., & Purnama, N. (2004). Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua. *Sinergi*.  
<https://doi.org/10.20885/sinergi.vol7.iss1.art5>
- Susanto, H. (2014). PENGARUH LAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS TERBUKA PADA UNIT PROGRAM BELAJAR JARAK JAUH (UPBJJ) MATARAM. *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*. <https://doi.org/10.33830/ptjj.v15i2.592.2014>
- Susanto, P. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *TINGKAP*.
- Wahyu, D. W. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Non Akademik Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Di Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri, 1(2)*, 28–35. Retrieved from <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/jtmi/article/view/152>