

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA STMIK BANI SALEH TERHADAP KEPERCAYAAN MAHASISWA**

Willy Adam, Kresno Murti Prabowo

Universitas Bani Saleh, Jl M. Hasibuan No. 68 Bekasi  
Email: adamwilly184@gmail.com, kresnomurti1991@gmail.com,

### **ABSTRACT**

*The quality of service and image in higher education is one of the important indicators in assessing the response of users, both students and the public. The growing competition in the world of education as well as the high growth of private universities and government policies regarding freedom of admission to state universities require almost all universities to have the courage to make changes in improving the quality of service and image. By looking at one of the indicators, namely how much influence the image and service of a university has on trust, we will be able to make any changes in improving quality to achieve victory in the competition. The technique in this research approach uses a quantitative method, with primary and secondary data collection such as literature studies and questionnaires. Meanwhile, the data analysis technique uses multiple regression analysis, classical assumption tests and hypothesis tests (t-test and F- test). The results of this study conclude that: (1) The influence of service quality on trust has a value of 52.5%. (2) The influence of image on trust is 83.3%.*

**Keywords:** *Trust, Service, Corporate Image and SPSS*

### **ABSTRAK**

Kualitas pelayanan dan citra pada perguruan tinggi merupakan salah satu indikator penting dalam melakukan penilaian terhadap respon pengguna baik mahasiswa maupun masyarakat. Persaingan yang semakin tumbuh di dalam dunia pendidikan serta tingginya pertumbuhan perguruan tinggi swasta dan kebijakan pemerintah tentang kebebasan penerimaan pada perguruan tinggi negeri menuntut hampir semua perguruan tinggi harus berani melakukan perubahan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan citranya. Dengan kita melihat salah satu indikator yaitu seberapa besar pengaruh citra dan pelayanan sebuah perguruan tinggi terhadap kepercayaan, maka kita akan mampu membuat perubahan apa saja dalam peningkatan mutu untuk meraih sebuah kemenangan dalam persaingannya. Teknik dalam pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengambilan data primer dan sekunder seperti studi pustaka dan kuisioner. Sedangkan pada teknik analisis hasil data menggunakan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : (1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan memiliki nilai 52,5 %. (2) Pengaruh citra terhadap kepercayaan sebesar 83,3 %.

**Kata Kunci :** Kepercayaan, Pelayanan, Citra dan SPSS

\*Corresponding Author: adamwilly184@gmail.com

## INTRODUCTION

Dunia pendidikan pada awal tahun 2023 hingga saat ini cenderung mengalami peningkatan persaingan antara perguruan tinggi yang semakin tinggi. Persaingan ini terjadi karena didorong oleh berbagai faktor seperti pemilihan peningkatan minat masyarakat dalam melanjutkan pendidikan tinggi, Adanya tuntutan kualitas pendidikan yang lebih baik dan semakin perkembangan teknologi. Sangat di sadari bahwa pentingnya akan pendidikan telah membuat para orang tua mencari sekolah perguruan tinggi yang berkualitas baik akademik maupun non akademik hingga kepada tingkat kepuasan pengguna nya. Seiring berkembangnya zaman maka semakin banyak perguruan tinggi yang unggul dan berintegrasi bagus yang tumbuh dan berkembang dan semakin meningkatkan kualitas termasuk pelayanan terhadap konsumen atau para mahasiswa. Sebuah perguruan tinggi juga dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk usaha atau perusahaan dalam bidang pendidikan yang dapat memberikan kemanfaatan bagi masyarakat (*kompasiana*). Dengan memberikan pelayanan terbaik untuk para mahasiswa menjadi sebuah salah satu nilai keberhasilan sebuah perguruan tinggi yang akan mendapatkan kontribusi dan kualitas yang baik di mata mahasiswa nya (Sulastri, 2017). Kepercayaan dari para pengguna jasa atau pelanggan dapat terlihat dari kepercayaan konsumen yang mereka rasakan ketika mereka menggunakan jasa dari perguruan tinggi tersebut (Triwijayanti et al., 2022).

Pelayanan yang optimal dari perguruan tinggi mencerminkan komitmen institusi dalam memenuhi kebutuhan akademik dan non-akademik mahasiswa. Pelayanan tidak hanya mencakup aspek administratif dan pembelajaran, tetapi juga keterjangkauan akses, kecepatan respons, keramahan petugas, serta kemudahan penggunaan teknologi informasi dalam proses akademik. Di sisi lain, citra perguruan tinggi (*brand image*) menggambarkan tentang persepsi masyarakat terhadap reputasi, kualitas lulusan, akreditasi, kinerja dosen, serta keterlibatan institusi dalam aktivitas sosial dan riset (Rizki, 2024).

STMIK Bani Saleh yang berlokasi di daerah Bekasi Timur dapat di katakan sebagai perguruan yang bergerak dalam bidang pendidikan dalam bidang teknologi yang bertujuan untuk memberikan ilmu pengetahuan bagi para mahasiswa serta berkomitmen memberikan pelayanan yang terbaik bagi para mahasiswa nya baik mahasiswa yang menjalankan proses belajar maupun bagi calon mahasiswa baru. STMIK Bani Saleh sangat menyadari bahwa keberadaannya telah dirasakan kemanfaatan baik mahasiswa maupun masyarakat. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan pada perguruan Tinggi pun semakin ketat. Para kompetitor menggunakan berbagai pola untuk memenangkan persaingan seperti persaingan

harga dan biaya pendidikan, reputasi dan citra dan pemasaran (Aminah, 2022). Walaupun persaingan semakin ketat, namun STMIK Bani Saleh tetap akan berkomitmen dan berusaha memberikan yang terbaik kepada mahasiswa dan juga para calon mahasiswa baru nya.

Kepercayaan yang dibangun oleh perguruan tinggi kepada para pengguna dan mahasiswa dapat berdampak kepada informasi marketing (pemasaran) yang berkesinambungan yang salah satunya pada sisi verbal sehingga dampak positif perguruan tinggi akan semakin tinggi pada masyarakat dan pengguna nya. Pentingnya pelayanan perguruan tinggi bagi para mahasiswa dapat dilihat dari beberapa aspek seperti pengalaman pertama yang berkesan sehingga membantu para mahasiswa baru beradaptasi dengan lingkungan kampus. Meningkatkan kepercayaan mahasiswa pada saat mereka belajar dan membangun kepercayaan hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Dengan demikian, seluruh perguruan tinggi harus terus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan, citra dan membangun kepercayaan baik kepada pengguna, mahasiswa lama maupun calon mahasiswa baru sebagai suatu investasi jangka panjang untuk menciptakan dan mendukung kesuksesan para mahasiswa yang saling berkesinambungan. Ada tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan pada mahasiswa yaitu :

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Mahasiswa

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepercayaan mahasiswa dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepercayaan mahasiswa yang lebih tinggi.

#### 2. Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Kepercayaan Mahasiswa (Edastama, 2014)

Citra perusahaan adalah hasil dari proses evaluasi. Meskipun seorang pelanggan tidak mempunyai keseluruhan informasi mengenai suatu perusahaan, informasi yang ia peroleh dari sumber lain semisal iklan dan kabar mulut ke mulut akan berpengaruh dalam proses pembentukan citra suatu perguruan tinggi (Saady & Rohmadi, 2022)

#### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perguruan Tinggi Terhadap Kepercayaan Mahasiswa

Perkembangan kepercayaan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan dan kepercayaan mahasiswa (Putro et al., 2016).

## **METHOD**

Metode penelitian yang akan digunakan untuk mengkaji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra STMIK Bani Saleh terhadap kepercayaan mahasiswa adalah analisis kuantitatif

dengan pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi. Penulis menggunakan metode hitung SPSS 20 dengan penarikan sampel acak sebanyak 75 responde (10%) dengan populasi sejumlah 750 mahasiswa (Muhardono & Susilo, 2019).

Teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan dengan cara acak atau random sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai. Analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif deskriptif atau bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya. Sedangkan untuk jenis penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Dan penjelasan mengenai kausal itu sendiri merupakan hubungan yang bersifat sebab- akibat antara variabel terikat (*Independen*) mempengaruhi variabel yang bebas (Hermawan, 2020). Salah satu metode kolerasi yang akan digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah kolerasi pearson product moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

**Keterangan :**

n = Banyaknya Pasangan data XY

$\sum x$  = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$  = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x^2$  = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel

$\sum y^2$  = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$  = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Menurut Masrun (Sugiyono 2016:218), nilai r hitung yang telah diperoleh dari perhitungan di atas, selanjutnya dibandingkan dengan r kritis (0,3) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika r hitung > r kritis, maka item disebut valid.
- Jika r hitung < r kritis, maka disebut tidak valid.

Koefisien Korelasi dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a) Antara 0,800 sampai dengan 1,000 = sangat tinggi

- b) Antara 0,600 sampai dengan 0,800 = tinggi
- c) Antara 0,400 sampai dengan 0,600 = cukup
- d) Antara 0,200 sampai dengan 0,400 = rendah
- e) Antara 0,000 sampai dengan 0,200 = sangat rendah

Tabel Kisi – Kisi Variabel sebagai berikut :

**Tabel 1. Kisi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Variabel	Dimensi	No	Indikator
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kehandalan	1	Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan
		2	Kinerja yang tepat waktu
	Daya tanggap	3	Kesediaan untuk membantu pelanggan
		4	Kesigapan dalam melayani pelanggan
	Jaminan	5	Kejujuran pada pelayanan
		6	Ramah dalam pelayanan
		7	Kemampuan dalam memberikan keamanan di jasa yang ditawarkan
	Empati	8	Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan

**Tabel 2. Kisi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

Variabel	Dimensi	No	Indikator
Citra (X <sub>2</sub> )	Keunikan Atribut	1	<i>Product related</i>
		2	<i>Non Product related</i>
	Keuntungan	3	Fungsi
		4	Pengalaman
	Evaluasi	5	Kepercayaan konsumen terhadap <i>Brand</i>
		6	Pengetahuan konsumen terhadap <i>Brand</i>

**Tabel 3. Kisi Variabel Kualitas Kepercayaan (Y)**

Variabel	Dimensi	No	Indikator
Kepercayaan Mahasiswa (Y)	Keyakinan pelanggan akan manfaat dan kualitas	1	Membuat pelanggan merasa senang dengan kualitas dari bisnis Anda, maka pelanggan akan kembali dan
	Penyampaian informasi produk secara benar	2	Informasi produk pada website mendeskripsikan tampilannya.
	Sistem transaksi mudah	3	Sistem transaksi yang mudah dimengerti.
	Tampilan website terlihat meyakinkan/ asli apa adanya	4	Website terlihat menyampaikan informasi apa adanya.
	Tampilan website yang kreatif	5	Tampilan website kreatif dan menarik
	Kenyamanan	6	Penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya
	Kepuasan	7	Jika pelanggan merasa puas maka kemungkinannya pelanggan ini akan bertahan dengan jasa Anda dalam waktu lama

Hipotesis sebagai jawaban sementara dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) hipotesa, yaitu :

- a. **H1**: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Mahasiswa
- b. **H2**: Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Mahasiswa
- c. **H3** : Kualitas Pelayanan dan Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepercayaan Mahasiswa Hasil Uji Validasi dari pertanyaan pada variabel X1 dan X2 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji Validitasi Kualitas Pelayanan (X1)**

Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	r hitung	r kritis	Keterangan
Pertanyaan 1	0,582	0,30	Valid
Pertanyaan 2	0,444	0,30	Valid
Pertanyaan 3	0,480	0,30	Valid
Pertanyaan 4	0,421	0,30	Valid
Pertanyaan 5	0,444	0,30	Valid
Pertanyaan 6	0,493	0,30	Valid
Pertanyaan 7	0,467	0,30	Valid
Pertanyaan 8	0,664	0,30	Valid
Pertanyaan 9	0,455	0,30	Valid
Pertanyaan 10	0,532	0,30	Valid
Pertanyaan 11	0,497	0,30	Valid

Sumber : Data Output SPSS Versi 20

**Tabel 5. Hasil Uji Validitasi Citra (X2)**

Pertanyaan Variabel Citra (X2)	r hitung	r kritis	Keterangan
Pertanyaan 1	0,685	0,30	Valid
Pertanyaan 2	0,675	0,30	Valid
Pertanyaan 3	0,482	0,30	Valid
Pertanyaan 4	0,755	0,30	Valid
Pertanyaan 5	0,415	0,30	Valid
Pertanyaan 6	0,748	0,30	Valid
Pertanyaan 7	0,864	0,30	Valid
Pertanyaan 8	0,532	0,30	Valid

Sumber : Data Output SPSS Versi 20

Berdasarkan hasil dari tabel di atas baik pada uji Variabel Pelayanan maupun Citra menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r Tabel, sehingga dapat dikatakan seluruh pertanyaan yang terdapat pada variabel Citra adalah **valid**.

## RESULTS

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa di STMIK Bani Saleh yang memiliki populasi sebanyak 750 mahasiswa. Dari populasi tersebut diambil sample sebanyak 75 mahasiswa dengan menggunakan teknik random sampling. Karakteristik mahasiswa pada penelitian ini yaitu berdasarkan Jenis kelamin, Usia dan Jurusan yang tertuang dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 6. Karakteristik Responden**

No	Kategori	Sub Kategori	Frekuensi (f)	Prosentase (%)
1	Jenis Kelamin	Pria	45	45
		Wanita	30	30
2	Usia	< 19 Tahun	25	33.33
		20 - 25 Tahun	50	66.66
3	Jurusan	Sistem Informasi	15	20
		Teknik Informatika	20	26.67
		Manajemen Informatika	30	40
		Teknik Komputer	5	6.67
		Komputerisasi Akuntansi	5	6.67

Setelah hasil dari uji validasi atas penyusunan pertanyaan yang di ajukan, berikut peneliti dengan menggunakan alat hitung SPSS 20 untuk mengetahui hubungan antara Variabel

Bebas yaitu Pelayanan (X1) dan Citra (X2) dengan Variabel Terikat nya adalah Tingkat Kepercayaan (Y). Berikut ini adalah uji-uji yang dilakukan dalam penelitian ini :

**b) Uji Reliabilitas (Uji R)**

Berdasarkan nilai ukuran statistik yang digunakan untuk menilai reliabilitas atau konsistensi internal suatu alat ukur, seperti kuesioner atau skala Hasil penelitian pada uji Reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0.60 (*Ghozali dan Sugiyono*), sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan penelitian ini reliabel yang telah memenuhi syarat sebagai instrumen penelitian

**Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,792	reliabel
Citra (X2)	0,869	reliabel
Kepercayaan Konsumen (Y)	0,917	reliabel

**C. Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil uji pada Signifikansi Asymp.Sig. (2-tailed) di bawah. Di dapatkan bahwa nilai Signifikasi sebesar 0.20 dan nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Jadi dapat di simpulkan bahwa data berdistribusi normal atau dengan kata lain persyaratan dalam model regresi telah terpenuhi. Berikut tabel yang menjelaskan tentang hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut :

**Tabel 7. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0486107
	Std. Deviation	1.97585377
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.076
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

**D. Uji Analisis Rata – Rata Tanggapan Responden**

## 1. Uji Analisis Rata–Rata Tanggapan Responden pada Pelayanan Akademik

No	Alternatif Jawaban	F	Bobot (x)	f(x)	$M = \frac{\sum f(x)}{N}$ $= \frac{324}{75}$ $4.32$
1	Sangat Setuju (SS)	24	5	120	
	Setuju (S)	51	4	204	
	Kurang Setuju (KS)	0	3	0	
	Tidak Setuju (TS)	0	2	0	
	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	1	0	
<b>TOTAL</b>		75		324	

Sumber : Olahan Data SPSS

**Tabel 8. Responde Terhadap Pelayanan Akademik**

Berdasarkan tabel diatas tanggapan responden mengenai pelayanan Akademik, penilaian yang diberikan oleh responden adalah:

- Responden dengan jawaban Sangat Setuju sebanyak : **24 (32%)**
- Responden dengan jawaban Setuju sebanyak : **51 (68%)**
- Responden dengan jawaban Kurang Setuju sebanyak : **0%**
- Responden dengan jawaban Tidak Setuju sebanyak : **0 %**
- Responden dengan jawaban Sangat Tidak Setuju : **0%**

Selanjutnya terlihat jumlah angka penafsirannya sebesar (**M = 4.32**). Dengan demikian berdasarkan skala interval hasil dari penilaian responden tersebut, termasuk kedalam kategori **Sangat Baik**.

## 2. Uji Analisis Rata–Rata Tanggapan Responden pada Pelayanan Unit Lain

**Tabel 9. Responde Terhadap Pelayanan Unit Lain**

No	Alternatif Jawaban	F	Bobot (x)	f(x)	$M = \frac{\sum f(x)}{N}$ $= \frac{315.00}{75}$ $4.20$
2	Sangat Setuju (SS)	20	5	100	
	Setuju (S)	50	4	200	
	Kurang Setuju (KS)	5	3	15	
	Tidak Setuju (TS)	0	2	0	
	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	1	0	
<b>TOTAL</b>		75		324	

Sumber : Olahan Data SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas tanggapan responden mengenai Responden pada unit lain, penilaian yang diberikan oleh responden adalah:

- Responden dengan jawaban Sangat Setuju sebanyak : **20 (26,67%)**
- Responden dengan jawaban Setuju sebanyak : **50 (66,67%)**
- Responden dengan jawaban Kurang Setuju sebanyak : **5 (6.66%)**
- Responden dengan jawaban Tidak Setuju sebanyak : **0%**
- Responden dengan jawaban Sangat Tidak Setuju : **0%**

Selanjutnya terlihat jumlah angka penafsirannya sebesar ( $M = 4.20$ ). Dengan demikian berdasarkan skala interval hasil dari penilaian responden tersebut, termasuk kedalam kategori **Sangat Baik**.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.364	.666	
KUALITAS PELAYANAN (X1)	.052	.020	.085
PENGARUH CITRA (X2)	.287	.019	.515

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN KONSUMEN(Y)

Dari hasil tabel di atas, maka di dapat sebuah persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 2,364 + 0,052X1 + 0,287X2 + e.$$

Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: Pada tabel Coefficients, pada kolom B Constant adalah **2.364** sedangkan nilai variabel gaya

Kualitas Pelayanan (b1) adalah **0,052** dan nilai variable Citra (b2) adalah **0,287** sehingga pernyataan regresinya adalah sebagai berikut :

- Artinya setiap perubahan satuan skor variabel X, maka akan diikuti dengan nilai skor Y sebesar 0,052 untuk X1 dan sebesar 0,287 untuk X2 dengan nilai konstan sebesar :2.364
- Nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) apabila terjadi kenaikan pada variabel tersebut maka akan terjadi kenaikan pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,052 dan memiliki pengaruh positif terhadap Kepercayaan Mahasiswa, dan

dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kenaikan variabel Kualitas Pelayanan maka akan berpengaruh pula pada kenaikan Kepercayaan Mahasiswa.

- c) Nilai variabel Pengaruh Citra (X2) apabila terjadi kenaikan pada variabel tersebut maka akan terjadi kenaikan pada variabel Pengaruh Citra sebesar 0,287 dan memiliki pengaruh positif terhadap Kepercayaan Mahasiswa, dan dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kenaikan variabel Pengaruh Citra maka akan berpengaruh pula pada kenaikan Kepercayaan Mahasiswa

#### 4. Uji t

Uji t adalah untuk menguji secara parsial apakah Kualitas Pelayan (X1) dan Pengaruh Citra (X2) secara parsial atau masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan (Y).  $b_1 \neq 0$

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.364	.666		3.550	.001
KUALITAS PELAYANAN (X1)	.052	.020	.085	2.651	.010
PENGARUH CITRA (X2)	.287	.019	.515	15.086	.000

Dari tabel diatas dapat diketahui tingkat signifikan untuk masing-masing variabel bebas. Uraian hasil penelitian ini adalah :

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan, dan secara positif terhadap Kepercayaan Mahasiswa. Hal ini terlihat dari nilai sig 0,010 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung 2,651 > tabel 1,666.
2. Variabel Pengaruh Citra berpengaruh signifikan, dan secara positif terhadap Kepercayaan Mahasiswa. Hal ini terlihat dari nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung 15,086 > tabel 1,666.

#### 5. Uji F

Uji ini untuk melihat secara bersama-sama pengaruh atau berhubungan positif dan signifikan variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Pengaruh Citra (X2) terhadap Kepercayaan (Y).

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	670.025	3	223.342	898.157	.000 <sup>b</sup>
Residual	17.655	71	.249		
Total	687.680	74			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1), Pengaruh Citra (X2)

## CONCLUSION

Penelitian ini menegaskan pentingnya tentang kepercayaan mahasiswa terhadap STMIK Bani Saleh dalam meningkatkan citra dan pelayanan perguruan tinggi swasta. Dengan meningkatkan citra dan pelayanan pada mahasiswa akan membentuk jalur komunikasi yang memperkuat hubungan antara ke 3 variabel tersebut. Kepercayaan telah terbukti berkontribusi langsung pada peningkatan jumlah penerimaan mahasiswa serta proses belajar dan mengajar. Kualitas Pelayanan pada Kepercayaan Mahasiswa bernilai sebesar 52,5%. Sedangkan sisanya sebesar 46,5 % dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Pengaruh Citra pada Kepercayaan Mahasiswa bernilai sebesar 83,3 %. Sedangkan sisanya sebesar 16,7 % dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Serta yang terakhir Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Pengaruh Citra (X2) terhadap Kepercayaan Konsumen secara simultan (bersama-sama) sebesar 97,4%. Sedangkan sisanya sebesar 2,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan melihat hasil penelitian, Penulis memberikan saran kepada kepada STMIK Bani Saleh sebagai cikal bakal berdirinya Fakultas Teknologi dan Digital pada Universitas Bani Saleh agar peningkatan pada Kualitas Pelayanan dan Citra lebih di tingkatkan serta memiliki kualitas yang lebih baik lagi agar tingkat Kepercayaan Mahasiswa semakin baik.

## REFERENCES

Aminah, S. (2022). *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus di Universitas Mercu Buana Jakarta)*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Edastama, P. (2014). Pengaruh Kualitas Service terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kecenderungan Berperilaku Mahasiswa pada Perguruan Tinggi di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(1), 129–152.
- Hermawan, F. T. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Muhardono, A., & Susilo, D. (2019). Teknik analisis regresi linear berganda dan important performance analysis untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kinerja layanan akademik. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 5(2), 148–162.
- Putro, B. S. W., Triastity, R., & Wardiningsih, S. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Citra Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3).
- Rizki, I. A. (2024). *Pengaruh Brand Image Perguruan Tinggi Terhadap Minat Siswa Man 1 Lampung Tengah Melanjutkan Studi Ke Uin Raden Intan Lampung*. Uin Raden Intan Lampung.
- Saady, T. A., & Rohmadi, Y. (2022). Penerapan Promosi Mulut ke Mulut dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di PPMI Assalaam Sukoharjo. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 88–95.
- Sulastri, T. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa serta implikasinya pada citra perguruan tinggi. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 41–52.
- Triwijayanti, N., Sanoto, H., & Paseleng, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan pendidikan, budaya sekolah, citra sekolah terhadap kepuasan orang tua. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 12(1), 74–80.