

## STUDI TENTANG KEPUASAN DAN BEHAVIORAL INTENTIONS MAHASISWA POLITEKNIK NSC SURABAYA

Siti Mahmudah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Niaga, <sup>2</sup>Politeknik NSC Surabaya

<sup>1</sup>aisynie\_mahmudah@yahoo.com, aisyniemahmudah@gmail.com

### ABSTRACT

*The purpose of this study are: 1) to describe the students' satisfaction at NSC Polytechnic Surabaya, 2) to describe the students' behavioral intentions (intentions to leave) at NSC Polytechnic Surabaya, and 3) to explain the effect of satisfaction on students' behavioral intentions (intentions to leave) at NSC Polytechnic Surabaya. The method used to achieve those goals was explanatory with descriptive and inferential analysis. Inferential analysis is performed using a simple linear regression with SPSS program version 19. Data were taken from 115 students of Business Administration, Accounting, Hospitality, and Computer Engineering Department with questionnaire who has been taking classes at least one semester using disproportioned stratified random sampling techniques. Questionnaires were filled with a total of 88 respondents (response rate 76.5%) and 86 questionnaires were analyzed. The results showed that: 1) the students' satisfaction is high (mean 3.71); 2) the student's behavioral intentions (intentions to leave) is low (mean 2.19); and 3) the students's satisfaction has a negative significant effect on behavioral intentions (intentions to leave) with a determination coefficient of 24.3%. It means, the higher the student's satisfaction, the lower the students' intentions to leave at NSC Polytechnic Surabaya.*

**Keywords:** *satisfaction, behavioral intentions, intentions to leave, student.*

### 1. Pendahuluan

Perkembangan dunia pendidikan tinggi di Indonesia pada era globalisasi ini semakin pesat, baik yang mengelola pendidikan S1 maupun D3 (81 PTN dan 2.235 PTS) (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2004: 11), sehingga persaingan di dunia pendidikan pun menjadi semakin kompetitif. Adanya globalisasi tersebut berdampak pula pada perkembangan informasi yang begitu cepat di bidang pendidikan, yang pada akhirnya akan memudahkan para calon pelanggan pendidikan tinggi untuk menentukan pilihannya. Kondisi ini tentunya menuntut pendidikan tinggi untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya, terutama kepuasan pelanggan itu sendiri.

Politeknik NSC Surabaya sebagai salah satu perguruan tinggi vokasi swasta di Jawa Timur, keberlanjutannya sangat dipengaruhi oleh keberadaan mahasiswa sebagai pelanggan eksternal primer.

Politeknik NSC sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pendidikan memiliki empat program studi, yaitu: Administrasi Niaga, Akuntansi, Perhotelan, dan Teknik Komputer. Jumlah mahasiswa Politeknik NSC Surabaya sejak pergantian manajemen pada bulan Mei 2010 sampai dengan tahun 2013 semakin meningkat, namun demikian jumlah mahasiswa tersebut, setelah menempuh perkuliahan selama satu semester ternyata sekitar 10% sampai dengan 15% mahasiswa mengundurkan diri atau keluar dari Politeknik NSC, terutama pada Program Studi Teknik Komputer (BAAK Politeknik NSC, 2013). Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh Politeknik NSC Surabaya untuk tetap *survive* selain menciptakan *brand* yang kuat dalam rangka elektabilitas dari para calon mahasiswa, juga dengan memenuhi kepuasan stakeholders terutama mahasiswa.

Kepuasan dalam literatur pemasaran banyak didefinisikan sebagai konfirmasi/diskonfirmasi antara

harapan pelanggan dan performa/kinerja yang diterimanya (Kotler, 1997: 40; Page & Eddy, 1998:1; Engel *et al.* dalam Tjiptono, 2004:24). Sedangkan dalam literatur perilaku organisasi kepuasan berkaitan dengan sikap (*attitude*) (Robbins, 2001: 138; Robbins & Judge, 2008: 92), yaitu pernyataan evaluatif –baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan mengenai objek, orang, atau peristiwa. Dalam pengertian ini, sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu. Adanya sikap ketidakpuasan dapat berdampak pada perilaku yang mengarah untuk meninggalkan organisasi (Robbins, 2001: 154; Boselie & van der Wiele, 2001; Goyal & Shrivastava, 2013). Jones & Sasser (1995) menyatakan bahwa bila seseorang: 1) merasa sangat puas maka dia akan sangat loyal terhadap organisasi, 2) merasa puas maka dia akan sangat mudah untuk hilang/meninggalkan organisasi, dan 3) merasa tidak puas maka dia sangat tidak loyal terhadap organisasi. Pernyataan ini didukung oleh *Theory of Planned Behavior* (Fishbein & Ajzen, 1975: 15, Ajzen, 1991) dan studi empirik (Jackson *et al.*, 1997; Huda *et al.*, 2012) bahwa *attitude* (sikap) merupakan salah satu faktor yang memengaruhi *intentions* (niat).

Sejalan dengan pernyataan di atas, Söderlund & Öhman (2003) mengasumsikan bahwa kepuasan pelanggan akan berdampak pada perilaku pelanggan, khususnya *behavioral intentions* atau niat perilaku di kemudian hari, di mana *behavioral intentions* sering dikaitkan dengan *repurchasing intentions* dan *word-of-mouth intentions* (Wahyuningsih & Nurdin, 2010), *repatronizing intentions* (Fen & Lian, Tanpa Tahun), *loyalty* dan *willingness to pay more* (Baker & Crompton, 2000), *revisit intentions* (Chen & Tsai, 2007; El-refae, 2012), dan *intent to leave* (Boselie & van der Wiele, 2001; Goyal & Shrivastava, 2013). Studi empirik tersebut melaporkan bahwa kepuasan dapat meningkatkan *repurchasing intentions* dan *word-of-mouth intentions* (Wahyuningsih & Nurdin, 2010), *repatronizing intentions* (Fen & Lian, Tanpa Tahun), *loyalty* dan *willingness to pay more* (Baker & Crompton, 2000), *revisit intentions* (Chen & Tsai, 2007; El-refae, 2012), dan berkorelasi negatif dengan *intent to leave* (Boselie & van der Wiele, 2001).

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh Politeknik NSC dan pentingnya kepuasan dalam mempertahankan keberadaan mahasiswa, maka penulis tertarik untuk mengkaji kepuasan dan pengaruhnya terhadap niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus atau keluar (*intentions to leave*) dari Politeknik NSC Surabaya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana kepuasan mahasiswa Politeknik NSC Surabaya? 2) Bagaimana niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC Surabaya? dan 3) Apakah kepuasan mahasiswa dapat menurunkan

niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC Surabaya?

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) mendeskripsikan kepuasan mahasiswa Politeknik NSC Surabaya, 2) mendeskripsikan niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC Surabaya?, dan 3) Menjelaskan seberapa besar kontribusi kepuasan dapat menurunkan niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Politeknik NSC Surabaya dalam upaya meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan utama Politeknik NSC guna menurunkan niat perilaku (*behavioral intentions*) untuk keluar/meninggalkan kampus, yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas.

Penelitian ini menekankan pada pendekatan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis inferensial dilakukan dengan uji regresi linier sederhana (uji t) menggunakan *software* SPSS 19. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Politeknik NSC Surabaya Program Studi Administrasi Niaga, Akuntansi, Perhotelan, dan Teknik Komputer yang telah menempuh kuliah minimal satu semester (120 mahasiswa). Teknik sampling yang digunakan adalah *disproportioned stratified random sampling* (Sugiyono, 2010: 83). Data diperoleh dengan menggunakan metode survei atau *survey sample* (Singarimbun & Effendi (Ed.) 1989:3-5) melalui kuesioner kepada 115 mahasiswa Politeknik NSC yang telah merasakan proses pembelajaran minimal selama satu semester. Data yang kembali sebanyak 88 responden (76,5%) dan yang layak dilakukan analisis sebanyak 86 responden (*respon rate* sebesar 98%).

Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan (variabel bebas/X) dan *behavioral intentions* (variabel terikat/Y). Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*) dan diukur dengan 6 item pernyataan yang dikembangkan dari penelitian Oliver (Cronin *et al.*, 2000), Boyer & Hult (2006), Douglas *et al.* (2006), Yeo (2006), dan Goyal & Shrivastava (2013). Sedangkan *behavioral intentions* (niat perilaku) didefinisikan sebagai keinginan mahasiswa untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC Surabaya (*intentions to leave*) dan diukur dengan 3 item pernyataan yang diadopsi dari Mobley (1977), Mobley *et al.* (1978), Schwepker (2001), dan Söderlund & Öhman (2003, 2006). Hasil pengujian dianggap signifikan jika nilai signifikansi atau *probability* (p) < 0,05.

## 2. Kepuasan dan *Behavioral Intentions*

Kepuasan menurut Kotler (1997:40), "*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment*

*resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations* (Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya)". Page & Eddy (1998:1) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual yang diterimanya. Dengan kata lain, kepuasan diukur dengan bagaimana kesenangan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterimanya. Sedangkan menurut Engel *et al.* (Tjiptono, 2004:24) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Dari ketiga definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kepuasan pelanggan adalah suatu fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas dan bahkan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas.

Berbeda dengan pengertian di atas, Oliver (Cronin *et al.*, 2000) menyatakan bahwa kepuasan merupakan evaluasi dan respon pelanggan berdasarkan emosi/perasaan setelah menikmati pelayanan dari suatu perusahaan. Kepuasan merupakan keadaan emosi yang senang atau emosi positif yang berasal dari penilaian atau pengalaman seseorang setelah menikmati sesuatu (*cf.* Luthans, 2006: 243; *cf.* Robbins & Judge, 2008: 99).

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan telah menjadi hal yang sangat penting bagi setiap organisasi. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Kepuasan dapat diukur secara keseleuruhan ketika pelanggan sudah menikmati produk/jasa yang telah diberikan oleh organisasi penyedia jasa/produk tersebut (Oliver dalam Cronin *et al.*, 2000; Yeo, 2006; Douglas *et al.*, 2006; dan Goyal & Shrivastava, 2013). Sedangkan Kotler (1997:43) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut: 1) Sistem Keluhan dan Saran, 2) *Ghost Shopping*, 3) *Lost Customer Analysis*, dan 4) Survei Kepuasan Konsumen. Konsumen/pelanggan adalah pihak yang menerima barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya dan mempergunakan barang atau jasa itu secara langsung atau tidak langsung, memahami dan menghayati barang atau jasa itu serta memberikan imbalan yang sepatutnya kepada pihak yang menyediakan dan menyajikan barang atau jasa itu. Adapun pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen eksternal primer, yaitu mahasiswa (Tampubolon, 1995:2).

Kepuasan pelanggan menurut Schnaars (1991:306) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain : 1) Pengharapan (*Expectations*) dibentuk sebelum mengadakan pembelian. Pengharapan merupakan harapan terhadap bagaimana merek atau produk dapat memenuhi keinginan pelanggan. Pelanggan membentuk harapan ini berdasarkan pengalaman sebelumnya dengan produk atau jasa yang sejenis, komunikasi dari mulut ke mulut (*Word-of-Mouth*) dan usaha-usaha pemasaran yang dijalankan perusahaan; 2) Kinerja Produk (*Product Performance*) yaitu bagaimana produk menjalankan fungsinya tidak seperti pengharapan, performa produk adalah sesuatu yang dapat di rayas; 3) *Confirmation/Disconfirmation*, yaitu hasil dari perbandingan antara pengharapan sebelumnya dengan performa produk yang sebenarnya. Ada 3 hal yang mungkin terjadi, dua merupakan diskonfirmasi dari pengharapan sebelumnya dan yang satu adalah suatu konfirmasi. Yaitu: a) konfirmasi harapan, kinerja produk ternyata seperti yang diharapkan, sehingga pengharapan pelanggan sesuai dan terpenuhilah kepuasan pelanggan, b) diskonfirmasi positif, kinerja produk ternyata melebihi apa yang diharapkan pelanggan sehingga terjadilah suatu diskonfirmasi positif yang menyenangkan terhadap harapan pelanggan sebelumnya, c) diskonfirmasi negatif, kinerja produk ternyata lebih buruk dari yang diharapkan pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak puas.

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dihubungkan dengan niat perilaku pelanggan di kemudian hari (*behavioral intentions*). *Behavioral intentions* selalu mengacu pada perilaku di masa yang akan datang dan seringkali dihubungkan dengan perilaku aktual (Fishbein & Ajzen, 1975). Model konseptual tentang faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intentions* telah dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (Fishbein & Ajzen, 1975; Ajzen, 1985). Menurut model Fishbein, sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan gagasan yang dirasakan dari apa yang orang lain pikirkan tentang perilaku (*subjective norm concerning behavior*) menentukan niat perilaku (*behavioral intentions*) seseorang (Fishbein & Ajzen, 1975). Selain kedua faktor tersebut, niat perilaku seseorang dipengaruhi oleh "persepsi pengendalian perilaku (*perceived behavioral control*)" (Ajzen & Madden, 1986; Ajzen, 1991, 2002). Persepsi pengendalian perilaku dapat mencakup faktor internal tertentu seperti pengetahuan dan perencanaan serta faktor eksternal seperti waktu dan kesempatan. Persepsi pengendalian perilaku memengaruhi perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *intentions* (Ajzen & Madden, 1986).

Söderlund & Öhman (2003, 2006) membagi *intentions* menjadi 3 konstruk yang berbeda, yaitu:

- 1) *Intentions-as-expectations* (IE). IE seringkali digunakan sebagai konstruk *behavioral expectation* yang mengacu pada penilaian individu dari probabilitas subjektif bahwa ia akan melakukan perilaku tertentu di masa depan. Biasanya tipe ini diukur dengan item kuesioner, seperti: *The likelihood that I would do A is...., The probability that I will do B is...., Rate the probability that you will do C, dan How likely are you to do D?*

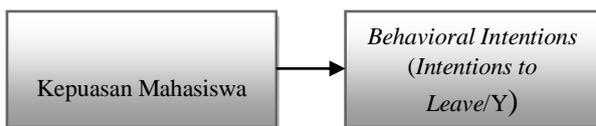
*Behavioral expectations* kadang-kadang diistilahkan sebagai *self-predictions* (Fishbein & Stasson, 1990).

- 2) *Intentions-as-plans* (IP). IP berkaitan erat dengan gagasan atau niat, yang mengacu pada rencana individu untuk melakukan perilaku tertentu di masa depan. "Niat dalam pengertian ini mencakup faktor-faktor motivasi yang memengaruhi perilaku; di mana faktor-faktor motivasi merupakan indikator bagaimana orang-orang bersedia berusaha keras untuk mencoba dan mengerahkan usaha dalam rangka melakukan perilaku atau tindakan" (Ajzen, 1991: 181). Biasanya tipe ini diukur dengan item kuesioner, seperti: *I plan to ..., I intend to..., Do you intend to..., I will choose..., I am going to choose ..., dan I will select....*
- 3) *Intentions-as-wants* (IW). IW didefinisikan sebagai keinginan (*wants*) untuk melakukan perilaku tertentu di masa depan. Tipe ini diukur dengan kuesioner, seperti: *I want to .... dan I am willing to ...*

Selain dengan ketiga pendekatan Söderlund & Öhman (2003, 2006) di atas, *behavioral intentions* bisa diukur dengan 3 dimensi dan pertanyaan tunggal (Mobley, 1977; Mobley *et al.*, 1978; Schwepker, 2001), yaitu: 1) berfikir untuk berhenti (*thinking of quitting*), 2) niat untuk mencari (*intent to search*), dan 3) niat untuk berhenti (*intent to quit*).

Sejumlah studi empirik telah mengkaji hubungan antara *behavioral intentions* dan kepuasan (Baker & Crompton, 2000; Cronin *et al.*, 2000; Boselie & van der Wiele, 2001; Schwepker, 2001; Kouthouris & Alexandris, 2005; Chen & Tsai, 2007; Wahyuningsih & Nurdin, 2010; El-refae, 2012). Hasil studi menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kepuasan secara keseluruhan dan *behavioral intentions* (Baker & Crompton, 2000; Cronin *et al.*, 2000; Boselie & van der Wiele, 2001; Schwepker, 2001; Kouthouris & Alexandris, 2005; Chen & Tsai, 2007; Wahyuningsih & Nurdin, 2010), sedangkan hasil studi El-refae (2012) membuktikan bahwa terdapat korelasi negatif antara kepuasan dan *intent to leave*.

Berdasarkan konsep, teori, dan hasil studi empirik sebagaimana dijelaskan sebelumnya (Fishbein & Ajzen, 1975: 15; Ajzen, 1991; Mobley, 1977; Mobley *et al.*, 1978; El-refae, 2012), maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu variabel kepuasan dan *behavioral intentions* (*intentions to leave*). Kerangka konseptual yang berbasis pada kedua variabel tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan Gambar 1 disusunlah hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>a</sub>: Kepuasan berpengaruh negatif signifikan terhadap *behavioral intentions* mahasiswa untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC Surabaya.

### 3. Pembahasan

#### 3.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan data kuesioner yang dianalisis (86 responden), terlihat bahwa responden memiliki karakteristik yang heterogen. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, program studi, dan daerah asal menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan sebanyak 51,2% (44 orang) sedangkan mahasiswa laki-laki sebanyak 48,8% (42 orang), umur mahasiswa terendah adalah 18 tahun, umur tertinggi 29 tahun dan umur mayoritas mahasiswa adalah 20 tahun 27,9% (24 mahasiswa), 19 tahun 25,6% (22 mahasiswa, dan 21 tahun 20,9% (18 mahasiswa), sisanya tersebar pada umur 18 tahun dan antara 22 tahun sampai dengan 29 tahun. Responden dari Program Studi Administrasi Niaga sebanyak 39,5% (34 mahasiswa), Akuntansi 25,6% (22 mahasiswa), Teknik Komputer 20,9% (18 mahasiswa), dan Perhotelan 14% (12 mahasiswa), mayoritas mahasiswa berasal dari Surabaya (52 mahasiswa/60,5%) dan Sidoarjo (15 mahasiswa/17,4%), sedangkan sisanya tersebar dari kota dan kabupaten di Jawa Timur, Rembang, dan Makasar.

**Tabel 1. Nilai Rata-Rata Jawaban Responden pada Item Pernyataan Kuesioner**

No.	Item Pernyataan	Mean
<b>Kepuasan</b>		
1.	Saya puas terhadap Politeknik NSC secara keseluruhan (sat1)	3.67
2.	Saya puas sebagai mahasiswa Politeknik NSC (sat2)	3.83
3.	Saya puas akan penghargaan sivitas akademika terhadap cara-cara yang saya lakukan sebagai mahasiswa (sat3)	3.86
4.	Saya akan merekomendasikan Politeknik NSC sebagai organisasi yang baik (sat4)	3.56
5.	Saya puas akan kualitas pendidikan Politeknik NSC Surabaya (sat5)	3.64
6.	Kepuasan akan perlakuan yang jujur dan hormat di lingkungan kampus Politeknik NSC Surabaya (sat6)	3.71
<b>Intentions to Leave</b>		
1.	Saya sering berfikir tentang meninggalkan/keluar dari kampus Politeknik NSC (it1)	2.06

2.	Saya siap transfer/pindah ke kampus perguruan tinggi lain (itl2)	2.61
3.	Saya ingin meninggalkan kampus Politeknik NSC untuk kampus lain (itl3)	1.92

Sumber: Data Primer Diolah (2014)

Berdasarkan jawaban responden nilai rata-rata kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*) mahasiswa Politeknik NSC Surabaya adalah tinggi (nilai mean sebesar 3,71) dan *behavioral intentions* mahasiswa untuk meninggalkan kampus (*intentions to leave*) adalah rendah (nilai mean 2,19). Deskripsi secara detail dari masing-masing item pernyataan terlihat pada Tabel 1.

### 3.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 19 *for windows*. Suatu instrumen dikatakan valid jika nilai *Correlated Item-Total Correlation* ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari 0,30 (Sugiyono, 2010: 126). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 6 butir instrumen/pernyataan variabel kepuasan dan 3 butir pernyataan variabel *behavioral intentions* (*intentions to leave*) nilai  $r$  *product moment* > 0,3. Dengan demikian, kesembilan item pernyataan tersebut adalah valid (Tabel 2).

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Butir Instrumen**

No.	Butir Pernyataan	Nilai r Product Moment	Ket.
1.	sat1	0,750	Valid
2.	sat2	0,788	Valid
3.	sat3	0,826	Valid
4.	sat4	0,564	Valid
5.	sat5	0,702	Valid
6.	sat6	0,783	Valid
7.	itl1	0,530	Valid
8.	itl2	0,448	Valid
9.	itl3	0,654	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2014)

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan *internal consistency*, yaitu dengan cara mencobakan instrumen cukup sekali saja (Sugiyono, 2010: 131), kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dengan uji statistika *Cronbachs' Alpha* (Ghozali, 2011: 48). Hasil

pengujian reliabilitas instrumen dengan alpha Cronbach's (Tabel 3) menunjukkan keseluruhan variabel reliabel, yaitu ditunjukkan dengan nilai *Standardized Item Alpha* (SIA) di atas 0,7 (Nunnally dalam Ghozali, 2011: 48; Hair *et al.*, 2010: 665).

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
1.	Kepuasan (X)	0,902	Reliabel
2.	Intentions to Leave (Y)	0,714	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2014)

### 3.3 Pengujian Hipotesis dan Interpretasi

Berdasarkan analisis data penelitian terhadap hipotesis yang diajukan dengan uji regresi linier sederhana (program SPSS 19) tampak pada Tabel 4, sedangkan persamaan regresi linier sederhana yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,952 - 0,102X \quad (1)$$

Ditinjau dari signifikansi pengaruhnya dengan uji t pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 (Tabel 4), maka hipotesis bisa diterima ( $\text{Sig.} = 0,014 < \alpha = 0,05$ ;  $r = -0,264$ ;  $t_{hitung} -2,508 > t_{tabel} 1,988$ ). Hal ini berarti bahwa kepuasan (X) berpengaruh negatif signifikan terhadap *behavioral intentions* (*intentions to leave*/Y). Dengan demikian, semakin tinggi kepuasan mahasiswa maka niat perilaku untuk meninggalkan kampus Politeknik NSC akan semakin kecil. Kontribusi kepuasan dalam memberikan pengaruh terhadap penurunan *behavioral intentions* (*intentions to leave*) sebesar 26,4% (Tabel 5).

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Sederhana (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficient	Standar -dized Coeff.		t	Sig.
		B	Std. Error		
1 (Constant)	9.952	1.366		7.285	.000
Kepuasan	-.102	.041	-.264	-2.508	.014

a. Dependent Variable: Intent to Leave

**Tabel 5. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.264	.069	.064

1	.264 <sup>a</sup>	.070	.059
---	-------------------	------	------

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (X)

b. Dependent Variable: Intent to Leave (Y)

Temuan penelitian ini membuktikan teori atau konsep yang dijelaskan oleh Fishbein & Ajzen (1975), Ajzen (1991, 2002), Mobley (1977), Mobley *et al.* (1978) yang menjelaskan bahwa kepuasan (sebagai salah satu bentuk sikap/*attitude*) merupakan prediktor dari *behavioral intentions (intentions)*. Selain itu, temuan ini juga mendukung hasil studi empirik yang dilakukan oleh Baker & Crompton (2000), Cronin *et al.* (2000), Boselie & van der Wiele (2001), Schwepker (2001), Kouthouris & Alexandris (2005), Chen & Tsai (2007), Wahyuningsih & Nurdin (2010), dan El-refae (2012). Temuan ini sejalan dengan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepuasan yang tinggi (3,71) diikuti oleh nilai rata-rata niat perilaku yang rendah (2,19).

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: 1) kepuasan mahasiswa Politeknik NSC adalah tinggi (mean sebesar 3,71), 2) niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus (*intentions to leave*) adalah rendah (mean sebesar 2,19), dan 3) kepuasan mahasiswa berpengaruh negatif signifikan terhadap *behavioral intentions*, yang berarti semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa maka semakin rendah niat perilaku (*behavioral intentions*) mahasiswa untuk meninggalkan kampus (*intentions to leave*).

Berkaitan dengan temuan tersebut, agar mahasiswa yang aktif dalam proses perkuliahan di Politeknik NSC tetap bertahan dan atau menurunkan keinginannya untuk meninggalkan/keluar dari kampus Politeknik NSC, maka hal-hal yang bisa dilakukan oleh manajemen Politeknik NSC adalah meningkatkan kepuasan mahasiswa terutama dengan meningkatkan tata kelola (*good governance*) dan kualitas pendidikan Politeknik NSC sehingga menjadi organisasi yang baik dan bisa direkomendasikan menjadi kampus pilihan (elektabilitas) sebagaimana strategi yang telah ditetapkan.

Bagi peneliti lanjutan, dapat menguji hubungan kausal variabel kepuasan dengan variabel yang lain dalam konteks perilaku organisasi, manajemen SDM, dan psikologi, dan memperluas unit penelitian pada skala yang lebih luas sehingga hasil penelitian bisa digeneralisasi.

#### Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1985): From intention to action, In J. Kuhl *et al.* (Eds), *Action Control*, Verlag Berlin Heidelberg, Springer, pp. 11-39.
- Ajzen, I. (1991): The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2002): Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the Theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 32, No. 4, pp. 665-683.
- Ajzen, I. & Madden, T.J. (1986): Prediction of goal-directed behavior: Attitude, intentions, and perceived behavioral control, *Journal Of Experimental Social Psychology*, Vol. 22, pp. 453-474.
- BAAK Politeknik NSC Surabaya (2013): Data KHS mahasiswa Program Studi Administrasi Niaga, Akuntansi, Perhotelan, dan Teknik Komputer Semester Gasal Tahun Akademik 2013/2014.
- Baker, D.A. & Crompton, J.L. (2000): Quality, satisfaction, and behavioral intentions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 3, pp. 785-804.
- Boselie, P. & van der Wiele, T. (2001): Employee perceptions of HRM and TQM and the effects on satisfaction and intention to leave, MSQ special 'Service Excellence' version 3, *Report Series Research in Management*, Erasmus Research Institute on Management, Erasmus Universiteit Rotterdam, pp. 1-13.
- Boyer, K.K. & Hult, G.T.M. (2006): Customer behavioral intentions for online purchases: An examination of fulfillment method and customer experience level, *Journal of Operations Management*, Vol. 24, pp. 124-147.
- Chen, C.F. & Tsai, D.C. (2007): How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourist Management*, Vol. 28, pp. 1115-1122.
- Cronin, J.J., Brady, M.K., & Hult, G.T.M. (2000): Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments, *Journal of Retailing*, Vol. 76, No. 2, pp. 193-218.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2004): *Strategi Pendidikan Tinggi Jangka Panjang 2003-2010: Mewujudkan Perguruan Tinggi Berkualitas*, Jakarta, Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia.
- Douglas, J., Douglas, A. & Barnes, B. (2006): Measuring student satisfaction at a UK university, *Quality Assurance in Education*, Vol. 14, No. 3, pp. 251-267.
- El-refae, B.A.A.G.A (2012): The Relationships between service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Malaysian Spa Center customers, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 1, pp. 198-205.
- Fen, Y.S. & Lian, K.M. (Tanpa Tahun): Service quality and customer satisfaction: Antecedents of customer's re-patronage, *Sunway Academic Journal*, Vol. 4, pp. 59-73.

- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975): *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Philippines, Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Fishbein, M. & Stasson, M. (1990): The role of desires, self-predictions, and perceived control in the prediction of training session attendance, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 20, No. 3, pp. 173-190.
- Ghozali, I. (2011): *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal, S. & Shrivastava, S. (2013): Role of diversity climate in employee satisfaction and intent to leave in Indian IT personnel, *International Journal of Management and Social Science Research (IJMSSR)*, Vol. 2, No. 3, pp. 5-10.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010): *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition, New York, Pearson Prentice Hall.
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2012): The analysis of attitudes, subjective norms, and behavioral control on muzakki's intention to pay zakah, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 22, Special Issue, pp. 271-279.
- Jackson, C.M., Chow, S., & Bitch R.A. (1997): Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system, *Decision Sciences*, Vol. 38, No. 2, pp. 357-389.
- Jones, T.O. & Sasser, W.E. (1995): Why satisfied customers defect? *Harvard Business Review*, November-Desember 1995, pp. 1-15.
- Kotler, P. (1997): *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Ninth Edition Prentice Hall International, Inc.
- Kouthouris, C. & Alexandris, K. (2005): Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting, *Journal of Sport Tourism*, Vol. 10, No. 2, pp. 101-111.
- Luthans, F. (2006): *Perilaku Organisasi*, Edisi Kesepuluh, Diterjemahkan oleh Vivin Andhika Yuwono dan Shekar Purwanti, Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- Mobley, W.H. (1977): Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 62, No. 2, pp. 237-240.
- Mobley, W.H., Horner, S.O. & Hollingsworth, A.T. (1978): An evaluation of precursor of hospital employee turnover, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 63, No. 4, pp. 408-414.
- Page, N. & Eddy, C. (Tanpa Tahun): The Correlation Between Service Quality, Satisfaction and Loyalty, *Marketing Science Centre*, University of South Australia.
- Robbins, S.P. (2001): *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Alih Bahasa Hadyana Pujaatmaka dan Benyamin Molan. Edisi Kedelapan, Jilid 1, Jakarta, Prenhallindo.
- Robbins, S.P. & Judge, T. (2008): *Perilaku Organisasi*, Alih Bahasa Diana Angelica, Ria Cahyani, dan Abdul Rasyid. Edisi 12, Buku 1, Jakarta, Salemba Empat.
- Schnaars, S.P. (1991): *Marketing Strategy A Customer Driven Approach*, Fourth Edition, New York, The Free Press.
- Schwepker, C.H. (2001): Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce, *Journal of Business Research*. Vol. 54, pp. 39-52.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. (Ed.). (1989): *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, LP3EF.
- Söderlund, M. & Öhman, N. (2003): Behavioral intentions in satisfaction research revisited, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. Vol. 16, pp. 53-66.
- Söderlund, M. & Öhman, N. (2006): Intentions are Plural: Towards a multidimensional view of intentions in consumer research, *European Advances in Consumer Research*. Vol. 7, pp. 410-416.
- Sugiyono (2010): *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Cetakan Kesepuluh, Bandung, CV ALFABETA.
- Tampubolon, D.P. (1995): *Pelanggan Perguruan Tinggi dan Kebutuhannya*, Bahan Penataran Manajemen Mutu Total di Perguruan Tinggi, , Bandung, Proyek HEDS Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.
- Tjiptono, F. (2004): *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Wahyuningsih & Nurdin, D. (2010): The effect of customer satisfaction on behavioral intentions: A study on consumer behavior of Car Insurance Consumers in Melbourne, Australia, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-16.