

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 <i>Research Gap</i> .....	17
1.3 Rumusan Masalah .....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Telaah Pustaka.....	24
2.1.1 <i>Word of Mouth (WOM)</i> .....	24
2.1.2 <i>Perceived Service Performance</i> .....	31
2.1.3 <i>Institutional Image</i> .....	34
2.1.4 <i>Alumni Satisfaction</i> .....	37
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	40

2.2.1 Hubungan antara <i>Perceived Service Performance</i> ( $X_1$ ) dan <i>Alumni Satisfaction</i> (M).....	40
2.2.2 Hubungan antara <i>Institutional Image</i> ( $X_2$ ) dan <i>Alumni Satisfaction</i> (M).....	41
2.2.3. Hubungan antara <i>Perceived Service Performance</i> ( $X_1$ ) dan <i>Word of Mouth</i> (Y).....	42
2.2.4 Hubungan antara <i>Institutional Image</i> ( $X_2$ ) dan <i>Word Of Mouth</i> (Y).....	44
2.2.5 Hubungan antara <i>Alumni Satisfaction</i> (M) dan <i>Word of Mouth</i> (Y).....	45
2.3 Penelitian terdahulu .....	46
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Konseptual Penelitian.....	54
2.4.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	54
2.4.2 Model Konseptual Penelitian .....	55
2.5 Hipotesis Penelitian .....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	57
3.1.1 Variabel Penelitian .....	57
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	58
3.2 Populasi dan Sampel.....	60
3.2.1 Populasi .....	60
3.2.2 Sampel .....	60
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	61

3.3.1 Jenis Data.....	61
3.3.2 Sumber Data .....	61
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	62
3.4.1 Kuesioner.....	62
3.4.2 Studi Pustaka .....	63
3.5. Metode Analisis Data .....	64
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	64
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	74
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	74
4.1.1 Gambaran Umum Alumni Psikologi.....	74
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	74
4.2 Analisis Data.....	79
4.2.1. Pembentukan Parcel Berdasarkan Hasil <i>Exploratory Factor</i> Analysis (EFA) .....	79
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas melalui Model Pengukuran.....	90
4.2.3 Analisis <i>Full Model</i> Persamaan Struktural .....	92
4.3 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	95
4.3.1 Pengaruh <i>Perceived Service Performance</i> terhadap <i>Alumni</i> <i>Satisfaction</i> pada Alumni Fakultas Psikologi UNDIP .....	96
4.3.2 Pengaruh <i>Institutional Image</i> terhadap <i>Alumni Satisfaction</i> pada Alumni Fakultas Psikologi UNDIP .....	96
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Service Performance</i> terhadap <i>Word</i> <i>of Mouth</i> pada Alumni Fakultas Psikologi UNDIP .....	96

4.3.4 Pengaruh <i>Institutional Image</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> pada Alumni Fakultas Psikologi UNDIP.....	97
4.3.5 Pengaruh <i>Alumni Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> pada Alumni Fakultas Psikologi UNDIP.....	97
4.4. Analisis Pengaruh.....	98
4.4.1 Uji Pengaruh Langsung.....	98
4.4.2 Uji Pengaruh Mediasi.....	99
4.5 Pembahasan.....	101
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Service Performance</i> terhadap <i>Alumni Satisfaction</i> .....	101
4.5.2 Pengaruh <i>Institutional Image</i> terhadap <i>Alumni Satisfaction</i> .....	103
4.5.3 Pengaruh <i>Perceived Service Performance</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	103
4.5.4 Pengaruh <i>Institutional Image</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	104
4.5.5 Pengaruh <i>Alumni Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	104
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Implikasi Teoritis.....	108
5.3 Implikasi Manajerial.....	110
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	112
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	126

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Research Gap</i> Penelitian Terdahulu tentang <i>Word of Mouth</i> .....	18
Tabel 2. Penelitian Terdahulu dalam Pengaruh antar Variabel.....	48
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 4. Skala Likert pada Pertanyaan Kuesioner .....	63
Tabel 5. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Tabel 6. Frekuensi Responden Berdasarkan Status Sosial Ekonomi dibandingkan dengan alumni yang lain .....	78
Tabel 7. Hasil Uji Kelayakan Data pada Variabel <i>Perceived Service Performance</i> .....	81
Tabel 8. Hasil <i>Component Matrix</i> Pengujian EFA pada <i>Variabel Perceived Service Performance</i> .....	81
Tabel 9. Pembentukan Parcel Variabel <i>Perceived Service Performance</i> .....	82
Tabel 10. Hasil <i>Component Matrix</i> setelah dilakukan Parcel pada pada Variabel <i>Perceived Service Performance</i> .....	83
Tabel 11. Hasil Uji Kelayakan Data pada Variabel <i>Institutional Image</i> .....	84
Tabel 12. Hasil <i>Component Matrix</i> Pengujian EFA pada Variabel <i>Institutional Image</i> .....	84
Tabel 13. Pembentukan Parcel Variabel <i>Institutional Image</i> .....	85
Tabel 14. Hasil <i>Component Matrix</i> setelah dilakukan Parcel pada pada Variabel <i>Institutional Image</i> .....	85
Tabel 15. Hasil Uji Kelayakan Data pada Variabel <i>Alumni Satisfaction</i> .....	86

Tabel 16. Hasil Component Matrix Pengujian EFA pada Variabel <i>Alumni Satisfaction</i> .....	86
Tabel 17. Pembentukan Parcel Variabel <i>Alumni Satisfaction</i> .....	87
Tabel 18. Hasil <i>Component Matrix</i> setelah dilakukan Parcel pada pada Variabel <i>Alumni Satisfaction</i> .....	87
Tabel 19. Hasil Uji Kelayakan Data pada Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	88
Tabel 20. Hasil <i>Component Matrix</i> Pengujian EFA pada Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	88
Tabel 21. Pembentukan Parcel Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	89
Tabel 22. Hasil <i>Component Matrix</i> setelah dilakukan Parcel pada pada Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	90
Tabel 23. <i>Construct Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> .....	91
Tabel 24. Hasil Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> .....	93
Tabel 25. <i>Regression Weights Full Model</i> Persamaan Struktural.....	94
Tabel 26. <i>Regression Weight Structural Equation Model</i> .....	95
Tabel 27. Hasil Uji Pengaruh Langsung .....	98
Tabel 28. Hasil Uji Pengaruh Mediasi .....	100
Tabel 29. Implikasi Teoritis .....	109
Tabel 30. Implikasi Manajerial .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Animo Pendaftar Fakultas Psikologi Undip.....	5
Gambar 2. Kepuasan Mahasiswa terhadap Layanan di Fakultas Psikologi.....	8
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Gambar 5. Responden Berdasarkan Usia.....	76
Gambar 6. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir di Psikologi UNDIP .....	76
Gambar 7. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir saat ini .....	77
Gambar 8. Frekuensi Responden yang Mengikuti Perkembangan Almamater .....	79
Gambar 9. <i>Full Measurement Model</i> .....	91
Gambar 10. <i>Full Model</i> Persamaan Struktural.....	93

SEMARANG  
FEB UNDIP