

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa. Kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa dan mutu produk jasa akan sangat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu organisasi jasa dalam jangka panjang.

Penelitian ini adalah penelitian observasional, data diambil menggunakan prosedur *purposive sampling* dengan jumlah sampel 120 orang, dimana respondennya adalah mahasiswa Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang. Alat analisa data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling (SEM)* pada program AMOS 16.0.

Dalam model penelitian empiris, terdapat 7 hipotesis, yaitu :

- H.1 = Semakin tinggi *reliability* maka semakin tinggi kepuasan pelanggan
- H.2 = Semakin tinggi *responsiveness* maka semakin tinggi kepuasan pelanggan
- H.3 = Semakin tinggi *assurance* maka semakin tinggi kepuasan pelanggan
- H.4 = Semakin tinggi *empathy* maka semakin tinggi kepuasan pelanggan
- H.5 = Semakin tinggi *tangibles* maka semakin tinggi kepuasan pelanggan
- H.6 = Semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan
- H.7 = Semakin tinggi *relationship* maka semakin tinggi loyalitas pelanggan

Hasil analisis SEM memenuhi kriteria *Goodness of Fit Index*, yaitu sebagai berikut : nilai *Chi-square*= 257.338; *Significance probability* = 0,104; RMSEA = 0,032; CMIN/DF = 1.119; TLI = 0,979; CFI = 0,983; GFI = 0,856 dan AGFI = 0,813. Berdasarkan hasil analisis data terlihat bahwa dari tujuh hipotesis, semua hipotesis dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat diterima.

Kata Kunci : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, Empathy, Kepuasan Pelanggan, Relationship, dan Loyalitas Pelanggan.*