

## ANALIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI DEL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DELSHOP

Sheila Haryanti Manik<sup>1</sup>, Mariana Simanjuntak, S.S., M.Sc.<sup>2</sup>

Program studi Manajemen Rekayasa, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Del

Email: [sheilamanik12@gmail.com](mailto:sheilamanik12@gmail.com)<sup>1</sup>, [lisbeth.anna2.del@gmail.com](mailto:lisbeth.anna2.del@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstract (English)

*This research was conducted to measure the level of student satisfaction with the quality of service provided at DelShop. This research used quantitative methods with data collection techniques through online questionnaires which were distributed to IT Del students with predetermined conditions, so a sample of 43 IT Del students who had shopped at DelShop were obtained. Data were analyzed using SmartPLS 4. The results showed that the level of student satisfaction with the quality of DelShop services was classified as moderate. The service quality factor that has the most influence on student satisfaction is empathy, followed by reliability, responsiveness, guarantee and physical evidence. The results of this research can be used by DelShop to improve service quality and student satisfaction. DelShop can make several improvements, such as increasing staff training, increasing product variety, and improving marketing strategies. This research is interesting because it focuses on the quality of DelShop services and its impact on IT Del student satisfaction, so that this research can identify areas that need improvement and formulate effective service strategies to attract students as DelShop consumers.*

### Article History

Submitted: 28 June 2024

Accepted: 4 July 2024

Published: 5 July 2024

### Key Words

Student Satisfaction,  
Service Quality, DelShop

### Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan yang dilakukan pada DelShop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarkan kepada mahasiswa IT Del dengan syarat yang telah ditentukan maka diperoleh 43 sampel mahasiswa IT Del yang pernah berbelanja di DelShop. Data dianalisis dengan menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan DelShop tergolong sedang. Faktor kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah empati, diikuti dengan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh DelShop untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa. DelShop dapat melakukan beberapa perbaikan, seperti meningkatkan pelatihan staf, menambah variasi produk, dan meningkatkan strategi pemasaran. Penelitian ini menjadi menarik karena berfokus pada kualitas layanan DelShop dan dampaknya terhadap kepuasan mahasiswa IT Del, sehingga penelitian ini dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan merumuskan strategi pelayanan yang efektif untuk menarik mahasiswa sebagai konsumen DelShop.

### Sejarah Artikel

Submitted: 28 Juni 2024

Accepted: 4 Juli 2024

Published: 5 Juli 2024

### Kata Kunci

Kepuasan Mahasiswa,  
Kualitas Pelayanan,  
DelShop

## Pendahuluan

### Latar Belakang

Kegiatan pelayanan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena pada dasarnya pelayanan sangat dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan kita. Dalam jasa pendidikan yang diberikan oleh lembaga pendidikan juga terdapat pelayanan. Ini menjadi sorotan mahasiswa dalam menggunakan jasa pendidikan. Dalam rangka meningkatkan mutu dan relevansi dari jasa yang diberikan, Lembaga pendidikan telah melakukan berbagai usaha berkesinambungan dan sangat bermakna.

Lembaga pendidikan/Perguruan tinggi memiliki tugas penting dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada mahasiswanya. Banyak Jenis pelayanan yang berkualitas

yang diberikan oleh lembaga pendidikan. Sama halnya dengan lembaga pendidikan lain Institut Teknologi Del juga ingin memberikan pelayanan yang baik terhadap mahasiswanya, salah satu unit yang bertanggung jawab dalam menyediakan kebutuhan perlengkapan mahasiswa ialah DelShop. DelShop menyediakan berbagai perlengkapan bagi para mahasiswa IT Del, seperti yang diketahui bahwa dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari terdapat kewajiban mahasiswa IT Del untuk selalu mengenakan/menggunakan perlengkapan-perengkapan tersebut yang akan menunjang aktivitas mereka saat berada di lingkungan kampus. Adapun barang yang disediakan oleh DelShop ialah: Jas Almamater, Training Pack, Pin Mahasiswa, Kaos Mahasiswa, Topi, Sprei, Botol Minum. Oleh karena itu DelShop dibutuhkan sebagai penunjang dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada mahasiswa, sehingga nantinya akan meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap berbagai layanan yang disediakan oleh IT Del.

Tetapi hingga saat ini, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman mengenai sejauh mana kepuasan mahasiswa terhadap layanan yang diberikan oleh Del Shop. Kurangnya pemahaman ini dapat menjadi hambatan dalam upaya perbaikan layanan dan peningkatan pengalaman belanja mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kekurangan atau area yang perlu diperbaiki dalam layanan yang diberikan oleh Del Shop. Dengan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kualitas layanan Del Shop, diharapkan peneliti dapat memberikan rekomendasi yang tepat untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman belanja mahasiswa. Rekomendasi ini dapat meliputi perbaikan proses layanan, peningkatan kualitas produk, interaksi yang lebih baik dengan pelanggan, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif dan secara keseluruhan meningkatkan pengalaman mahasiswa selama masa berbelanja di DelShop

## Rumusan Masalah

- Bagaimana Tingkat kepuasan mahasiswa IT Del terhadap layanan yang diberikan oleh DelShop?
- Area apa yang perlu diperbaiki dalam layanan DelShop untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa IT Del?

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa IT Del terhadap layanan yang diberikan oleh Del Shop, mengidentifikasi kekurangan atau area yang perlu diperbaiki dalam layanan Del Shop untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa, serta merumuskan strategi pelayanan yang efektif untuk menarik mahasiswa sebagai konsumen DelShop.

## Tinjauan Pustaka

### Hipotesis Penelitian

### Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil akhir dari evaluasi keseluruhan pengalaman pelanggan dalam membeli dan menggunakan produk atau jasa (Pemikiran, Ilmiah, and Agribisnis 2022). Kepuasan adalah evaluasi utama yang dilakukan oleh konsumen terhadap pelayanan, dan tingkat kepuasan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Of et al. 2021). Kepuasan konsumen Perilaku konsumen dalam jangka panjang dan dianggap sebagai evaluasi keseluruhan terhadap layanan yang akan membentuk interaksi dengan pelanggan untuk kedepannya ialah kepuasan konsumen (Novrianda 2018). Kepuasan konsumen dapat diciptakan dan dibangun dari kualitas pelayanan yang prima dan konsisten sehingga akan membawa dampak positif bagi bisnis tersebut (Sistem et al. 2019). Produk atau jasa yang

berkualitas adalah yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen sesuai harapan tetapi juga mampu melebihi harapan konsumen, jika produk atau jasa melebihi harapan, pelayanannya dianggap sangat baik dan sebaliknya jika kurang dari harapan, pelayanannya dianggap buruk (Kepuasan et al. 2017).

## **Kualitas Pelayanan**

Menurut, (Lestari and Iskandar 2021) Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, menurut (Sari 2015). Kesetiaan dan loyalitas ditentukan oleh kepuasan akan pelayanan yang diterima konsumen, menurut (Kualitas et al. 2019). Indikator agar suatu bisnis dapat berlangsung lama ialah dengan menjaga kepuasan pelanggan secara berkelanjutan (Komputer 2018). Oleh karena untuk menjaga keberlangsungan bisnis dengan baik perlu dilakukan tindakan untuk membangun ataupun menjaga kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen. Menurut (Bogor n.d.) ,ada 5 faktor yang menjadi indikator penentu kualitas pelayanan, yaitu:

1. Berwujud (Tangible): Berwujud ialah elemen fisik seperti fasilitas, peralatan, dan materi komunikasi memiliki peran penting dalam memberikan kesan pertama kepada konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik yang nyaman dan peralatan yang canggih dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka.
2. Empati (Empathy): Empathy ialah bentuk kesediaan untuk lebih peduli terhadap pelanggan dengan memberikan perhatian terhadap permintaan akan kebutuhan pelanggan tersebut. Seperti staf yang menunjukkan perhatian dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan konsumen. Hal ini dapat membuat konsumen merasa dihargai dan diakui, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka.
3. Cepat Tanggap (Responsiveness): Cepat Tanggap ialah merespons atau memberi pelayanan dengan segera terhadap pelanggan dengan cekatan untuk mengatasi keluhan serta kebutuhan konsumen tersebut. Karena konsumen cenderung lebih puas jika kebutuhan mereka dipenuhi tanpa penundaan dan masalah mereka diselesaikan dengan segera.
4. Keandalan (Reliability): Keandalan ialah konsistensi dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan sesuai dengan janji adalah faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen. Keandalan layanan yang tinggi dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepuasan konsumen.
5. Kepastian (Assurance): Keyakinan dan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan melalui keahlian, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi yang akurat sangat penting. Kepastian ini membantu dalam mengurangi kecemasan konsumen dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

## **Kerangka Pemikiran**

### **Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen**

Kotler menggambarkan kualitas pelayanan sebagai proses kerja untuk meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan selama proses produksi hingga pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan (Lestari and Iskandar 2021). Kualitas Pelayanan dapat menjadi motivasi para konsumen untuk berkomitmen dan loyal terhadap produk dan layanan tertentu sehingga meningkatkan kinerja DelShop. Maka untuk mempertahankan

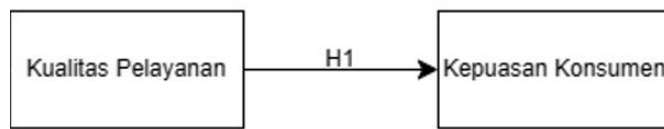
kualitas pelayanan, kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam memeprtahankan konsumen.

Pada penelitian terdahulu telah dikemukakan bahwa terdapat hubunganyang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. (Lestari and Iskandar 2021) pada jurnalnya yang mengutip dari peneltiian sebelumnya, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan pada teori-teori yang telah di paparkan di atas, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

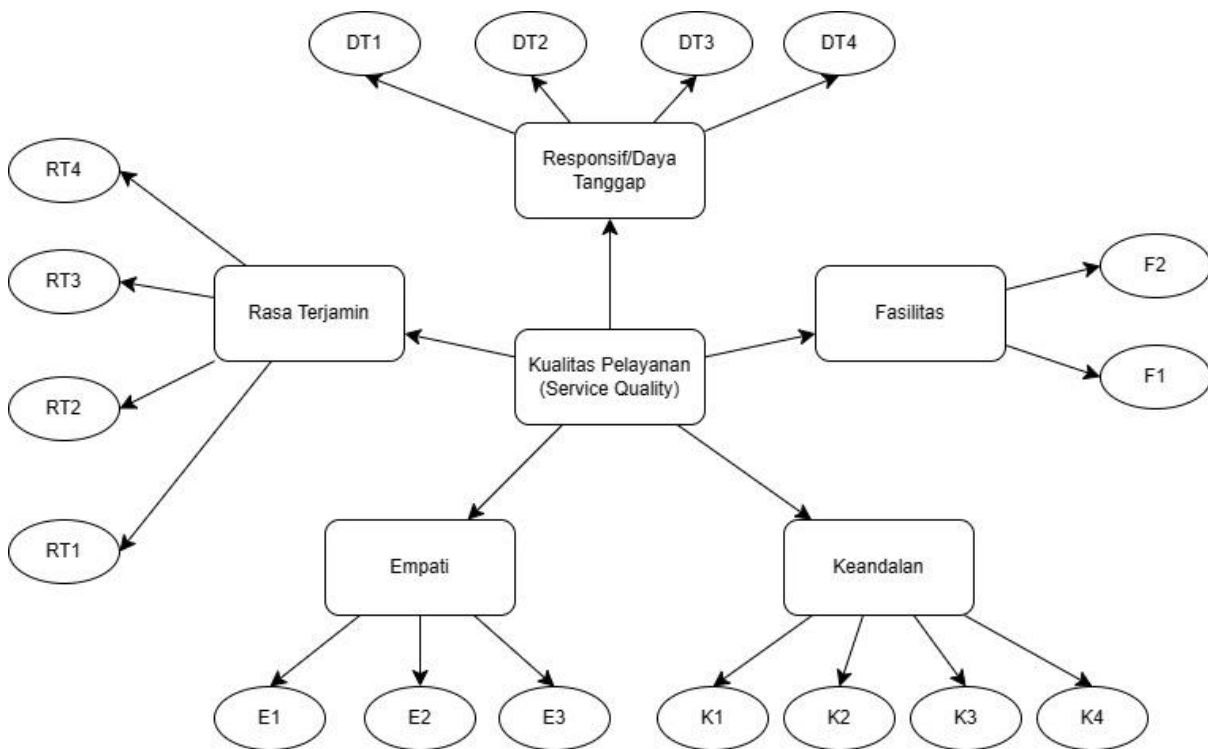
H1: Faktor Kualitas Pelayanan diduga berpenagruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan Hasil Hipotesis penelitian diatas mengenai faktor kualitas pelayanan (Service Quality) terhadap kepuasan mahasiswa, maka dikembangkan model dasar sebagai kerangka Konseptual, seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran

Apabila gambar 1 yang merupakan kerangka dasar penelitian ini diatas diuraikan lebih lanjut dengan menampilkan indikator dari setiap variabel yang membentuk kualitas pelayanan maka akan menampilkan seperti gambar 2 dan 3 berikut:



Gambar 2. Variabel Kualitas Pelayanan dan indikatornya

Pada Gambar 2. Variabel Kualitas Layanan (Service Quality) dijelaskan bahwa ada 5 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Layanan (Service Quality) serta setiap

indikator memiliki jumlah/total pertanyaan yang akan digunakan untuk mencari informasi tentang indikator tersebut. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen melalui beberapa mekanisme, seperti persepsi kualitas/fasilitas, daya tanggap, keandalan, pengurangan ketidakpastian, dan empati. Ketika konsumen merasakan bahwa layanan yang mereka terima memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, mereka cenderung lebih puas dan loyal terhadap perusahaan. Indikator-indikator kualitas pelayanan tidak bekerja secara terpisah tetapi saling berinteraksi sehingga menciptakan pengalaman layanan yang lebih holistik dan memuaskan.

## Metodologi Penelitian

### Conceptual Design

Conceptual adalah kerangka gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan, dimana dalam kerangka ini tergambar prosuder dan apa yang akan dikaji dalam penelitian. Adapun aspek konseptual dalam penelitian ini adalah menganalisis Kepuasan Mahasiswa seperti Kualitas Layanan (Service Quality).

### Operational Definition

Operasional adalah definisi berdasarkan sifat dari hal yang didefinisikan seta dapat diamati atau di observasi sehingga kegiatan yang dilakukan oleh peneliti bersifat terbuka dan dapat diuji kembali ke orang lain. Adapun aspek operasional dalam penelitian ini adalah Kepuasan Mahasiswa terhadap kinerja Delshop yang dipengaruhi oleh Kualitas Layanan (Service Quality). Adapun Variabel dan indikator yang diukur adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Kontruksi/Variabel	Indikator	Keterangan
<b>Kualitas Layanan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responsif/Daya Tanggap</li> <li>2. Rasa Terjamin</li> <li>3. Empati</li> <li>4. Keandalan</li> <li>5. Fasilitas</li> </ol>	Kualitas pelayanan didefinisikan oleh (Lestari and Iskandar 2021), sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ketepatan penyampaian produk agar dapat memenuhi harapan pembeli. Ada lima indikator kualitas pelayanan: keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik.
<b>Kepuasan Mahasiswa</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responsivitas.</li> <li>2. Harga</li> <li>3. Kualitas Pelayanan</li> <li>4. Faktor Emosional</li> <li>5. Kesesuaian jadwal(Kemudahan dan Fasilitas)</li> </ol>	Menurut (Sukmawati 2018), responsivitas, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan adalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Teknik Purposive Sampling, dimana teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti mengenai sampel-sampel mana yang paling sesuai, bermanfaat dan dianggap dapat mewakili suatu populasi (representatif). Maka sampel yang diambil merupakan mahasiswa yang memenuhi syarat yaitu sudah pernah berbelanja di DelShop. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui pembagian kuesioner Google Form kepada Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui pembagian kuesioner Google Form kepada mahasiswa IT Del yang merupakan mahasiswa yang pernah berbelanja di DelShop. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif, dimana metode ini mendeskripsikan suatu pengamatan fenomena dan substansinya berdasarkan analisis terhadap data yang diperoleh. Analisis data dilakukan dengan SmartPLS 4, serta menggunakan metode Studi Literatur yaitu dengan mengumpulkan, memilih, menganalisis dan menginterpretasikan informasi yang ditemukan dari sumber-sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam penelitian ini pada dasarnya digunakan untuk memberikan penjelasan hubungan sebab akibat antara variabel bebas (X) dengan Variabel (Y). Dalam pengumpulan data diambil dari sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer didapatkan langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa ITDel yang masih aktif yang menggunakan jasa DelShop. Kuesioner yang dibuat adalah bersifat tertutup dalam artian responden akan memilih nilai range 1 – 7 dimana nilai tersebut memiliki masing-masing kategori seperti pada tabel dibawah ini.

*Tabel 2. Rangkaian Kuesioner*

Range	Kategori	Singkatan
1	Sangat tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Cukup Tidak Setuju	CTS
4	Netral	N
5	Cukup Setuju	CS
6	Setuju	S
7	Sangat Setuju	SS

## Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan Institut Teknologi Del (IT DeL). Populasi adalah kumpulan keseluruhan dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian dan dari mana sampel diambil untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan (Lidya and Pasaribu 2020). Maka yang menjadi populasi dari penelitian ini ialah mahasiswa IT Del.

Sampel merupakan subset dari populasi yang digunakan untuk mewakili jumlah dan karakteristik keseluruhan populasi tersebut. Menurut (Lidya and Pasaribu 2020), Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi ditentukan, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling tertentu. Untuk menentukan jumlah sampling yang dibutuhkan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin, maka dari perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yang akan menjadi sampel dari penelitian ini ialah mahasiswa IT Del yang pernah berbelanja di DelShop dengan responden berjumlah 43 orang.

Dalam penelitian ini populasi diambil dari semua mahasiswa IT dari semua jurusan yang ada di IT Del dan yang merupakan mahasiswa aktif IT Del. Dalam penelitian ini sampel yang diambil mengacu pada rumus dari Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$e = 15\% = 0,15$$

$$e^2 = 0,0225$$

$$N = 1500$$

$$n = \text{Jumlah Sampel}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 1500(0,15)^2}$$

$$n = 43$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Sampel yang diambil dari penelitian ini ialah 15%, 15% ini ditentukan peneliti berdasarkan pertimbangan berbagai aspek, seperti: responden yang akan mengisi kuesioner ini hanya mahasiswa sudah pernah berbelanja di DelShop, sehingga ukuran sampelnya diperkecil lagi. Dari rumus ini diambil dari populasi 1500 mahasiswa dan yang menjadi sampelnya ialah 43 orang responden.

### Teknik Pengolahan Data

Data akan diolah dengan menggunakan SmartPLS 4. Pengujian menggunakan SmartPLS 4 ialah menggunakan uji validitas, dimana uji validitas terbagi dua yaitu: Uji validitas Konvergen dan Uji Validitas Discriminant. Data juga akan diuji dengan Uji Reabilitas dan Uji Hipotesis.

-Uji Validitas

- Uji Validitas Konvergen  
Validitas konvergen didasarkan pada gagasan bahwa pengukur konstruk harus memiliki korelasi tinggi (Furadantin 2018). validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator reflektif, Average Variance Extracted (AVE) digunakan. Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih, dan jika nilainya sama dengan 0,5 atau lebih, konstruk dapat menjelaskan varians 50% atau lebih dari itemnya (Furadantin 2018).
- Uji Validitas Discriminant.  
Menurut, (Junianto et al. 2020) Prinsip diskriminasi validitas mengacu pada gagasan bahwa ukuran yang dilakukan pada dua variabel berbeda tidak seharusnya memiliki korelasi yang signifikan. Pengujian validitas diskriminasi dilakukan dengan membandingkan muatan faktor dimensi pada satu variabel dengan muatan faktor dimensi yang sama pada variabel lain. Validitas pengukuran diskriminan dinilai melalui cross-loading pengukuran dengan strukturnya. Variabelnya memiliki nilai cross-loading dimensi yang lebih tinggi daripada variabel lainnya.
- Uji Reabilitas  
Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen penelitian. Menurut (Rosita, Hidayat, and Yuliani 2021), uji reliabilitas instrumen penelitian digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas dari sebuah data, uji reliabilitas dapat diuji dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 jika hasil lebih besar maka kuesioner tersebut adalah reliable.
- Uji Hipotesis

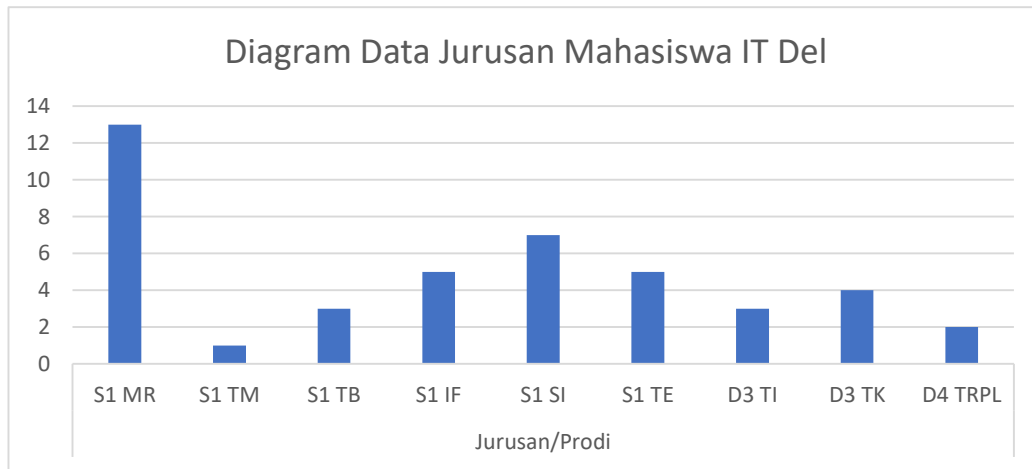
Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang masih harus diuji kebenarannya. (Zaki and Saiman 2021) mengatakan bahwa hipotesis penelitian adalah pernyataan yang memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang menduga tetapi didasarkan pada temuan atau teori sebelumnya. Hipotesis harus diuji dengan data penelitian karena masih berupa dugaan (Zaki and Saiman 2021).

## Hasil dan Pengolahan Data

### Analisis Demografi

Dalam pengambilan data yang dilakukan dengan metode kusioner, terdapat beberapa data demografis responden yang harus dianalisis.

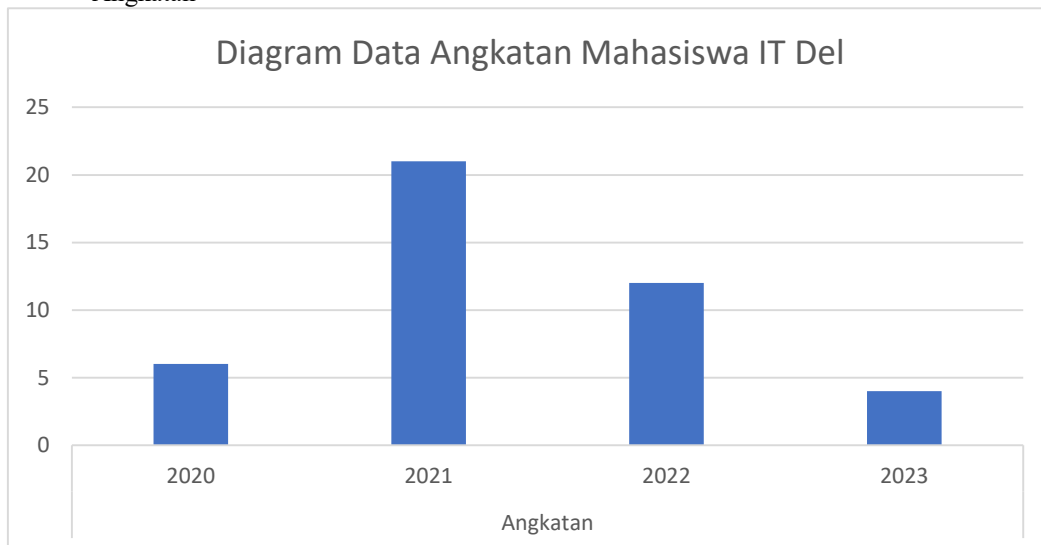
#### •Jurusan



Gambar 3. Grafik 1 Jurusan

Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwasanya Responden ini dari kalangan Jurusan/Prodi yang berbeda-beda. Pengisi Kuesioner ini adalah mahasiswa aktif IT Del semejak 2020. Dapat kita lihat bahwa dari 43 responden yang mengisi kuesioner yaitu Manajemen Rekayasa dengan 13 responden, ini merupakan kalangan mahasiswa yang lebih banyak mengisi kuesioner dibandingkan umur lainnya.

#### • Angkatan



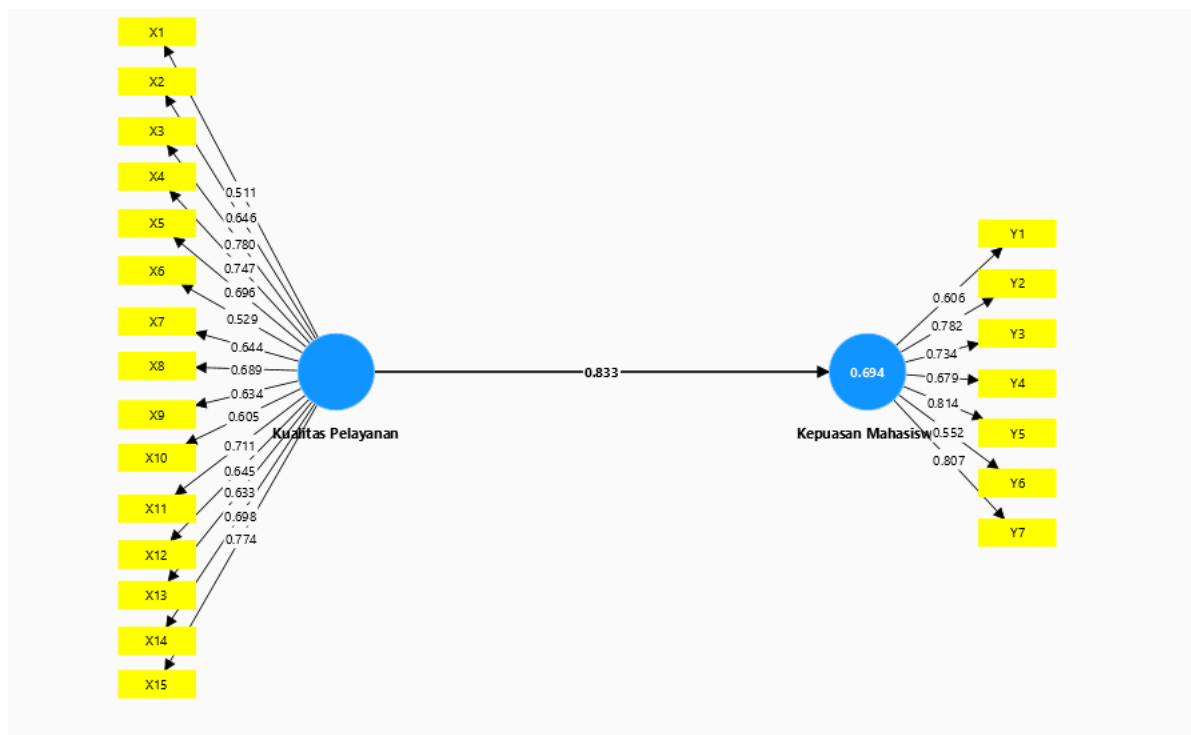
Gambar 4. Grafik 2 Angkatan

Berdasarkan grafik diatas, dari 43 responden yang mengisi kuesioner ialah merupakan Responden yang berasal dari semua angkatan, namun yang paling banyyak mengisi kuesioner dalam penelitian ini yaitu responden yang berasal dari angkatan 2021 dengan 21 orang. Disusul angkatan 2022 dengan 12 orang, kemudian dari angkatan 2020 sebanyak 6 orang dan yang terakhir dari 2023 sebanyak 4 orang responend. Ini menunjukkan bahwa kuesioner yang telah disebarkan ke semua angkatan untuk mendata kepuasan mahasiswa terhadap layanan DelShop.

## Pengolahan Data

### Pengukuran Model (Outer Model)

Model pengukuran digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Model pengukuran merupakan model yang menghubungkan antara variabel laten (tidak langsung) dengan variabel manifest (langsung). Pengukuran model structural (inner model) bertujuan untuk melakukan pengujian mengenai pengaruh variabel laten lainnya. Dalam PLS, keakuratan model yang diajukan dapat diukur dengan menggunakan R-Square ( $R^2$ ) dan path coefficient. Uji model struktural (inner model) dilakukan dengan memperhatikan  $R^2$  pada konstruk laten endogen dan t-value pada masing-masing variabel laten eksogen terhadap konstruk laten endogen dari hasil bootstrapping Berdasarkan metode estgimasi SmartPLS, maka diperoleh path diagram pengukuran dibawah ini:



Melalui gambar diatas, dapat diketahui bahwa yang berbentuk kotak menunjukan setiap kuesioner/indikator dari setiap variabel dalam hal ini ada 2 variabel yaitu variabel independen(X) yang merpuakan Kualitas Pelayanan dan variabel dependent(Y) yang merupakan Kepuasan Mahasiswa. Pada setaip panahnya terdapat angka, yaitu nilai dari validitas masing-masing indikator serta menguji reliabilitas dari konstruk variabel yang diteliti. Untuk nilai indikator dikatakan valid apabila memiliki bobot lebih besar dari 0,5.

## Uji Validitas

### Uji Validitas Konvergen

Tabel 3. Uji Validitas Konvergen

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Evaluasi Model
Kualitas Pelayanan(X)	0.574	>0.5	Valid
Kepuasan Mahasiswa(Y)	0.505		Valid

Variabel (X) dan (Y) memiliki nilai AVE yang lebih besar dibandingkan dengan nilai Kritis yaitu 0,5 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria *convergent validity* yang dusyaratkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y dalam penelitian ini telah diukur secara konsisten dan akurat. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

## Uji Validitas Discriminant

Tabel 4. Uji Validitas Discriminant

	Kepuasan Mahasiswa	Kualitas Pelayanan
X1	0.344	0.511
X2	0.503	0.646
X3	0.669	0.780
X4	0.644	0.747
X5	0.521	0.696
X6	0.388	0.529
X7	0.468	0.644
X8	0.604	0.689
X9	0.554	0.634
X10	0.555	0.605
X11	0.526	0.711
X12	0.700	0.645
X13	0.525	0.633
X14	0.511	0.698
X15	0.645	0.774
Y1	0.606	0.584
Y2	0.782	0.643
Y3	0.734	0.602
Y4	0.679	0.490
Y5	0.814	0.649
Y6	0.552	0.403
Y7	0.807	0.733

Berdasarkan tabel hasil validitas discriminant diatas menunjukkan bahwa setiap nilai indikator sudah memenuhi kriteria discriminant validity dengan syarat setiap nilai akar kuadrat dari AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi nya. Dapat dilihat pada tabel di atas.

## Uji Reabilitas

Tabel 5. Uji Reabilitas

Variabel	Composite Reability	Nilai Kritis	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Evaluasi Model
Kualitas Pelayanan(X)	0.916	>0.7	0.909	>0.6	Reliabel
Kepuasan Mahasiswa(Y)	0.855		0.839		Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai composite reliability > 0,7 dan cronbach’s alpha > 0,7 yang menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi reliabilitas yang disyaratkan.

### Evaluation of structural Model (Model Struktural)

Evaluation of Structural Model diuji dengan Inner Model Test. Inner Model adalah model yang menunjukkan hubungan antar variabel dalam model penelitian. Tahapan pengujian pada inner model dilakukan berdasarkan PathValue, Coefficient of Determination (R Square), dan Uji T-Statistik. Penarikan kesimpulan terhadap hipotesis dilakukan dengan perbandingan tingkat error pada penelitian ini dengan nilai p-value. Tingkat error pada penelitian ini adalah sebesar 5%. Hipotesis dikatakan diterima jika nilai p-value lebih kecil dari tingkat errornya (p-value < 0.05). Selain p-value, pengujian hipotesis juga dapat dilihat pada nilai T-Statistika. Terdapat hubungan positif antara variabel independen dan variabel dependen jika nilai T Statistika lebih besar 22,595 (T-Statistic>22,595).

Tabel 6. Evaluation of Structural Model

	Original Sampel	Sample Mean	Standar Deviation (STDEV)	T Statics( O/STDEV )	P Values
Kualitas Pelayanan > Kepuasan Mahasiswa	0,833	0,848	0,7258	22,595	0,0671

Berdasarkan hasil tabel Hasil uji Hipotesis untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model struktural, dapat kita lihat dari nilai t-statistik antara variabel independen ke variabel dependen. Dengan membandingkan nilai t-statistic (to) dengan nilai t-table (tα) dengan ketentuan penerimaan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai to > tα, maka H0 ditolak dan H1 diterima
2. Jika nilai to < tα, maka H0 diterima dan H1 ditolak

Tabel 7. Uji Hipotesis

Hipotesis	P-Value	T-Statistics	Simpulan
H1: Faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.	0,0671	22,595	Diterima

Berdasarkan Tabel dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.** Hal ini menunjukkan bahwa Faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Debora and Hernadewita 2019), yang

menyatakan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa. Akan tetapi pada penelitian terdahulu tersebut, terdapat 3 hipotesis dan variabel lain yang juga di uji, sehingga penelitian tersebut tidak hanya fokus mengukur tingkat kepuasan mahasiswa melalui kualitas layanan dengan menggunakan 5 indikator kualitas layanan, yaitu: keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan yang dilakukan DelShop. Dengan mengukur validitas dan reliabilitas model dengan metode pengukuran dan uji validitas konvergen serta discriminant. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua variabel, Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Mahasiswa (Y), valid dan reliabel. Evaluasi model struktural melalui uji inner model dan hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa, dengan nilai t-statistik 22,595 yang memenuhi syarat dan nilai p value(0,0671)> dari 0,05. Kesimpulan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang juga menemukan pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa.

### Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan dan Saran untuk penelitian berikutnya:

1. Kuesioner Tertutup: Penggunaan kuesioner tertutup dengan skala Likert mungkin tidak menangkap nuansa dan detail dari pengalaman mahasiswa. Responden mungkin memiliki pandangan yang lebih kompleks atau berbeda yang tidak tercermin dalam jawaban mereka. Sehingga untuk penelitian yang lebih baik dapat dilakukan, Pendekatan Multi-Choice: Selain menggunakan kuesioner, pertimbangkan untuk melakukan wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah (focus group discussions) dengan sejumlah mahasiswa untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam mengenai pengalaman dan harapan mereka terhadap layanan DelShop.
2. Variabel yang terbatas sehingga tidak mencakup keseluruhan aspek penentu tingkat Kepuasan Mahasiswa. Oleh karena itu Penambahan Variabel pada penelitian perlu dilakukan, karena selain mengukur kepuasan mahasiswa, pertimbangkan untuk menambahkan variabel lain seperti loyalitas mahasiswa, tingkat penggunaan layanan DelShop, serta perbandingan dengan layanan serupa di institusi lain sebagai pembanding.
3. Studi Longitudinal: Penelitian yang sifatnya hanya sekali dilakukan juga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini dikarenakan penelitian ini jadi terkendala karena kurangnya variasi dan data yang didapat hanya pada di satu waktu tersebut, sehingga tidak mengukur keseluruhan mahasiswa IT Del dari berbagai angkatan(angkatan yang sudah menjadi alumni dan angkatan selanjutnya). Oleh karena itu dilakukan Studi Longitudinal, melakukan studi longitudinal dengan mengukur tingkat kepuasan mahasiswa pada beberapa titik waktu yang berbeda akan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai perubahan persepsi mahasiswa terhadap layanan DelShop seiring waktu.

Saran untuk DelShop:

1. Feedback berkelanjutan : DelShop dapat mengimplementasikan sistem umpan balik berkelanjutan melalui platform digital atau aplikasi mobile yang memudahkan mahasiswa memberikan masukan secara real-time.

2. **Benchmarking dengan layanan serupa:** Melakukan benchmarking dengan layanan toko serupa di institusi pendidikan lainnya untuk mengidentifikasi praktik terbaik (best practices) yang bisa diterapkan di DelShop.
3. **Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan:** Berdasarkan hasil penelitian, segera terapkan rekomendasi perbaikan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan, seperti:
  - Melakukan pelatihan bagi staf DelShop untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan mahasiswa.
  - Menambahkan produk lain yang sesuai dengan preferensi mahasiswa agar kebutuhan mahasiswa dapat terpenuhi dengan lebih luas sehingga nantinya akan semakin meningkatkan kepuasan mahasiswa.
4. **Pemasaran dan Promosi:** Melakukan promosi dapat berupa sosialisasi pengenalan unit DelShop terhadap para mahasiswa baru, sehingga informasi mengenai DelShop dapat tersampaikan kepada seluruh mahasiswa IT Del, bahkan mahasiswa baru sekalipun. Meningkatkan strategi pemasaran DelShop dengan menggunakan media sosial dan platform digital lainnya juga dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan minat mahasiswa terhadap produk yang dijual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bogor, Akademi Teknologi. "PENJUALAN KEDAI KOPI KALA SENJA Lilis Cucu Sumartini Dan Dini Fajriany Ardining Tias." 3(2): 111–18.
- Debora, Fransisca, and Hernadewita Hernadewita. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Pembelajaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Metode SEM-PLS." *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering* 11(1): 49.
- Furadantin, Natalia Ririn. 2018. "Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018." *Academia (Accelerating the world's research)*: 2.  
[https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5).
- Junianto, Dwi et al. 2020. "Persepsi Mahasiswa Muslim Terhadap Investasi Produk Syariah Di Pasar Modal Dalam Kajian Theory Planned Behaviour." *Jurnal Shidqia Nusantara* 1(1): 51–60.
- Kepuasan, Terhadap, Konsumen Pada, Toko King, and D I Malang. 2017. "JEM17 Jurnal Ekonomi Manajemen, Hal 351 - 366." 2.
- Komputer, D A N Teknologi. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Yoehan Wanaherang Bogor." 3(2): 289–96.
- Kualitas, Pengaruh et al. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda." : 103–17.
- Lestari, Ainul Tria, and Khalid Iskandar. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal." *Journal of Economic and Management (JECMA)* 2(1): 1–9.
- Lidya, Veta, and Delimah Pasaribu. 2020. "PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN DE ' COST GIANT." 12(2): 156–67.
- Novrianda, Herry. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan , Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen Industri / Toko Bakery Di Kota." 25: 28–35.
- Of, Analysis, Satisfaction Visitors, O F Balikpapan, and Gardens Tourism Attraction. 2021.

- “Sinta 3.” 4(1): 1–8.
- Pemikiran, Jurnal, Masyarakat Ilmiah, and Berwawasan Agribisnis. 2022. “Mimbar Agribisnis.” 8(2): 1003–13.
- Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani. 2021. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial.” *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)* 4(4): 279.
- Sari, Sylvia Permata. 2015. “Sinta 4.” : 103–12.
- Sistem, Kinerja et al. 2019. “Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akademik (Simak) Di Program Studi Informatika.” 02(1).
- Sukmawati, Rina. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 7(2): 130–42.
- Zaki, M., and Saiman Saiman. 2021. “Kajian Tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 4(2): 115–18.