

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA MELALUI KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN SERTA PERAN KEPERIBADIAN AGREEABLENESS PADA PROGRAM STUDI BISNIS UNIVERSITAS XYZ

GEBY SALSABELLA ABDULLAH



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA*

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan dan Kepercayaan serta Peran Kepribadian *Agreeableness* pada Program Studi Bisnis Universitas XYZ” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Desember 2025

Geby Salsabella Abdullah
K1501232105

* Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerjasama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerjasama yang terkait



RINGKASAN

GEBY SALSABELLA ABDULLAH. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan dan Kepercayaan serta Peran Kepribadian *Agreeableness* pada Program Studi Bisnis Universitas XYZ. Dibimbing oleh HARTOYO dan MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Persaingan pendidikan tinggi yang semakin ketat menuntut program studi tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga mampu mengelola kualitas layanan secara terstruktur dan terukur guna membentuk pengalaman mahasiswa yang bermutu serta mendorong loyalitas sebagai modal reputasi dan keberlanjutan program. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif jenjang sarjana (S1) semester 6 dan 8 tahun 2025 di Program Studi Bisnis Universitas XYZ untuk menganalisis mekanisme pembentukan loyalitas melalui kualitas layanan pendidikan tinggi (HESQUAL) sebagai konstruk orde kedua, kepuasan, dan kepercayaan, serta menilai kontribusi *agreeableness* sebagai faktor individual. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas, serta kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Selain itu, pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan dan kepercayaan juga terbukti signifikan, sehingga jalur kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terkonfirmasi sebagai mekanisme utama pembentukan loyalitas mahasiswa.

Sementara itu, *agreeableness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan maupun kepercayaan, tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecenderungan prososial dan orientasi pada harmoni relasi lebih terkait dengan perilaku loyal dibandingkan evaluasi kepuasan atas layanan. Implikasi manajerial penelitian ini menegaskan perlunya program studi memprioritaskan perbaikan layanan secara menyeluruh pada aspek akademik inti, keandalan layanan administratif, kualitas fasilitas penunjang, serta lingkungan pembelajaran yang kondusif untuk meningkatkan kepuasan, sekaligus memperkuat kepercayaan melalui transparansi informasi, konsistensi kebijakan, dan responsivitas layanan.

Secara komplementer, temuan *agreeableness* dapat dioptimalkan melalui strategi relasional yang memperkuat keterlibatan dan rasa memiliki mahasiswa, antara lain melalui program pendampingan sebaya, komunitas pembelajaran kolaboratif, serta skema advokasi mahasiswa yang etis untuk mendorong rekomendasi positif dan keterikatan jangka panjang, tanpa menggantikan kebutuhan pembenahan layanan inti.

Kata kunci: *Agreeableness*, Kepuasan, Kepercayaan, Layanan Pendidikan Tinggi, Loyalitas.

SUMMARY

GEBY SALSABELLA ABDULLAH. The Influence of Service Quality on Student Loyalty through Satisfaction and Trust and the Role of Agreeableness Personality in the Business Study Program of XYZ University. Supervised by HARTOYO and MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Higher education competition is intensifying, requiring study programs not only to excel academically but also to manage service quality in a structured and measurable manner to create a high-quality student experience and foster loyalty as a key asset for reputation and program sustainability. This study was conducted among active undergraduate (bachelor's) students in semesters 6 and 8 in 2025 at the Business Study Program of Universitas XYZ to examine the mechanism through which student loyalty is formed through higher education service quality (HESQUAL) as a second order construct, satisfaction, and trust, while also assessing the contribution of agreeableness as an individual factor. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on satisfaction, satisfaction has a significant effect on both trust and loyalty, and trust has a significant effect on loyalty. In addition, the indirect effect of service quality on loyalty through satisfaction and trust is also significant, confirming the service quality, satisfaction, and trust pathway as the primary mechanism underlying student loyalty formation.

Meanwhile, agreeableness does not have a significant effect on satisfaction and does not show a significant indirect effect through satisfaction or trust. However, it has a positive and significant direct effect on loyalty. This finding suggests that prosocial tendencies and a harmony-oriented interpersonal orientation are more closely associated with loyal behavior than with evaluative satisfaction judgments about services. The managerial implications of this study highlight the need for the study program to prioritize comprehensive service improvements in core academic delivery, the reliability of administrative services, the quality of supporting facilities, and a conducive learning environment to enhance satisfaction, while simultaneously strengthening trust through information transparency, policy consistency, and service responsiveness.

Complementarily, the agreeableness finding can be leveraged through relational strategies that reinforce student engagement and a sense of belonging, such as peer mentoring programs, collaborative learning communities, and ethical student advocacy schemes to encourage positive word of mouth and long-term attachment, without substituting for the improvement of core services.

Keywords: Agreeableness, Higher Education Service Quality, Loyalty, Satisfaction, Trust



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB



PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA MELALUI KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN SERTA PERAN KEPERIBADIAN AGREEABLENESS PADA PROGRAM STUDI BISNIS UNIVERSITAS XYZ

GEBY SALSABELLA ABDULLAH

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Tim Penguji Luar Komisi pada Ujian Tesis:

- 1 Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.
- 2 Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan dan Kepercayaan serta Peran Kepribadian *Agreeableness* pada Program Studi Bisnis Universitas XYZ

Nama : Geby Salsabella Abdullah

NIM : K1501232105

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc



Pembimbing 2:

Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana

Manajemen dan Bisnis:

Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.

NIP 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:

Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.

NIP 196812291992031016



Tanggal Ujian Tesis: 16 Desember 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Desember 2025 ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan dan Kepercayaan serta Peran Kepribadian *Agreeableness* pada Program Studi Bisnis Universitas XYZ”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc dan Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si selaku komisi pembimbing yang telah banyak memberikan semangat, saran, serta arahan selama penyusunan tesis sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, MS., Dr. Tanti Novanti, S.P., M.Si., Dr. Zenal Asikin, S.E., M.Si., serta seluruh keluarga besar Sekolah Bisnis IPB University atas seluruh kesempatan, dukungan, dan pembelajaran yang telah diberikan.
3. Kedua orang tua yaitu Ir. Syaiful Abdullah, M.T. dan Connie Kartarina Noor, S.H. yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, serta dukungannya.
4. Muhammad Farizqi Sulistyoaji selaku orang terdekat penulis yang selalu memberikan motivasi dan dukungan penuh hingga sampai pada titik ini.
5. Rekan – rekan beasiswa penulis yaitu Siti Safira, Thania Usamah, Nurhakim Siswanto, Nanda Kurniawati, dan Namyra Mumtaz atas segala dukungan, inspirasi, serta kebersamaan selama proses studi ini.
6. Sahabat penulis yaitu Suherni, Sepdia Qurrota, Adis Dwi Maqfirah atas masukan, semangat, serta dukungannya selama proses studi ini.
7. Teman-teman angkatan E89 Magister Manajemen dan Bisnis yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Desember 2025

Geby Salsabella Abdullah



DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	i
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Higher Education Service Quality (HESQUAL)</i>	7
2.2 Kepercayaan	8
2.3 Kepuasan	9
2.4 Loyalitas	10
2.5 <i>Agreeableness</i>	11
2.6 Pengaruh <i>Higher Education Service Quality (HESQUAL)</i> Terhadap Kepuasan	13
2.7 Pengaruh Kepuasan Terhadap Kepercayaan	14
2.8 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas	15
2.9 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas	15
2.10 Pengaruh <i>Agreeableness</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas	16
2.11 Kerangka Pemikiran Konseptual	17
III METODE	19
3.1 Lokasi, Waktu, dan Pendekatan Penelitian	19
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	19
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.5 Variabel Penelitian	20
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	25
3.7 Metode <i>Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	26
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Karakteristik Responden	29
4.2 Deskripsi Indikator Variabel	34
4.3 Hasil Analisis SEM-PLS	45
4.4 Kontribusi Indikator Terhadap Masing-Masing Variabel	51
4.5 Pengujian Hipotesis	62
4.6 Kontribusi Teori Penelitian	69
4.7 Implikasi Manajerial	72
4.8 Keterbatasan Penelitian	75
V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
RIWAYAT HIDUP	83



DAFTAR TABEL

1.1	Data perkembangan pendidikan tinggi di Indonesia 2018-2022	1
1.2	QS <i>World University Rankings</i> 2026	4
3.1	Skala Likert	20
3.2	Variabel penelitian dan indikator	20
3.3	Ukuran kriteria kesesuaian model	28
4.1	Jenis kelamin, usia, angkatan, dan tipe kelas responden	29
4.2	Domisili responden	30
4.3	Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) responden	31
4.4	Pendidikan dan penghasilan orang tua responden	31
4.5	Latar belakang responden	33
4.6	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kualitas administratif	35
4.7	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kualitas lingkungan fisik	36
4.8	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kualitas pendidikan inti	36
4.9	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kualitas fasilitas penunjang	38
4.10	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kualitas transformatif	39
4.11	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kepercayaan	41
4.12	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator kepuasan	42
4.13	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator loyalitas	43
4.14	Sebaran jawaban responden berdasarkan indikator <i>agreeableness</i>	44
4.15	Hasil uji SEM PLS	45
4.16	Hasil uji CR dan VE	49
4.17	Hasil uji <i>R-square</i>	49
4.18	Hasil uji <i>f-square</i>	51
4.19	Kontribusi indikator terhadap kualitas administratif	52
4.20	Kontribusi indikator terhadap kualitas lingkungan fisik	53
4.21	Kontribusi indikator terhadap kualitas pendidikan inti	54
4.22	Kontribusi indikator terhadap kualitas fasilitas penunjang	56
4.23	Kontribusi indikator terhadap kualitas tranformatif	57
4.24	Kontribusi indikator terhadap kepercayaan	58
4.25	Kontribusi indikator terhadap kepuasan	59
4.26	Kontribusi indikator terhadap loyalitas	60
4.27	Kontribusi indikator terhadap kepribadian	61
4.28	Hasil estimasi pengaruh langsung pada model SEM	62
4.29	Hasil estimasi pengaruh tidak langsung antar variabel	63
4.30	Implikasi manajerial HESQUAL	72
4.31	Implikasi manajerial <i>Agreeableness</i>	75



DAFTAR GAMBAR

2.1	Model penelitian	18
3.1	Model hybrid SEM	27
4.1	Model hasil uji SEM-PLS dengan <i>first order</i>	47
4.2	Model hasil uji SEM-PLS dengan <i>second order</i>	48



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.