

Kualitas Layanan, Citra, dan Kepercayaan Institusi Dalam Memprediksi Praktik Pendidikan Tinggi Berkelanjutan

Aditya Pandowo¹, Miryam Lonto²

¹ Manajemen, Universitas Negeri Manado, Indonesia

² Akuntansi, Universitas Negeri Manado, Indonesia

 aditya.pandowo@unima.ac.id

Submitted : 04-11-2025

Revised : 09-12-2025

Accepted : 11-12-2025

How to cite:

Pandowo, A & Lonto, M. (2025). Kualitas Layanan, Citra dan Kepercayaan Institusi Dalam Memprediksi Praktik Pendidikan Tinggi Berkelanjutan. *Manajemen dan Kewirausahaan*. 6(2), 127-142.

<https://doi.org/10.52682/mk.v6i2.12791>

Copyright 2025 by the authors

Licensed under Commons Attribution International

License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan penggunaan metode SERVPERF dalam mengukur kinerja layanan pada sektor lembaga pendidikan tinggi. SERPERF merupakan metode evaluasi kinerja kualitas pelayanan yang menjadi perbaikan dari metode SERVQUAL yang selama ini lebih dikenal. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dimana responden ditarik dari sivitas akademika perguruan tinggi dengan kriteria telah menempuh masa studi minimal 1 tahun (2 semester). Dengan menggunakan *structural equation model*, hasil penelitian menunjukkan praktek pendidikan tinggi berkelanjutan secara langsung dipengaruhi oleh kualitas layanan, citra institusi, dan komitmen. Sementara itu, kepercayaan ditemukan tidak signifikan sebagai prediktor pendidikan tinggi berkelanjutan. Temuan lainnya menunjukkan adanya peran mediasi yang dilakukan oleh citra institusi dan kepercayaan atas hubungan kualitas layanan dan praktek pendidikan tinggi berkelanjutan. Hasil ini mendemonstrasikan peran citra dan kepercayaan institusi memegang peran krusial dalam mengimplementasikan pendidikan tinggi berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pemangku kepentingan lembaga pendidikan tinggi dalam mengambil kebijakan sehubungan dengan praktek berkelanjutan pada institusi pendidikan tinggi.

Kata kunci: citra; kepercayaan; komitmen; kualitas layanan; pendidikan tinggi berkelanjutan

ABSTRACT

The purpose of this research is to implement the use of the SERVPERF method in measuring service performance in the higher education institution sector. SERPERF is a service quality performance evaluation method that is an improvement of the SERVQUAL method, that has been better known. The data in this study used primary data where respondents were drawn from the college academic community, with the criteria of having taken a minimum study period of 1 year (2 semesters). Using the structural equation model, the results showed that sustainable higher education practices are directly influenced by service quality, institutional image, and commitment. Meanwhile, trust was found to be insignificant as a predictor of sustainable higher education. Other findings indicate the mediating role played by institutional image and trust in the relationship between service quality and sustainable higher education practices. These results demonstrate the role of institutional image and trust play a crucial role in implementing sustainable higher education. These findings may

contribute to the stakeholders of higher education institutions in making policies with respect to sustainable practices in higher education institutions.

Keywords: *image; trust; commitment; service quality; higher education sustainability*

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan elemen penting dari suatu unit pemasaran dalam perusahaan yang mampu menggambarkan kinerja perusahaan secara umum. Performa yang ditunjukkan oleh suatu produk kemudian akan menjadi konsekuensi dan perilaku individu sesudahnya. Pengalaman masa lalu dan harapan atas kinerja produk kemudian menjadi alasan seseorang berperilaku jika diperhadapkan pada situasi yang sama.

Berbagai penelitian telah membahas motivasi individu dalam berperilaku sebagai reaksi atas pengalaman sebelumnya. Memahami mengapa orang mengambil keputusan dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi niat perilaku mereka dalam memilih mengambil keputusan adalah hal mendasar bagi pemasar. Studi-studi ini telah menemukan bahwa ada beberapa faktor yang memotivasi orang untuk berperilaku yaitu sikap (Aditia et al., 2018), kepuasan dan kepercayaan (Chao, 2019). Dalam penelitian ini, fokus subyek berada pada institusi pendidikan tinggi. Institusi pendidikan tinggi merupakan lembaga yang memiliki fitur komersial karena didorong oleh perkembangan pendidikan global sehingga perlu untuk memperlengkapi dirinya dengan nilai-nilai yang akan menjadi daya tarik bagi konsumen potensial. Dimana dimana orientasi layanan menjadi titik utama pelayanan, maka aspek akademik, aspek non-akademik, akses, reputasi, dan program pendidikan yang ditawarkan menjadi elemen penting bagi institusi pendidikan tinggi.

Berbagai metode kemudian diimplementasikan untuk mengukur kinerja layanan organisasi seperti Servqual (Parasuraman et al., 1988) dengan berfokus pada dimensi *tangible, emphaty, responsibility, responsiveness*, dan *assurance*. Dalam perkembangannya, model ini kerap digunakan sebagai kerangka kinerja layanan meski tidak terlepas dari berbagai kritikan yang berkaitan dengan model, interpretasi, dan instrumen (Buttle, 1996). Meski demikian, eksistensi Servqual masih terus dipertahankan sepanjang relevan dengan isu yang ada. Untuk mengisi kekosongan itu, Cronin & Taylor (1992) kemudian merumuskan konseptualisasi pengukuran kualitas layanan berbasis kinerja, yaitu Servperf (*Service Performance*). Model ini kemudian berkembang dan direplikasi pada berbagai sektor seperti kesehatan (Akdere et al., 2020), perbankan (Fragoso & Espinosa, 2017), ataupun transportasi (Ingaldi, 2016). Sementara dalam industri pendidikan, pertentangan penggunaan metode Servperf semakin terbelah akibat munculnya metode Hedperf (Abdullah, 2006) ataupun HESQual (Teeroovengadum et al., 2019).

Temuan tersebut menjadi manifestasi bahwa tidak cukup studi telah dilakukan untuk menegaskan atau memverifikasi niat perilaku pemangku kepentingan terhadap pemanfaatan metode SERPERF dalam konteks pendidikan tinggi terutama di Indonesia. Hal ini dipandang penting karena pendidikan tinggi merupakan salah satu pilar pengembangan ekonomi nasional (Ali et al., 2016) sehingga dipandang perlu untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan

oleh industri. Atas dasar inilah penelitian ini berusaha mengembangkan metode SERPERF yang diperluas untuk memahami pola niat perilaku potensial yang kemungkinan akan mendukung atau menghambat pemanfaatan sistem SERVPERF di lembaga pendidikan tinggi di Indonesia.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada institusi untuk memberikan perhatian lebih pada elemen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk pertimbangan dalam penyusunan anggaran, sehingga menghasilkan susunan anggaran yang efektif dan efisien dan dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Adapun kontribusi dari penelitian ini adalah memperluas model intensitas perilaku dengan memasukkan variabel eksternal serta menguji hubungannya dengan aplikasi SERPERF di sektor pendidikan tinggi. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini ditujukan untuk menilai hubungan yang ada antara anteseden niat perilaku, dan bagaimana dampaknya terhadap penggunaan SERPERF di perguruan tinggi di Indonesia.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan adalah konsep umum yang digunakan untuk mengevaluasi dan mengukur kinerja produk. Konsep ini didefinisikan sebagai sejauh mana suatu perusahaan dapat menyediakan layanan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas layanan merujuk pada keunggulan layanan dalam memberikan kinerja (Kotler dan Armstrong, 2023), dibandingkan dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Ini adalah konsep yang dibangun berdasarkan elemen-elemen terkait dengan penyampaian produk ke tangan konsumen. Kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan pada konsumen (Rumagit & Pandowo, 2020), meningkatkan loyalitas (Kereh et al., 2022), sehingga pelanggan dapat berbagi pengalaman melalui mekanisme word of mouth (Sumampouw et al., 2022; Mamuaya & Pandowo, 2020).

Kualitas layanan mencakup lima dimensi, pertama, tidak berwujud, (*tangible*), penampilan fasilitas fisik, peralatan, bahan komunikasi, dan teknologi. Semua ini memberikan petunjuk yang signifikan kepada pelanggan mengenai kualitas layanan perusahaan. Selain itu, dimensi ini meningkatkan citra perusahaan. Kedua, empati (*emphaty*), merupakan perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan oleh bank atau perusahaan layanan mereka. ketiga, keandalan (*reliabilitas*), berupa kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat. Dalam arti yang lebih luas, keandalan mencakup komitmen perusahaan terkait pengiriman, penyediaan layanan, penyelesaian masalah, dan penetapan harga. Keempat, responsivitas (*responsiveness*), merujuk pada kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat. Dimensi ini berfokus pada sikap dan kecepatan dalam menangani permintaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah pelanggan, dan terakhir jaminan, merupakan pengetahuan karyawan, keramahan, dan kemampuan perusahaan serta karyawannya untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan.

2.2. Praktik Pendidikan Tinggi Berkelanjutan (*Sustainable Higher Education*)

Dalam upaya untuk mempertahankan keberlanjutan mereka, lembaga pendidikan tinggi memasukkan pengembangan diri ke dalam kurikulum mereka. Tentu saja, penting

untuk mempertimbangkan persepsi mahasiswa agar lembaga dapat memahami dan menyediakan program berkualitas yang berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan. Keberlanjutan pendidikan tinggi didefinisikan sebagai institusi yang menangani, terlibat, dan secara aktif memperkenalkan dampak lingkungan, ekonomi, sosial, dan kesehatan yang dihasilkan, baik pada skala lokal, regional, maupun global, dengan memberdayakan sumber dayanya untuk memenuhi kewajiban dan membantu komunitas menuju gaya hidup berkelanjutan (Velasquez dalam Ozdemir et al., 2020). Dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, definisi ini diartikan sebagai kemampuan institusi pendidikan tinggi untuk secara aktif terlibat dalam implementasi Tiga Pilar Pendidikan Tinggi dengan memanfaatkan sumber dayanya untuk melayani masyarakat.

Untuk menilai praktik berkelanjutan di perguruan tinggi, empat dimensi dapat digunakan, yaitu (1) keterlibatan masyarakat, (2) komitmen dan pemantauan berkelanjutan, (3) limbah dan energi, serta (4) perencanaan dan penggunaan lahan. Pengembangan dan implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan berfungsi sebagai sumber dukungan bagi peserta dalam mengadopsi nilai, sikap, dan perilaku berkelanjutan.

Beberapa faktor pendahulu diyakini dapat memprediksi keberadaan praktik pendidikan tinggi berkelanjutan, seperti kualitas layanan (Chaudhary & Dey, 2021). Selain itu, penggunaan teknologi dan informatika (Gonzales-Amar et al, 2020). Zamora-Polo dan Sanchez-Martin (2019) mengidentifikasi lima dimensi yang berkontribusi pada keberlanjutan dalam pendidikan tinggi, yaitu mahasiswa, kompetensi mahasiswa, dosen, metode pengajaran, dan aliansi terkait institusi. Pada akhirnya, praktik pendidikan tinggi berkelanjutan menjadi esensial mengingat perannya dalam meningkatkan kepuasan (Chaudhary & Dey, 2021).

2.3. Kinerja Layanan (*Service Performance*)

Kualitas layanan lebih lanjut disempurnakan oleh (Cronin & Taylor, 1992), yang mengembangkan model SERVPERF. Berbeda dengan SERVQUAL, yang membandingkan persepsi layanan dengan ekspektasi pengguna, SERVPERF berfokus pada pemeliharaan persepsi kualitas layanan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, SERVPERF ditemukan menghasilkan estimasi kualitas layanan yang lebih andal dan valid dengan varians yang lebih besar, sehingga menunjukkan bias yang lebih kecil dibandingkan dengan SERVQUAL. Temuan mereka menunjukkan bahwa SERVPERF menunjukkan kinerja yang lebih unggul, dengan daya prediksi yang lebih besar dan akurat. Hal ini dikaitkan dengan fakta bahwa SERVPERF tidak memasukkan ekspektasi pengguna, yang dapat menjadi sumber bias dalam pengukuran kualitas.

Citra pendidikan tinggi mencerminkan reputasi yang dimiliki oleh lembaga pendidikan dalam menyediakan layanan akademik dan non-akademik kepada penggunaannya. Penelitian yang dikembangkan oleh (Ali et al., 2016) menyebutkan citra sebagai motivasi bagi lembaga untuk menyediakan layanan. Temuan ini kemudian dikonfirmasi oleh (Teeroovengadum et al., 2019), yang mengklasifikasikan kualitas layanan menjadi dimensi teknis dan fungsional. Kedua studi tersebut menjadi pertimbangan dalam penelitian saat ini, meskipun (Sultan & Wong, 2013) mengidentifikasi kesulitan dalam menetapkan hubungan antara kualitas layanan dan citra institusi, dengan mengasumsikan pendidikan tinggi sebagai aset untuk

kesejahteraan sosial dan pengembangan manusia. Namun, penelitian ini tetap mengusulkan:

H1: kinerja layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra institusi

Kepercayaan adalah norma emosional individu yang meyakini kemampuan atribut untuk berfungsi. Berdasarkan pengalaman positif di masa lalu, individu meyakini bahwa mereka akan mencapai hasil serupa setiap kali menjalani suatu proses. Dalam konteks pendidikan tinggi, kepercayaan terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh suatu institusi menentukan integritas institusi, dan kinerja layanan yang andal membangun kepercayaan mahasiswa. Hal ini telah dibuktikan oleh (Suparjo & Sunarsih, 2018), yang percaya bahwa persepsi kualitas layanan, terutama yang relevan, tepat waktu, dan dapat diandalkan, dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Demikian pula, (Sultan & Wong, 2012) mengemukakan pandangan serupa dalam penelitian mereka di Australia. Oleh karena itu:

H2: kinerja layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan institusi

Dari perspektif mahasiswa, kualitas layanan yang tinggi mendorong penerapan praktik pendidikan tinggi yang berkelanjutan. Hal ini dapat dicapai melalui layanan dukungan informal, program penjangkauan masyarakat, dan kemitraan dengan pemerintah, seperti yang diusulkan oleh (Ozdemir et al., 2020). Temuan ini juga dikonfirmasi oleh (Chaudhary & Dey, 2021) dalam mengeksplorasi hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan praktik berkelanjutan yang dilakukan oleh institusi pendidikan tinggi di India.

H3: kinerja layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik pendidikan tinggi berkelanjutan

2.4. Citra Institusi

Dalam konteks lembaga pendidikan tinggi, konseptualisasi citra institusi seringkali beririsan dengan reputasi. Citra didefinisikan sebagai profil kepribadian yang melekat pada suatu organisasi yang dibangun oleh individu-individu (Ali et al., 2016). Dalam konteks lembaga pendidikan tinggi, citra dapat didefinisikan sebagai persepsi positif, baik secara kognitif maupun emosional, yang mempertimbangkan berbagai elemen tangible dan intangible, nilai-nilai, serta komunikasi.

Dalam konteks lembaga pendidikan tinggi, citra kemudian diklasifikasikan ke dalam empat dimensi: (1) komunikasi eksternal dan nilai-nilai, (2) kesadaran nasional dan internasional, (3) nilai ekonomi, dan (4) fasilitas universitas (Alcaide-Pulido et al., 2017). Dalam temuan mereka, komunikasi eksternal dan nilai-nilai mencakup informasi yang jelas, komprehensif, dan esensial, terutama terkait biaya, ketersediaan beasiswa, fasilitas, dan tenaga pengajar. Kesadaran nasional dan internasional merujuk pada sejauh mana mahasiswa menyadari dan mengenali keberadaan institusi tersebut. Dalam konteks ini, kesadaran terkait dengan citra dan reputasi universitas. Nilai ekonomi berkaitan dengan rasio biaya-kualitas, di mana mahasiswa mengevaluasi nilai yang dirasakan terkait biaya kuliah. Fasilitas universitas mencakup lingkungan yang mendukung yang membantu mahasiswa dalam kehidupan akademik mereka, termasuk program, perpustakaan, fasilitas teknis lainnya, serta lokasi, kualitas pengajaran, dan infrastruktur pendukung (Manzoor et al., 2021).

Citra pendidikan tinggi menjadi sangat penting karena dapat menentukan keberlanjutan program, menarik minat mahasiswa, mempertahankan tingkat retensi, dan mengelola cakupan pendanaan. Citra pendidikan tinggi berfungsi sebagai landasan bagi mahasiswa untuk mengevaluasi program dan layanan secara berkelanjutan (Sultan & Wong, 2012). Konstruk lain yang sering diakui sebagai prediktor citra institusi adalah kualitas layanan (Faria & Mendes, 2013), baik dalam bentuk fungsional maupun transformatif (Teeroovengadum et al., 2019). Oleh karena itu, institusi memerlukan manajemen untuk menjaga dan mengembangkan citra yang unik. Hal ini karena citra positif pendidikan tinggi akan meningkatkan kepercayaan mahasiswa, memberikan kepuasan, dan bahkan membangun loyalitas di antara mereka (Schlesinger et al., 2017; Teeroovengadum et al., 2019). Selain itu, mereka cenderung terlibat dalam perilaku word-of-mouth (Yousaf et al., 2020), yang tentunya bermanfaat bagi institusi dan memudahkan aktivitas pemasaran institusi.

Citra universitas menjadi elemen dalam mengidentifikasi pendidikan tinggi yang berkelanjutan dan menjadi atribut yang penting. Dalam konteks ini, peran perilaku warga menjadi penanda peran dan partisipasi aktif aktor dalam menciptakan nilai pendidikan tinggi berkelanjutan. Sebagaimana ditemukan oleh Alwi dan Kitchen (2014), citra institusi akan mempengaruhi perilaku pasca tindakan, sedangkan Manzoor et al. (2020) merumuskan model dampak citra institusi terhadap pendidikan tinggi berkelanjutan. Dengan demikian:

H1: citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik pendidikan tinggi berkelanjutan

2.5. Kepercayaan Institusi

Kepercayaan merupakan landasan bagi individu untuk membangun hubungan dengan orang lain. Dalam konteks pendidikan tinggi, kepercayaan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang mahasiswa bersedia mempercayai suatu institusi untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dan bermanfaat guna mencapai tujuan akademik dan karirnya di masa depan (Lewicka, 2022).

Kepercayaan mencakup dua komponen utama: kognitif, yang didasarkan pada pengetahuan, dan afektif, yang didasarkan pada pengaruh (Young dan Daniel dalam Lewicka, 2022). Komponen kognitif merujuk pada seperangkat keyakinan tentang mitra hubungan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman bersama, yang berasal dari tindakan, kompetensi, dan tanggung jawab dalam konteks masa lalu dan masa depan (Morita & Burns, 2014). Sementara itu, kepercayaan afektif didasarkan pada minat bersama, komunikasi terbuka, kejujuran, interaksi, dan niat bersama untuk mempertahankan hubungan yang telah terbentuk berdasarkan nilai-nilai bersama, kedekatan, persahabatan, dan koneksi emosional (Chowdury dalam Lewicka, 2022).

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa konstruk yang terkait dengan kepercayaan di institusi pendidikan tinggi. Integritas dan keandalan muncul sebagai prediktor kuat dalam mengukur kepercayaan, yang mempengaruhi dukungan perilaku dan komitmen (Francioni et al., 2021). Konstruk lain yang terkait dengan kepercayaan meliputi kualitas layanan, citra institusi (Sultan & Wong, 2012), tanggung jawab sosial dan loyalitas (Latif et al., 2021), komitmen, dan dukungan donasi (Francioni et al., 2021).

H4: kepercayaan institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik pendidikan tinggi berkelanjutan

3. METODE RISET

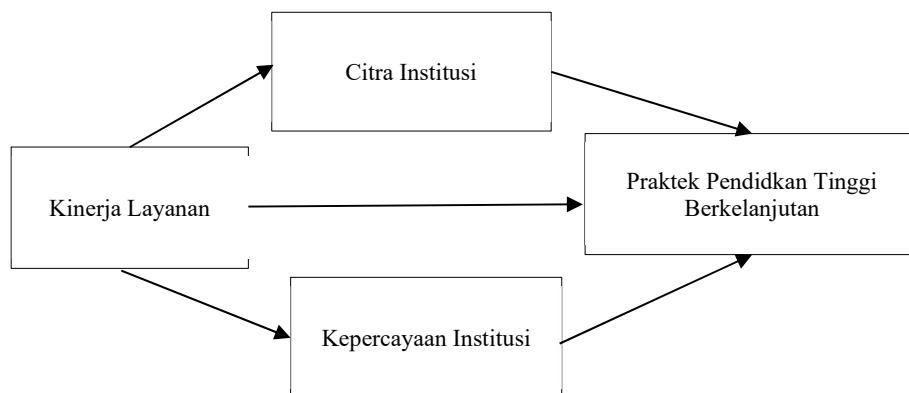
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yang memberikan gambaran atau penjelasan mengenai keadaan objek, aktivitas, proses, dan manusia. Pengambilan data primer dengan menyebarluaskan angket melalui media internet.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kabupaten Minahasa di Tondano. Penarikan sampel menggunakan pendekatan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini sebagai syarat penggunaan metode *purposive sampling* adalah sedikitnya telah bergabung dengan perguruan tinggi minimal 2 tahun (4 Semester). Kriteria ini diambil dengan maksud responden sudah dapat mengakses dan menilai berdasarkan pengalaman selama menjadi mahasiswa. Jika mengikuti anjuran minimum sample adequacy sejumlah 5 kali jumlah parameter. Untuk menghindari kekurangan sample maka sebanyak 2 kali lipat dari jumlah minimum sample akan diambil dalam penelitian ini.

Penyusunan kuesioner dilakukan dengan membagi kedalam dua bagian. Kuesioner berbentuk tertutup dimana calon responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Bagian pertama berisikan data pribadi responden yang berfungsi untuk deskripsi demografis. Pada bagian ini juga *discreening* karakteristik responden yang berhubungan dengan perilaku pembelian produk *toiletries*. Bagian kedua merupakan berisikan sejumlah pernyataan/parameter yang digunakan sebagai representasi konstruk. Semua parameter menggunakan skala 7-Likert like scale.

Sebelum pengujian hipotesis, sejumlah pengujian akan dilaksanakan untuk memenuhi syarat. Pertama, data demografis responden akan dideskripsikan kedalam empat elemen, usia, jenis kelamin, dan lama studi. Kedua, tes validitas dan reliabilitas untuk menguji sejauh mana parameter dapat digunakan untuk menjelaskan konstruk dan konsisten dipakai dalam penelitian selanjutnya. Sebuah parameter dikatakan valid jika nilai factor loading lebih besar dari 0.4, sedangkan nilai Cronbach Alpha untuk mengestimasi reliabilitas sebaiknya diatas 0.6. Ketiga, pengujian hipotesis dan penemuan-penemuan penting lainnya yang bisa dijadikan sebagai temuan baru (novelty) atau menjawab senjangan penelitian (research gap) dalam penelitian ini.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Responden

Hasil penelitian menguraikan secara langsung mengenai apa yang diobservasi dan diperoleh pada penelitian. Bagian ini menarasikan hasil penelitian tanpa memberikan interpretasi atau evaluasi. Kuesioner dibagikan dengan menggunakan link kepada mahasiswa dengan kriteria telah menempuh proses pembelajaran minimal 1 tahun (2 semester). Kriteria ini dijadikan pedoman sebagai syarat responden telah merasakan dan mampu mempersepsikan layanan dan implementasi kebijakan institusi. Sebanyak 180 responden mengisi kuesioner dan layak digunakan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Demografis Responden		Frekuensi (n=180)	Persentase
Usia	19	33	18.34
	20	76	42.22
	21	50	27.77
	22	12	6.67
	23	7	3.89
	24	2	1.11
Jenis Kelamin	Pria	57	31.67
	Wanita	123	68.33
Lama Studi	< 2 Tahun	33	18.33
	3-5 Tahun	138	76.67
	> 5 Tahun	9	5.00

Sumber: data olahan, 2025

Berdasarkan tabel 1, 180 responden diklasifikasi berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, dan lama studi. kelompok usia dibagi dalam 6 (lima) kelompok dengan kelompok usia terbanyak pada usia 20 tahun (42.22%), diikuti usia 21 tahun (27.77%), dan usia 19 tahun (18.34%). Kelompok usia terkecil adalah 24 tahun (1.11%). Berdasarkan jenis kelamin, responden wanita (68.33%) merupakan kelompok responden terbanyak, sedangkan sisanya (31.67%) merupakan responden pria. Kelompok lama studi selaras dengan usia responden dimana kelompok 2-4 tahun tercatat sebagai responden terbesar (76.67%), diikuti oleh minimal 2 tahun (18.33%), dan > 5 tahun (5%).

4.2. Uji Instrumen

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrument atau parameter dapat mengukur variable sedangkan pengujian reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana parameter konsisten dalam mengukur variable meski digunakan berulang kali. Dalam penelitian ini, penggunaan Smart PLS merujuk pada beberapa kriteria pengukuran. Pengukuran validitas berdasarkan pengujian *outer loading* dan *discriminant validity*. Sesuai dengan *rule of thumbs*, suatu parameter dianggap valid jika memiliki nilai > 0.7 . Hal ini berlaku terutama untuk penelitian dibidang sosial. Untuk hasil lengkapnya dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas, Reliabilitas, AVE, dan R Square

Variabel	Indikator	Factor Loading	Cronbach Alpha	AVE
Kualitas Layanan	KL1	0.910	0.969	0.685
	KL2	0.885		
	KL3	0.883		
	KL4	0.867		
	KL5	0.864		
	KL6	0.860		
	KL7	0.857		
	KL8	0.852		
	KL9	0.848		
	KL10	0.839		
	KL11	0.797		
	KL12	0.793		
	KL13	0.778		
	KL14	0.735		
	KL15	0.731		
	KL16	0.704		
Citra Institusi	CI1	0.940	0.926	0.731
	CI3	0.907		
	CI4	0.898		
	CI5	0.810		
	CI6	0.789		
	CI7	0.770		
Kepercayaan Institusi	KI1	0.966	0.982	0.845
	KI2	0.949		
	KI3	0.939		
	KI4	0.933		
	KI5	0.933		
	KI6	0.930		
	KI7	0.924		
	KI8	0.923		
	KI9	0.897		
	KI10	0.868		
	KI11	0.845		
Praktik PT Berkelanjutan	PTB1	0.966	0.937	0.842
	PTB2	0.931		
	PTB3	0.915		
	PTB4	0.854		

Sumber: data olahan, 2025

Berdasarkan pengujian pada tabel 2 tampak seluruh item pernyataan melebihi ambang batas 0.7 seperti yang disyaratkan untuk pengujian validitas. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach Alpha* sebagai dasar pengujian reliabilitas (Hair, J. F et al., 2013). Nilai *composite reliability* semua konstruk diatas 0,9 dengan kepercayaan memperoleh nilai tertinggi sebesar 0.984. Nilai *cronbach alpha* seluruhnya berada diatas

ambang 0.9 dimana kepercayaan memperoleh nilai tertinggi sebesar 0.982. Sementara nilai AVE (Average Variance Extracted) menunjukkan diatas 0.6 dengan kepercayaan memperoleh nilai tertinggi sebesar 0.845.

Tabel 3. Discriminant Validity (Fornell-Lecker)

Item	Citra Institusi	Kepercayaan Institusi	Kualitas Layanan	Praktik Berkelanjutan	PT
Citra Institusi	0.855				
Kepercayaan Institusi	0.825	0.919			
Kualitas Layanan	0.816	0.922	0.827		
Praktik PT Berkelanjutan	0.814	0.876	0.818		0.917

Sumber: data olahan, 2023

Tabel 3 menampilkan hasil uji validitas diskriminan dengan pendekatan Fornell dan Larcker di mana akar kuadrat AVE pada semua indikator lebih besar daripada korelasi antara masing-masing konstruk, sehingga menunjukkan validitas diskriminan yang sangat baik.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hubungan antar konstruk. Hubungan antar variabel dapat dilihat lebih jelasnya pada tabel 4.

Table 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
H1	0.816	0.813	0.026	30.955	0.000	Sign
H2	0.922	0.922	0.009	107.233	0.000	Sign
H3	-0.049	-0.051	0.090	0.548	0.584	n.s
H4	0.515	0.518	0.046	11.260	0.000	sign
H5	0.497	0.496	0.100	4.980	0.000	sign

Sumber: data olahan, 2023

Dalam penelitian ini, kualitas layanan menjadi faktor determinan dalam mempengaruhi citra institusi ($t_{value} = 30.955$; $P_{value} = 0.000$). Pada pengujian hipotesis kedua, kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan pada institusi ($t_{value} = 107.233$; $P_{value} = 0.000$). Pengujian hipotesis ketiga menghasilkan nilai ($t_{value} = 0.548$; $P_{value} = 0.584$) dimana kualitas layanan memberikan tidak memberikan efek terhadap pendidikan tinggi berkelanjutan. Pengujian hipotesis keempat menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari citra institusi terhadap praktek pendidikan tinggi berkelanjutan ($t_{value} = 11.260$; $P_{value} = 0.000$). Selanjutnya, penghitungan hipotesis kelima menunjukkan hubungan positif yang insignifikan antara kepercayaan dengan praktek pendidikan tinggi berkelanjutan ($t_{value} = 0.846$; $P_{value} = 0.398$). selanjutnya untuk memastikan adanya peran khusus dari citra dan kepercayaan institusi, penelitian ini dilanjutkan dengan pengujian mediasi, dimana citra dan kepercayaan dihipotesiskan memiliki fungsi dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan praktik perguruan tinggi berkelanjutan.

Pengujian Mediasi

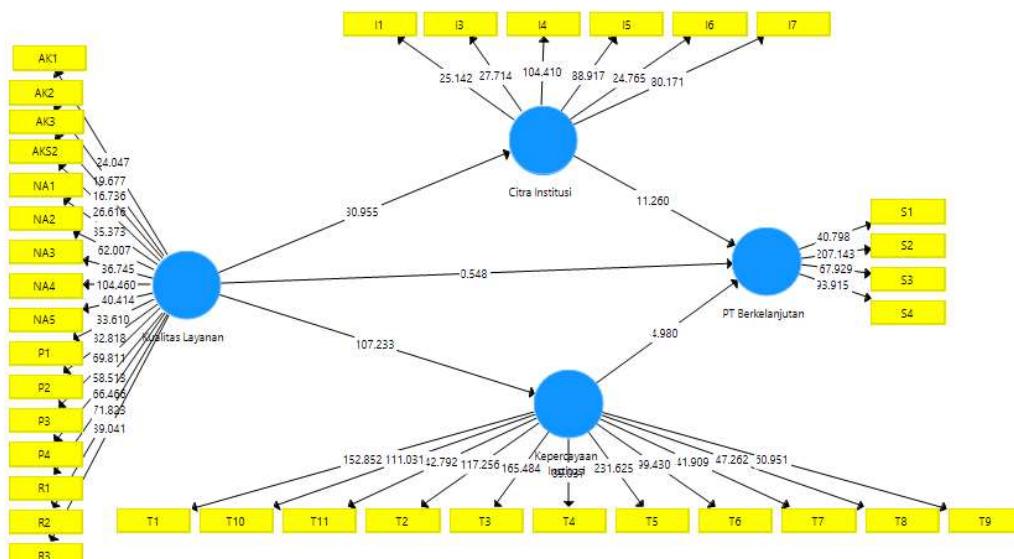
Walaupun peran mediasi tidak dihipotesiskan pada penilitian ini, namun kemungkinan munculnya peran tersembunyi tidak akan ditutupi. Hasil pengamatan peran mediasi dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

Table 5. Hasil Pengujian Mediasi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ($ O/STDEV $)	P Values
Kualitas layanan -> Citra -> PT Berkelaanjutan	0,420	0,421	0,031	13,353	0,000
Kualitas layanan -> Kepercayaan -> PT Berkelaanjutan	0,458	0,458	0,093	4,923	0,000

Sumber: data olahan, 2023

Temuan fenomena peran mediasi yang menghubungkan kualitas layanan dengan praktek pendidikan tinggi berkelanjutan dengan menggunakan konstruk citra, dan kepercayaan sebagai variabel intervening. Berdasarkan tabel 5 diketahui konstruk citra dan kepercayaan secara signifikan memediasi hubungan kualitas layanan dan praktek pendidikan tinggi berkelanjutan. Dengan demikian model akhir penelitian ini seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model Pengujian Akhir

4.3. Pembahasan

Dalam penelitian ini, kinerja layanan terbukti mampu memprediksi citra institusi dan kepercayaan institusi. Dalam hubungannya dengan citra institusi, temuan ini sejalan dengan penemuan sebelumnya (Ali et al., 2016; Teeroovengadum et al., 2019) yang sepakat kualitas layanan secara positif dan signifikan mempengaruhi citra institusi. Dalam konteks penelitian saat ini, sivitas mempersepsikan citra institusi yang tinggi diakibatkan institusi mampu menerapkan layanan dengan kualitas tinggi terutama yang berhubungan dengan layanan akademik, non akademik, program studi, reputasi institusi, dan akses atas fasilitas yang disediakan. Sementara itu, dalam hubungannya dengan kepercayaan institusi, sivitas mempersepsikan semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh institusi akan meningkatkan kepercayaan yang semakin tinggi pula

kepada institusi. Layanan tepat waktu, relevan, dan respon yang cepat akan menumbuhkan kepercayaan sivitas atas kinerja institusi (Suparjo & Sunarsih, 2018). Sementara itu, dalam hubungannya dengan praktik pendidikan tinggi berkelanjutan, kualitas layanan tidak signifikan dalam mempengaruhi konstruk tersebut. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu (Ozdemir et al., 2020) dimana pendidikan tinggi berkelanjutan diperoleh apabila mendapat dukungan informal dan formal baik dari sivitas, masyarakat, maupun pemerintah. Hasil ini menunjukkan persepsi sivitas atas pelaksanaan layanan tidak ada hubungan dengan implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, praktik pendidikan tinggi terbukti mampu diprediksi oleh citra institusi dan kepercayaan institusi. Hal ini membuktikan citra institusi turut membentuk pola perilaku anggota institusi. Dalam penelitian ini, perilaku anggota institusi dapat berbentuk partisipasi dan kolaboratif dalam membantu implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Manzoor et al, 2020). Temuan senada dalam hubungannya dengan kepercayaan institusi, temuan ini membuktikan kepercayaan tidak mampu mendorong sivitas untuk mengikuti praktek pendidikan tinggi berkelanjutan. Berbeda dengan temuan Dziminska et al (2018), meskipun sivitas percaya kepada institusi, namun keraguan mereka untuk implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan masih tinggi. Hal ini dikarenakan implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan bukan saja membutuhkan *goodwil* dari para pemangku kepentingan, tapi juga sosialisasi, pelatihan, dan usaha yang terus menerus.

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan efek positif dari kualitas pelayanan terhadap citra, dan kepercayaan, namun tidak signifikan dalam mempengaruhi praktek pendidikan tinggi berkelanjutan. Disisi lain, citra institusi dan kepercayaan memberikan efek positif terhadap praktek pendidikan tinggi. Hasil pengujian mediasi menunjukkan adanya peran citra institusi dan kepercayaan yang memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap praktek pendidikan tinggi berkelanjutan.

Dalam mengimplementasikan pendidikan tinggi berkelanjutan, pihak institusi sebaiknya memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan, baik dalam urusan akademik maupun non akademik terhadap semua pemangku kepentingan dalam pendidikan tinggi. Layanan yang berkualitas akan memperkuat citra institusi dan mempertebal keyakinan sivitas atas kemampuan institusi. Citra institusi yang positif dan tingginya kepercayaan akan memudahkan implementasi praktek pendidikan tinggi berkelanjutan. Sivitas akan lebih mudah diajak berpartisipasi dan berkolaborasi apabila kualitas layanan, citra, dan kepercayaan dalam kondisi optimal.

5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang bisa diperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Pertama, riset mengenai praktek pendidikan tinggi berkelanjutan sebaiknya tidak hanya melibatkan unsur sivitas saja, melainkan seluruh pemangku

kepentingan. Bagaimanapun juga, implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan hanya akan terwujud dengan dukungan seluruh pemangku kepentingan baik sivitas, pemerintah, dan masyarakat sekitar. Kedua, studi mengenai praktek pendidikan berkelanjutan saat ini belum banyak menyentuh unsur energi terbarukan sebagai salah satu faktor implementasi pendidikan tinggi berkelanjutan. Selain sulit dalam instalasi dan harga yang mahal, faktor penguasaan inovasi dan teknologi juga menjadi kendala. Ketiga, suatu penelitian akan semakin general apabila studi mengenai pendidikan tinggi semakin komprehensif. Oleh karena itu, kami menganjurkan adanya penambahan variabel lain yang dipandang dapat memberi efek pada pendidikan tinggi berkelanjutan.

REFERENSI

- Abdullah, F. (2006). Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(1), 31–47. <https://doi.org/10.1108/02634500610641543>.
- Aditia, E., Nengah Tela, I., Saleh, N., & Ilona, D. (2018). Understanding the Behavioral Intention to Use a University Web Portal. *4th Engineering Science and Technology International Conference (ESTIC)*, 1–5.
- Alcaide-Pulido, P., Alves, H., & Gutiérrez-Villar, B. (2017). Development of a model to analyze HEI image: a case based on a private and a public university. *Journal of Marketing for Higher Education*, 27(2), 162–187. <https://doi.org/10.1080/08841241.2017.1388330>
- Akdere, M., Top, M., & Tekingündüz, S. (2018). Examining patient perceptions of service quality in Turkish hospitals: The SERVPERF model. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1-12. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1427501>
- Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image, and loyalty? A study of international students in Malaysian public universities. *Quality Assurance in Education*, 24(1), 70–94. <https://doi.org/10.1108/QAE-02-2014-0008>
- Alwi, S. F. S., & Kitchen, Philip J. (2014). Projecting corporate brand image and behavioral response in business schools: Cognitive or affective brand attributes?. *Journal of Business Research*, 67(11), 2324–2336. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.020>.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8–32. <https://doi.org/10.1108/03090569610105762>
- Chaudhary S., & Dey A. K. (2021). Influence of student-perceived service quality on sustainability practices of university and student satisfaction. *Quality Assurance in Education*, 29(1), 29–40. <https://doi.org/10.1108/QAE-10-2019-0107>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131. <https://doi.org/10.2307/1252256>

- Faria, N., & Mendes, L. (2013). Organizational image's partial mediation role between quality and users' satisfaction. *Service Industries Journal*, 33(13-14), 1275-1293. <https://doi.org/10.1080/02642069.2013.815733>
- Fragoso, J. T., & Espinosa, I. L. (2017). Assessment of banking service quality perception using the SERVPERF model. *Contaduría y Administración*, 62(4), 1294-1316. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2017.06.011>.
- Francioni, B., Curina, I., Dennis, C., Papagiannidis, S., Alamanos, E., Bourlakis, M., & Hegner, S. M. (2021). Does trust play a role when it comes to donations? A comparison of Italian and US higher education institutions. *Higher Education*, 82(1), 85-105. <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00623-1>
- Ingaldi, M. K. (2016). Use of the servperf method to evaluate service quality in the transport company. *Independent Journal of Management & Production*, 7(1), 168-177
- Kereh, N. P., Tumiwa, R., & Pandowo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pada Loyalitas Pelanggan Pada Nasabah Perbankan di Kabupaten Minahasa Selatan. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 46-56. <https://doi.org/10.53682/mk.v1i1.476>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing* (Global ed., 19th ed.). Pearson.
- Latif, K. F., Bunce, L., & Ahmad, M. S. (2021). How can universities improve student loyalty? The roles of university social responsibility, service quality, and "customer" satisfaction and trust. *International Journal of Educational Management*, 35(4), 815-829. <https://doi.org/10.1108/IJEM-11-2020-0524>
- Lewicka, D. (2022). Building and rebuilding trust in higher education institutions (HEIs). Student's perspective. *Journal of Organizational Change Management*, 35(6), 887-915. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2022-0037>.
- Mamuaya, N., & Pandowo, A. (2020). Determinants of customer satisfaction and its implications on word of mouth in e-commerce industry: case study in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 3(1), 16-27
- Manzoor, S. R., Ho, J. S. Y., & al Mahmud, A. (2021). Revisiting the 'university image model' for higher education institutions' sustainability. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(2), 220-239. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1781736>.
- Morita, P. P., & Burns, C. M. (2014). Trust tokens in team development. *Team Performance Management*, 20(1), 39-64. <https://doi.org/10.1108/TPM-03-2013-0006>.
- Ozdemir, Y., Kaya, S. K., & Turhan, E. (2020). A scale to measure sustainable campus services in higher education: "Sustainable Service Quality. *Journal of Cleaner Production*, 245. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118839>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rumagit, H., & Pandowo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan di Casey Music Studio. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 40-51. <https://doi.org/10.53682/mk.v1i2.627>
-

- Schlesinger, W., Cervera, A., & Pérez-Cabañero, C. (2017). Sticking with your university: the importance of satisfaction, trust, image, and shared values. *Studies in Higher Education*, 42(12), 2178–2194. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1136613>
- Sultan, P., & Wong, H. Y. (2013). Antecedents and consequences of service quality in a higher education context: A qualitative research approach. *Quality Assurance in Education*, 21(1), 70–95. <https://doi.org/10.1108/09684881311293070>
- Sumampouw, R., Sumampouw, J., & Pandowo, A. (2022). Pengaruh Electronic Word-of-Mouth terhadap Minat Beli pada Produk Scarlett dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 111-124. <https://doi.org/10.53682/mk.v3i2.4201>
- Suparjo, S., & Sunarsih, E. S. (2018). The Role of Service Quality and Institutional Image in Establishing Relational Commitment Between Private Universities and The Students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(3), 1–13.
- Teeroovengadum, V., Nunkoo, R., Gronroos, C., Kamalanabhan, T. J., & Seebaluck, A. K. (2019). Higher education service quality, student satisfaction and loyalty: Validating the HESQUAL scale and testing an improved structural model. *Quality Assurance in Education*, 27(4), 427–445. <https://doi.org/10.1108/QAE-01-2019-0003>
- Yousaf, A., Mishra, A., & Bashir, M. (2020). Brand trust, institutional commitment, and their impact on student loyalty: evidence for higher education in India. *Studies in Higher Education*, 45(4), 878–891. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1558441>

Kualitas Layanan, Citra, dan Kepercayaan Institusi
Dalam Memprediksi Praktik Pendidikan Tinggi
Berkelanjutan
