ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MAHASISWA TERHADAP JURUSAN EKONOMI SYARIAH DENGAN KEINGINAN UNTUK MELAKUKAN *WORD OF MOUTH COMMUNICATION*

Tim Peneliti:

Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I. (Ketua)
Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)
Restu Khaliq, S.E., M.M. (Anggota)

Penelitian ini dibiayai dari Dana DIPA
IAIN Antasari Banjarmasin
Tahun 2015

PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2015

Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Jurusan Ekonomi Syariah Dengan Keinginan Untuk Melakukan *Word of Mouth Communication*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh kepuasan mahasiswa pelayanan jurusan Ekonomi Syariah dengan kepercayaan, mengetahui seberapa signifikan pengaruh kepercayaan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication* dan seberapa signifikan pengaruh kepuasan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan temuan hasil penelitian dan analisis data dapat dinyatakan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan jurusan ekonomi syariah dengan kepercayaan mahasiswa ada yang memiliki pengaruh yang signifikan dan ada juga yang tidak signifikan. Kepercayaan mahasiswa terhadap pelayanan jurusan ekonomi syariah dengan keinginan untuk melakukan *word of mouth communication* memiliki pengaruh yang signifikan. Kepuasan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication* tidak berpengaruh yang signifikan pada semua aspek.

Kata Kunci: *word of mouth communication*, kepuasan dan kepercayaan.

PENGESAHAN PENELITIAN

Penelitian yang berjudul : "**Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Jurusan Ekonomi Syariah Dengan Keinginan Untuk Melakukan *Word of Mouth Communication"*** telah dilaksanakan dengan sebenarnya oleh Tim Peneliti yang terdiri dari :

1. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I. (Ketua)
2. Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)
3. Restu Khaliq, S.E., M.M. (Anggota)

Oleh karena itu, laporan hasil penelitiannya dapat diterima dan dinyatakan sah.

Banjarmasin, 4 Desember 2015
Kepala Pusat Penelitian dan Penerbitan,

Dr. H. Ridhahani Fidzi, M. Pd.
Nip. 19551030 198303 1 002

KATA PENGANTAR
PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN
IAIN ANTASARI BANJARMASIN

Puji Syukur dipanjatkan ke hadirat Allah Swt., atas limpahan karunia-Nya kepada kita. Kami menyambut gembira gembira dan rasa bangga atas diterbitkannya hasil penelitian yang berjudul: "**Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Jurusan Ekonomi Syariah dengan Keinginan untuk Melakukan *Word of Mouth Communication*"**.

Penelitian ini dapat terselenggara dengan dukungan dana yang bersumber dari DIPA IAIN Antasari Tahun 2015.

Sesuai dengan fungsinya, Pusat Penelitian IAIN Antasari Banjarmasin terus berupaya melakukan pengkajian dan pengembangan melalui serangkaian riset terhadap masalah-masalah sosial budaya dan keberagaman masyarakat, guna menemukan konsep-konsep dan teori-teori aplikatif untuk pegembangan masyarakat dan keberagaman seiring dengan perubahan sosial yang begitu cepat.

Hasil penelitian ini tentunya dapat lebih memperkaya khazanah ilmu pengetahuan bagi IAIN Antasari dengan visinya **Menjadi Pusat Pengembangan Ilmu-ilmu Keislaman Multidispliner yang Unggul dan Berkarakter**.

Kami berharap agar kiranya temuan dan rekomendasi penelitian ini dapat dipergunakan oleh berbagai pihak yang relevan agar karya ilmiah ini dapat berfungsi secara efektif. Semoga dapat bermanfaat bukan hanya bagi masyarakat Kalimantan Selatan tapi juga bangsa Indonesia.

Banjarmasin, 4 Desember 2015
Kepala Pusat Penelitian dan
Penerbitan,

Dr. H. Ridhahani Fidzi, M. Pd.
Nip. 19551030 198303 1 002

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Yang Maha Mengatur segala sesuatu, yang telah melimpahkan rahmat dan taufik-Nya, sehingga laporan penelitian jurusan ini telah dapat dirampungkan sesuai pada waktunya.

Banyak pihak yang terlibat dalam membantu pelaksanaan kegiatan penelitian sampai pada penyelesaian laporan. Dalam halaman ini tim peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan kesampatan dan motivasi dalam melakukan penelitian.
2. Kepala Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Antasari Banjarmasin beserta staf yang memberikan kesempatan dan bantuan atas terlaksansanya penelitian ini.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang memberikan kesempatan dan bantuan atas terlaksananya penelitian ini.
4. Para Staf Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan data penelitian.

5. Pihak-pihak yang terlibat langsung, maupun tidak langsung sejak kegiatan awal penelitian hingga kepada penyelesaian laporan penelitian ini.

Akhirnya Tim Peneliti berharap semoga apa yang kita lakukan menajdi bagian amal shaleh dan semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Amin.

Banjarmasin, 4 Desember 2015

Tim Peneliti
Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I. (Ketua)
Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)
Restu Khaliq, S.E., M.M. (Anggota)

DAFTAR ISI

Halaman Depan ……. i
Abstarak ……..……. ii
Halaman Pengesahan Kapuslit dan Penerbit …... iii
Kata Pengantar Ketua Pusat Penelitian dan Penerbitan iv
Kata Pengantar Tim Peneliti .....…… vi
Daftar Isi ……... viii
Daftar Tabel …….....…… x
Daftar Gambar …….. xi

BAB I PENDAHULUAN ……. 1
A. Latar Belakang Masalah ……. 1
B. Rumusan Masalah ……... 7
C. Definisi Operasional ……... 7
D. Tujuan dan Signifikansi Penelitian …… 8
E. Kajian Pustaka/Telaah Pustaka……... 10
F. Metedologi Penelitian …… 25

BAB II DESKRIPSI LOKASI PENEITIAN ……. 37
A. Ringkasan Sejarah …….. 37
B. Deskripsi Singkat Jurusan …….. 40
C. Visi Jurusan ……... 42
D. Misi Jurusan ……... 42
E. Tujuan Jurusan ……... 43
F. Kompetensi Jurusan ……... 44
G. Profil Singkat Jurusan Ekonomi Syariah ……... 45

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN …… 46
A. Deskripsi Data …… 46
B. Analisis Data ……... 46

BAB IV PENUTUP 75
A. Simpulan 75
B. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN-LAMPIRAN 80

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Persentasi Jumlah Resoponden ……	46
Tabel 3.2	Output SPSS: Hasil Uji Kofiesien Determinasi …….....	48
Tabel 3.3	Output SPSS: Uji f Model Sub-Struktural 1…….....……...	48
Tabel 3.4	Output SPSS: Uji t Model Sub-Struktural 1 …….....……	49
Tabel 3.5	Output SPSS: Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktural 1…….	53
Tabel 3.6	Output SPSS: Hasil Uji Kofiesien Determinasi …….....…..	58
Tabel 3.7	Output SPSS: Uji f Model Sub-Struktural 2 ….....……	58
Tabel 3.8	Output SPSS: Uji t Model Sub-Struktural 2 ……....……	59
Tabel 3.9	Output SPSS: Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktural 2…….	59
Tabel 3.10	Output SPSS: Rangkuman Seluruh Hipotesis …….....…	64
Tabel 3.11	Rangkuman Dekoposisi dari koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung dan pengaruh total tentang kepuasan dan kepercayaan mahasisw terhadap Jurusan Ekonomi Syariah dengan keinginan untuk melakukan *Word of Mouth Communication* ….....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Model Sub-Struktural 1…….....	32
Gambar 1.2	Model sub-struktural 2 …….....	33
Gambar 1.3	Hubungan Kausal antara Variabel Penelitian …….....	35
Gambar 3.1	Model Sub Struktural 1	47
Gambar 3.2	Model sub-struktural.....……..	57
Gambar 3.3	Hubungan Kausal antara Variabel Penelitian …….....…	69

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Pesatnya perkembangan pemikiran ekonomi Islam di Indonesia dewasa ini yang diiringi dengan pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan yang berbasis syariah telah memberikan warna baru bagi penyedia jasa pendidikan. Pendirian tempat pendidikan yang berorientasi pada kebutuhan industri tersebut juga turut berkembang. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari pendirian lembaga pendidikan profesional seperti halnya Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin. Era globalisasi dengan salah satu ciri semakin tipisnya batas waktu, diikuti perkembangan informasi yang begitu cepat juga telah membawa dunia pendidikan pada persaingan global.

Dunia pendidikan saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin hebat antara institusi penyedia produk dan pelayanan. Persaingan di perguruan tinggi (PT) juga semakin hebat dengan berkembangnya jumlah PT, program studi dan berbagai program yang ditawarkan,

pilihan waktu, dan sistem pembiayaannya saat ini. Situasi ini menuntut setiap PT menciptakan *competitive advantage* agar dapat bersaing di pasar dengan PTS (Perguruan Tinggi Swasta), PTN (Perguruan Tinggi Negeri) dan universitas asing terutama dari Malaysia dan Singapura. *Competitive advantage* apa yang dimiliki oleh suatu PT perlu dipahami sehingga PT dapat membangun strategi untuk peningkatan kualitas dan mutu PT yang sudah bagus serta secara bersamaan memperbaiki kualitas dan mutu yang masih lemah. Singkatnya, berbekal pemahaman ini maka PT dapat melakukan *continuous improvement*.

Mulai tahun 1996, usaha untuk meningkatkan mutu lembaga PT di Indonesia mulai berkembang dengan adanya akreditasi program studi. Pada tahun 2006 berkembang akreditasi lembaga PT, implementasi sistem manajemen mutu, dan penilaian usaha menjadi PT kelas nasional dan kelas dunia. Jika akreditasi di atas merupakan hasil survey lembaga pemeringkat terhadap universitas, maka di dalam pemasaran kita juga perlu melakukan survey kepuasan mahasiswa, sebagai *stakeholder* utama PT.

Ada dua faktor yang mempengaruhi perkembangan dunia pendidikan sebagai penyedia jasa, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor internal yang dapat dikontrol oleh penyedia jasa sedangkan faktor eksternal tidak dapat dikontrol. Untuk itu lembaga pendidikan harus mampu mendiferensiasikan jasa yang ditawarkan, sehingga selalu ada di dalam benak konsumen dan dapat dijadikan referensi utama dalam pemilihan jasa pendidikan.

Zulganef dan Lasmanah (2004) mengindikasikan bahwa niat sebagian besar calon mahasiswa di Jawa Barat untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi dipengaruhi oleh variabel norma subjektif. Variabel norma subjektif tersebut dioperasionalkan sebagai keinginan untuk mematuhi atau mengikuti pendapat orang terdekat (*reference*) seperti orangtua, kakak, sepupu, sahabat, atau teman dekatnya. Hal ini menunjukkan bahwa calon mahasiswa tersebut dapat saja mahasiswa atau staf pengajar di sebuah perguruan tinggi.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka salah satu rekomendasi strategi pemasaran perguruan tinggi adalah komunikasi pemasaran berupa bujukan (*word of mouth communication*) melalui mahasiswa atau staf pengajar

untuk membujuk para calon mahasiswa (anak, sepupu, sahabat, saudara, atau tetangga) yang merupakan tindakan loyal dari seorang konsumen atau anggota organisasi.

Jurusan Ekonomi Syariah merupakan program jasa pendidikan yang ditawarkan pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin. Salah satu strategi untuk dapat digunakan agar tetap eksis adalah bukan hanya karena *brand* yang kuat tetapi bagaimana jasa pelayanan dikemas sedemikian rupa sehingga memuaskan mahasiswa yang kuliah di program ini. Jurusan ini didukung oleh tenaga pengajar yang kompeten di bidangnya dan sarana ruangan yang memadai dengan ruang praktek yang cukup lengkap dan nyaman, ruangan kelas yang bersih serta lokasi yang strategis mudah dijangkau oleh mahasiswa. Bila dilihat keunggulan dari Jurusan ini dibandingkan dengan yang lainnya, dilihat dari status yang berada di bawah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri dan biaya pendidikan yang relatif murah serta pelayanan karyawan adminstrasi yang cepat.

Persaingan dalam pemberian jasa pendidikan bagi institusi seperti Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin maupun

PT yang lain baik negeri maupun swasta akan semakin dirasakan saat ini dan di masa yang akan datang. Ada beberapa institusi jasa pendidikan di Kal-Sel yang menawarkan jasa yang sama seperti Politeknik Negeri Banjarmasin dan Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad al-Banjari yang mempuyai keunggulan maupun kelemahan dibandingkan yang lain. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut maka Jurusan ini dituntut tidak hanya menawarkan jasa dalam bentuk fisik saja, tetapi juga melayani mahasiswa lebih professional sehingga mereka merasa puas dan menyampaikan kepada rekannya untuk kuliah di lembaga ini. Strategi yang dapat dipergunakan adalah dengan merancang produk/layanan jasa prima yaitu didukung oleh tenaga pengajar yang kompeten di bidangnya, layanan administrasi yang cepat dan ramah serta didukung oleh fasilitas fisik yang memadai.

Keberadaan jurusan ini tidak luput dari keluhan mahasiswa terutama tentang dosen yang mengajar, ruangan yang kurang nyaman serta adanya dosen yang jarang masuk dan tidak tepat waktu. Untuk itu maka penting dilakukan penelitian tentang kepuasan mahasiswa

terhadap proses perkuliahan, bukti fisik dan pelayanan administrasi sehingga dapat dijadikan dasar untuk evaluasi diri dan mampu meningkatkan kinerja program.

Wong dan Sohal (2002) mengungkapkan bahwa dalam suatu keterhubungan kepercayaan adalah sangat penting karena kepercayaan dapat mengurangi persepsi konsumen terhadap resiko suatu pembelian. Kaitan erat antara kepercayaan dengan kepuasan, terutama dalam konteks keterhubungan. Kepuasan adalah manifestasi dari kemampuan pihak lain untuk memenuhi norma-norma hubungan antara pembeli dan penjual, memberikan gambaran bahwa kepercayaan mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen.

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari dalam mengantisipasi persaingan yang semakin ketat antar program yang ada dan ditawarkan di daerah ini maka perlu memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa terkait dengan dosen dan staf administrasi, proses perkuliahan dan bukti fisik sehingga mahasiswa menjadi puas dan percaya sehingga dapat menimbulkan keinginan untuk merekomendasikan kepada rekan-rekannya yang lain untuk kuliah pada salah satu jurusan ini.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah mempunyai pengaruh dengan kepercayaan mahasiswa terhadap Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin?
2. Apakah kepercayaan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah mempunyai pengaruh dengan keinginan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication*?
3. Apakah kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah berpengaruh kepada keinginan untuk melakukan *word of mouth communication* melalui kepercayaan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah?

C. Definisi Operasional

Ada beberapa hal yang perlu didefinisikan secara operasional. Hal-hal tersebut adalah:

1. Pelayanan dalam penelitian ini adalah atribut-atribut pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah yang terdiri dari

penilaian kepuasan terhadap kinerja pelayanan dosen pengajar, kinerja pelayanan staf administrasi yang terdiri dari staf bagian akademik, staf bagian umum dan staf Jurusan Ekonomi Syariah. Selain itu, atribut pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah juga termasuk penilaian kepuasan terhadap proses perkuliahan serta penilaian kepuasan terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana perkuliahan.

2. *Word of mouth communication* dalam penelitian ini adalah kesediaan/keinginan para mahasiswa untuk merekomendasikan Jurusan Ekonomi Syariah sebagai pilihan melanjutkan studi akademik kepada teman atau keluarga.

D. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah dengan kepercayaan mahasiswa terhadap Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh kepercayaan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah dengan keinginan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication*.
3. Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah berpengaruh kepada keinginan untuk melakukan *word of mouth communication* melalui kepercayaan mahasiswa terhadap pelayanan Jurusan Ekonomi Syariah.

Adapun signifikansi penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi berupa pengembangan teori perilaku konsumen dan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mendasari loyalitas mahasiswa untuk membujuk agar menggunakan jasa perguruan tinggi dimana mahasiswa tersebut kuliah.

2. Bagi Lembaga

Sebagai bahan masukan dalam menilai kinerja dosen, staf administrasi dan proses perkulihan di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

dipandang dari sudut mahasiswa. Dengan demikian Fakultas bisa merumuskan kebijakan untuk meningkatkan kinerja dosen dan staf administrasi dan proses perkuliahan. Selain itu bukti fisik/sarana dan prasarana juga akan dinilai apakah sudah memberikan nilai kepuasan untuk mahasiswa sehingga pihak fakultas bisa memperbaiki kekurangan dari segi bukti fisik/sarana dan prasarana. Jika terbukti kinerja dosen, staf administrasi, proses perkulihan dan bukti fisik/sarana dan prasarana berpengaruh pada *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah , maka secara tidak langsung perbaikan kinerja juga akan membantu promosi IAIN Antasari secara tidak langsung.

E. Kajian Pustaka/Telaah Pustaka

Konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, kompleks ataupun rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam *service encounter* sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Untuk dapat memahami tingkat kepuasan pelanggan secara baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Banyak

pakar yang memberikan definisi terhadap konsep kepuasan pelanggan. Pakar Day (Tjiptono, 2004) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (diskonfirmasi) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kotler (2002) mendefinisikan bahwa nilai yang diterima pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai yang diterima dan biaya total pelanggan. Jumlah nilai bagi pelanggan adalah kumpulan manfaat yang diharapkan diperoleh dari produk atau jasa tertentu. Biaya total pelanggan adalah kumpulan pengorbanan yang diperkirakan akan terjadi dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan produk atau jasa tersebut, berarti konsumen akan membeli jasa dari perusahaan yang dianggap menawarkan nilai tertinggi yang diterima pelanggan (*customer delivered value*).

Kepuasan dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan, sedangkan

kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Kegiatan penjualan terdiri atas variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap kepuasan tertentu mengenai perusahaan, produk, dan tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan perusahaan), serta perantara (sebagai penilaian pelanggan atas perantara perusahaan seperti dealer dan grosir). Pelayanan setelah penjualan terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti garansi, serta yang berkaitan dengan umpan balik seperti penanganan keluhan dan pengembalian uang.

Variabel nilai perusahaan dapat dibagi atas dua macam yaitu nilai resmi yang dinyatakan oleh perusahaan sendiri dan nilai tidak resmi yang tersirat dalam segala tindakannya sehari-hari. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membentuk harapan pelanggan. Pertama, melalui promosi yang tidak mengecewakan

konsumennya agar terjadi komunikasi yang terkendali antara perusahaan dan konsumen. Kedua, melalui sikap yang baik dari para petugas penjualan, dan ketiga, melalui unjuk kerja penjualan yang lebih profesional. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan pelanggan. Hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan dalam mengevaluasi hal ini, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan.

Berdasarkan konteks kepuasan pelanggan, harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang hal yang diterima. Harapan pelanggan berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima serta makin bertambahnya pengalamannya. Hanan and Karp (1989) menyatakan bahwa didalam mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk selalu mengacu pada atribut-atribut pembentuk kepuasan, dikenal dengan istilah *The Big Eight*, terdiri dari : *product related factors*, *value to price relationship*, *product quality*, *products features*, *reliability*, *service related factors*, *warranty*, *response to*

and remedy of problems, *sales experience*, dan *convinience of acquisition*. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki oleh objek. Atribut intrinsik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk, sedangkan atribut ekstrinsik adalah segala sesuatu yang diperoleh dari aspek eksternal produk, seperti nama merek, kemasan dan label.

Membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja (yang senyatanya diterima). Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang disebut sebagai proses evaluasi alternatif tahap kedua. Hasil dari evaluasi pasca konsumsi tersebut adalah konsumen puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk atau jasa tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali produk atau jasa tersebut (Sumarwan: 2003).

a. Konsep Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003).

Perbedaan organisasi jasa dan manufaktur terletak pada peran manusia atau karyawannya. Sifat jasa yang *inseparability* dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan membuat interaksi yang terjadi antara karyawan dengan konsumen selama proses transfer jasa menjadi sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen pada kualitas jasa dan ini membuat karyawan berperan penting dalam proses jasa bahkan karyawan sering dipersepsikan dengan jasa itu sendiri. Beberapa atribut yang merupakan objek evaluasi konsumen ketika mengkonsumsi produk jasa, yaitu bukti fisik, orang dan proses. Sifat jasa yang *inseparability* ini seringkali menimbulkan ketidakseragaman hasil produksi sehingga perilaku karyawan dapat mempengaruhi evaluasi

konsumen terhadap produk dan kesetiaan konsumen dimasa yang akan datang.

Menurut Barnes (2003) beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu.
2) Watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
3) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
4) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Komponen kepercayaan ini dapat diberi label seperti dapat diprediksi, dapat diandalkan dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya”. Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu, kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan

bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan "menjaga mereka."

Perkembangan kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen penciptaan hubungan pelanggan sejati. Pelanggan harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulangkali dengan pelanggan. Kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu, terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang. Green (dalam Peppers and Rogers, 2004) menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:

1) Kredibilitas. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya.

2) Reliabilitas. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat *reliable* atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi.
3) *Intimacy*. Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

Menurut Peppers and Rogers (2004), kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan merupakan hal penting bagi kesuksesan *relationship*. *Benefit relationship* yang didasarkan pada kepercayaan adalah signifikan dan menggambarkan hal-hal berikut:

1) *Cooperation*. Kepercayaan dapat meredakan perasaaan ketidakpastian dan risiko, jadi bertindak untuk

menghasilkan peningkatan kerjasama antara anggota *relationship*. Dengan meningkatnya tingkat kepercayaan, anggota belajar bahwa kerjasama memberikan hasil yang melebihi hasil yang lebih banyak dibandingkan apabila dikerjakan sendiri.

2) Komitmen. Komitmen merupakan komponen yang dapat membangun *relationship* dan merupakan hal yang mudah hilang, yang akan dibentuk hanya dengan pihak-pihak yang saling percaya.

3) *Relationship duration*. Kepercayaan mendorong anggota *relationship* bekerja untuk menghasilkan *relationship* dan untuk menahan godaan untuk tidak mengutamakan hasil jangka pendek dan atau bertindak secara oportunis. Kepercayaan dari penjual secara positif dihubungkan dengan kemungkinan bahwa pembeli akan terlibat dalam bisnis pada masa yang akan datang, oleh karena itu memberikan kontribusi untuk meningkatkan durasi *relationship*.

4) Kualitas. Pihak yang percaya lebih mungkin untuk menerima dan menggunakan informasi dari pihak yang dipercaya, dan pada gilirannya menghasilkan *benefit* yang lebih besar dari informasi tersebut.

Akhirnya, adanya kepercayaan memungkinkan perselisihan atau konflik dapat dipecahkan secara efisien dan damai. Dalam kondisi tidak ada kepercayaan, perselisihan dirasakan merupakan tanda akan adanya kesulitan pada masa yang akan datang dan biasanya menyebabkan berakhirnya *relationship*.

Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun *relationship*, walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor berikut memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepercayaan (Peppers and Rogers, 2004).

1) *Shared value*. Nilai-nilai merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam relationship yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya apabila ide masing-masing pihak tidak konsisten.
2) *Interdependence*. Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi

risiko, pihak yang tidak percaya akan membina relationship dengan pihak yang dapat dipercaya.

3) *Quality communication*. Komunikasi yang terbuka dan teratur, apakah formal atau informal, dapat meluruskan harapan, memecahkan persoalan, dan meredakan ketidakpastian dalam pertukaran. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi atau dengan kata lain, harus relevan, tepat waktu, dan *reliable*. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan, dan pada gilirannya akan menjadi komunikasi yang lebih baik.

4) *Nonopportunistic behavior*. Berperilaku secara opportunis adalah dasar bagi terbatasnya pertukaran. *Relationship* jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan memerlukan partisipasi semua pihak dan tindakan yang meningkatkan keinginan untuk berbagi benefit dalam jangka panjang.

Komitmen dan kepercayaan merupakan dua komponen yang paling penting dari hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan partner pertukaran mereka. Morgan and Hunt (1994) menyatakan bahwa,

“*relationship commitment* dan *relationship trust* adalah kunci bagi kesuksesan pemasaran relasional. Komitmen dan kepercayaan secara langsung membawa perilaku kerjasama yang mendorong kesuksesan pemasaran relasional.

Komitmen dan kepercayaan merupakan kunci bagi keberhasilan *relationship* karena mendorong pemasar untuk (1) bekerja sama dengan mitra pertukaran dalam menjaga *relationship*, (2) menolak benefit jangka pendek untuk mendapatkan benefit jangka panjang, (3) memandang tindakan yang berpotensi memiliki risiko tinggi secara bijaksana dengan keyakinan bahwa mitra mereka tidak akan bertindak secara oportunis. Mereka menyatakan bahwa ketika ada komitmen dan kepercayaan, hasilnya adalah efisiensi, produktivitas, dan efektifitas.

b. Word of Mouth Communication

Word of mouth communication sebagai suatu proses dimana seseorang secara informal mempengaruhi tindakan-tindakan dan sikap orang lain. Dalam banyak industri, pendapat atau opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif daripada iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya berusaha untuk

memberikan kepuasan total, namun juga yang menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

Word of mouth negatif dapat merusak reputasi dan citra perusahaan. Pelanggan yang tidak puas dapat mempengaruhi sikap dan penilaian negatif rekan atau keluarganya terhadap barang dan jasa perusahaan. *Word of mouth* negatif biasanya tersebar jauh lebih cepat dibandingkan *word of mouth* positif. Apalagi ada kecenderungan bahwa lebih besar kemungkinan seorang pelanggan yang tidak puas menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain daripada pelanggan yang puas menyampaikan pengalaman positifnya.

Word of mouth communication bukanlah kegiatan dalam rangka mencari informasi, tetapi lebih banyak sebagai penyebar informasi. Semakin tinggi tingkat percaya diri responden, semakin besar kecenderungan responden untuk berbicara mengenai produk. Hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth communication* bukan sebagai kegiatan pencarian informasi (*information seeking*), tetapi lebih banyak sebagai penyebaran informasi (*information distribution*) saja.

Word of mouth bagi masyarakat Indonesia mempunyai pengaruh yang kuat. Masyarakat yang cenderung suka mendengarkan daripada membaca, dalam mencari informasi pun lebih banyak bertanya kepada orang lain yang dipercaya. Oleh karena itu wajar apabila *opinion leader* mempunyai peran yang sangat penting. Beberapa hasil penelitian membuktikan bahwa komunikasi ini efektif untuk pemasar, bahwa komunikasi dari mulut ke mulut berpengaruh dominan dalam mempengaruhi pembelian barang-barang peralatan rumah tangga. Komunikasi dari mulut ke mulut dua kali lebih efektif dalam mempengaruhi pembelian dibandingkan iklan di radio dan empat kali lebih efektif dibandingkan dengan penjualan pribadi, serta tujuh kali lebih efektif dibandingkan dengan iklan di majalah atau di koran. Komunikasi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengambilan keputusan pembelian.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis, Metode dan Pendekatan.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan uji hipotesis yang mengukur seberapa signifikan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan dan keinginan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang berjumlah 595 orang berdasarkan data dari SIAKAD. Sedangkan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi yang dalam penelitian ini berjumlah 595 orang.

e = batas kesalahan yang dalam penelitian ini sebesar 10%

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 86 orang yang diperoleh dari rumus:

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + \mathrm{N}e^2} = \frac{595}{1 + 595\ (0{,}05)^2}$$

$$= 85{,}6115$$

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dan dokumentasi buku, jurnal ilmiah, majalah, brosur, media massa dan situs internet yang berhubungan dengan penelitian.

5. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Menentukan variabel yang akan diuji:

X1 = Kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen

X2 = Kepuasan mahasiswa terhadap kinerja staf administrasi

X3 = Kepuasan mahasiswa terhadap proses kuliah

X4 = Kepuasan mahasiswa terhadap sarana dan prasarana perkuliahan

Y = Kepercayaan mahasiswa terhadap kinerja Jurusan Ekonomi Syariah secara keseluruhan

Z = Keinginan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

b) Merumuskan Hipotesa Alternatif (Ha) dan Hipotesa Nol (Ho) :

Hipotesis pertama:

Ha_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_1 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis kedua:

Ha_2 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_2 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis ketiga:

Ha_3 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkulihan dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_3 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkulihan dengan kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis keempat:

Ha_4 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari sarana dan prasarana kuliah dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_4 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari sarana dan prasarana kuliah dengan kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis kelima:

Ha_5 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_5 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah

Hipotesis keenam:

Ha_6 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_6 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Hipotesis ketujuh:

Ha_7 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_7 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Hipotesis kedelapan:

Ha_8 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari sarana dan prasarana kuliah dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_8 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari sarana dan prasarana kuliah dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Hipotesis kesembilan:

Ha_9 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan mahasiswa dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah

Ho_9 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan mahasiswa dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

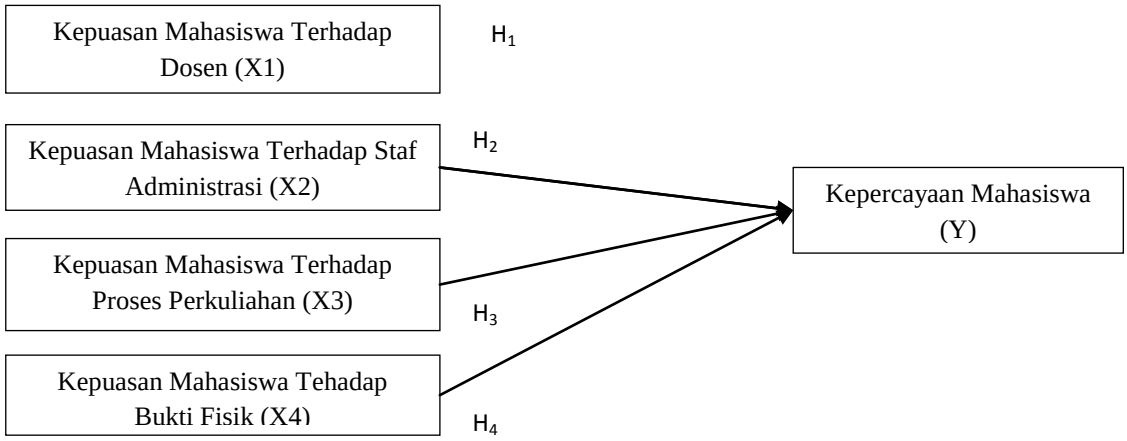
c) Melakuan analisis jalur (*path analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) adalah bentuk analisis multi-regresi. Analisis ini berpedoman pada diagram jalur untuk membantu konseptualisasi masalah atau menguji hipotesis yang kompleks. Dengan cara ini, dapat dihitung hubungan langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel bebas terhadap variabel-variabel terikat. Hubungan ini tercermin dalam koefisien jalur (*path coefficient*) yang sesungguhnya ialah koefisien regresi yang telah

dibakukan (Kerlinger, 2002). Langkah-langkah menguji *path analysis* sebagai berikut:

1) Merumuskan model struktural
2) Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
3) Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)
4) Menghitung koefisien jalur secara individu
5) Meringkas dan menyimpulkan

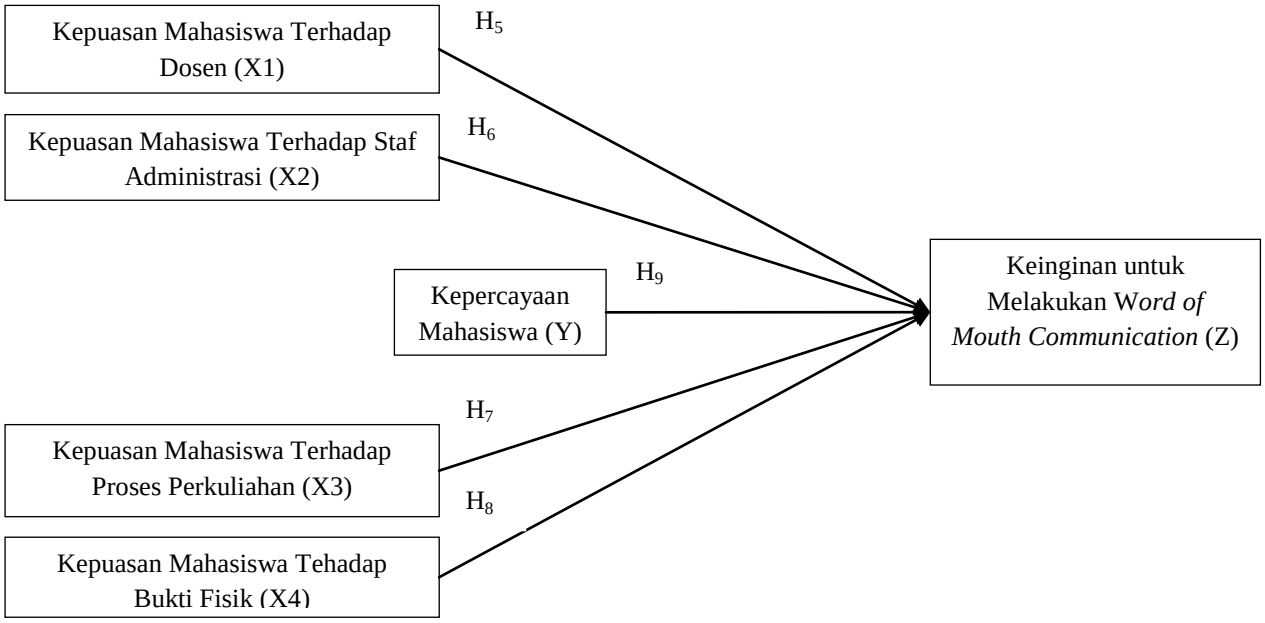
Berikut gambaran rinci langkah-langkah yang dikerjakan dalam penelitian ini. Merumuskan model sub-struktural 1 seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 1.1 Model Sub-Struktural 1

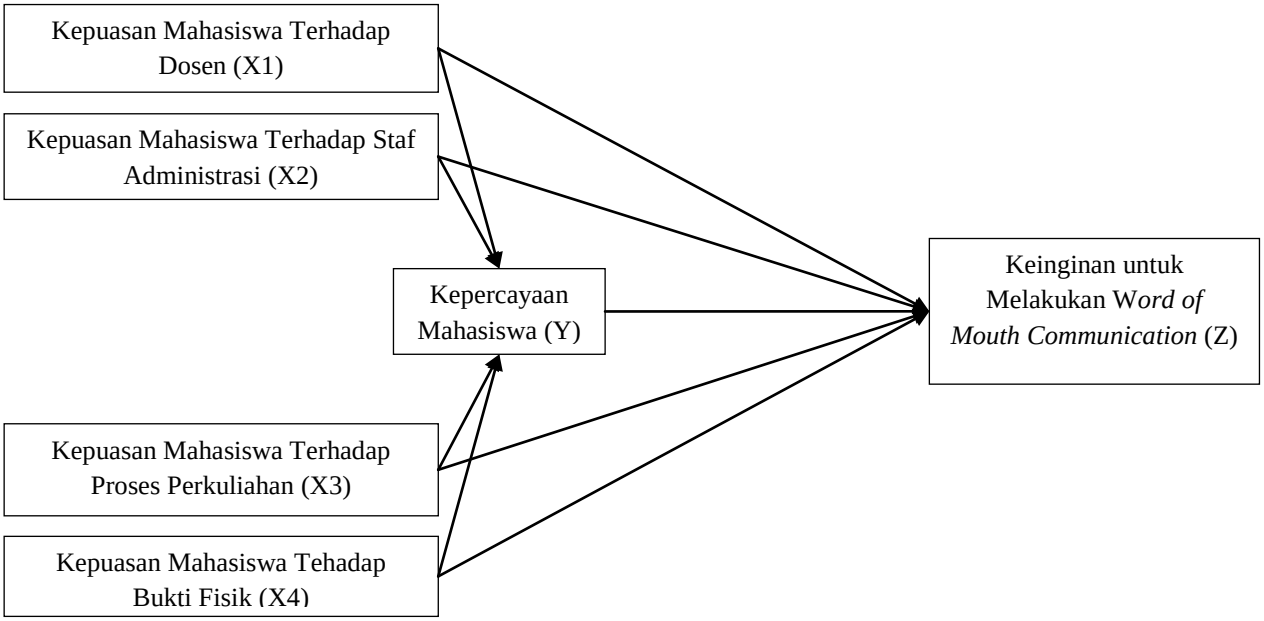
Rumusan model sub-struktural ini akan menggambarkan pengaruh dan menjawab hipotesis pertama sampai hipotesis keempat. Model ini akan

menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana dengan kepercayaan mahasiswa. Pengaruh ini akan tergambar pada koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi. Analisis pengaruh ini akan menjawab rumusan permasalah yang pertama. Selanjutnya akan dibuat model sub-struktural 2 seperti di bawah ini



Gambar 1.2 Model sub-struktural 2

Rumusan model sub-struktural ini akan menggambarkan pengaruh dan menjawab hipotesis kelima sampai hipotesis kesembilan. Model ini akan menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana, serta kepercayaan mahasiswa dengan keinginan untuk melakuan *word of mouth communication*. Pengaruh ini akan tergambar pada koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi. Analisis pengaruh ini akan menjawab rumusan permasalah yang kedua. Selanjutnya akan dibuat model struktural yang menggabungkan model sub-struktural 1 dengan model sub-struktural 2 seperti di bawah ini:



Gambar 1.3 Hubungan Kausal Antar Variabel Penelitian

Rumusan struktural ini akan menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana dengan keinginan untuk melakuan *word of mouth communication* secara langsung dan menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana dengan keinginan

untuk melakuan *word of mouth communication* melalui kepercayaan mahasiswa. Analisis pengaruh ini akan menjawab rumusan permasalah yang ketiga.

BAB II
DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Ringkasan Sejarah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) sebagai salah satu lembaga pendidikan tinggi agama berfungsi menyelenggarakan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dalam disiplin Ilmu Agama Islam sesuai dengan peraturan perundaang-undangan yang berlaku. Fungsi tersebut secara spesifikasi dijabarkan sesuai bidang keahlian oleh masing-masing fakultas dengan mengacu kepada tujuan fakultas-fakultas yang ada di lingkungan institut.

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam merupakan salah satu institusi pendidikan di lingkungan IAIN Antasari Banjarmasin yang bertujuan mencetak atau menyiapkan tenaga ahli (sarjana) yang bertaqwa kepada Allah SWT yang menguasai pengetahuan Agama Islam dan memiliki kemampuan akademik serta memiliki keahlian (profesional) dalam bidang Hukum Islam dan Ekonomi Islam. Sementara itu, pesatnya perkembangan sosial masyarakat yang bergerak ke arah pola hidup yang

dinamis akibat pesatnya saint dan teknologi dan akibat kehidupan yang menggelobal dalam berbagai aspek kehidupan ini secara niscaya harus diantisipasi dengan peningkatan wawasan pemikiran dan ilmu pengetahuan secara lintas sektoral dan multidimensional. Dalam tataran sosial politik kehidupan bangsa dan negara, perkembangan yang begitu drastis ialah adanya tuntutan reformasi dari seluruh komponen bangsa untuk terciptanya tatanan masyarakat yang lebih demokratis dan terciptanya supremasi hukum, menuju tatanan kehidupan masyarakat madani.

Cikal bakal Fakultas Syariah diawali pada tahun 1958, ketika di Banjarmasin berdiri Fakultas Agama Islam di bawah Universitas Lambung Mangkurat (UNLAM) Banjarmasin. Setahun kemudian, Fakultas Agama Islam berubah menjadi Fakultas Islamologi dan masih tetap di bawah UNLAM. Pada tahun 1960 dibentuk panitia Persiapan Fakultas Syariah Banjarmasin yang diketuai oleh KH. Abdurrahman Ismail, MA. Dengan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 28 Tahun 1960 tanggal 24 Nopember 1960 yang ditandatangai oleh KH. Wahib Wahab diresmikanlah Fakultas Islamologi Banjarmasin

menjadi Fakultas Syariah Banjarmasin Cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Status negeri terhitung tanggal 15 Januari 1961. Dekan pertama dijabat oleh KH. Abdurrahman Ismail, M.A. Adanya Fakultas Syariah ini merupakan salah satu model bagi berdirinya IAIN Antasari. Akhirnya IAIN Antasari diresmikan pada tanggal 20 November 1964.

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari sejak berdirinya sampai hari ini masih tetap menjadi salah satu lembaga pendidikan yang dipercaya masyarakat luas untuk mengemban misi pendidikan dan pengajaran. Salah satu tantangan yang ada kemudian adalah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam harus mampu menyediakan SDM yang berkualitas dan berorientasi pasar.

Perkembangan ekonomi berbasis syariah yang pesat mengehendaki tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas tinggi yang menguasai teori-teori ekonomi Islam yang bersifat praktis sehingga mampu diimplementasikan pada tataran praktik paling bawah sekalipun. Problem ini pada sisi lain mengisyaratkan adanya lapangan kerja yang begitu luas bagi mereka yang mempunyai kualitas dan disiplin keilmuan yang

marketable. Usaha mencetak SDM yang berkualitas demikan hanya dapat dicapai melalui proses pendidikan. Pendidikan dalam arti transformasi ilmu pengetahuan maupun pengolahan *skill* sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Melihat peluang yang demikan tersebut di atas, maka Fakultas Syariah IAIN Antasari yang berubah nama menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari sejak Maret 2013 berkeinginan untuk membuka Program D3 Perbankan Syariah dan Program Studi Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari. Keinginan tersebut direalisasikan dengan dibukanya Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari angkatan pertama Tahun Ajaran 2003/2004, berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Program Studi Nomor 83 Tahun 2003.

B. Deskripsi Singkat Jurusan

Jurusan Ekonomi Islam merupakan salah satu jurusan yang ada di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari yang dibuka dengan dasar Surat Keputusan Nomor 83 Tahun 2003. Sejak berdirinya banyak

pembenahan telah dilakukan terhadap jurusan ini, mulai dari kurikulum (*software*), sarana dan prasarana (*hardware*), serta penambahan tenaga SDM berupa dosen dan sumber daya manusia pendukung lainnya (*brainware*).

Tahun 2013 jurusan Ekonomi Islam berubah nama menajdi jurusan Ekonomi Syariah dikarenakan nama syariah dirasa lebih pas untuk digunakan. Perkembangan terakhir, jumlah mahasiswa jurusan ini mengalami fluktuasi namun tetap pada tren yang terus meningkat. Mahasiswa angkatan pertama (2003/2004) berjumlah 47 orang, angkatan kedua (2004/2005) berjumlah 47 orang, angkatan ketiga (2005/2006) berjumlah 34 orang. Pada tahun-tahun berikutnya penerimaan mahasiswa baru masih tetap berfluktuasi namun pada jumlah yang lebih banyak. Penerimaan mahasiswa baru pada Tahun Ajaran 2009//2010 berjumlah 49 orang, sedangkan pada tahun berikutnya yakni Tahun Ajaran 2010/2011 dan Tahun Ajaran 2011/2012 jumlah mahasiswa baru berjumlah 90 orang. Untuk Tahun Ajaran 2013/2014 jumah mahasiwa baru berjumah 94 orang. Terakhir pada Tahun Ajaran 2015/2015 jumlah mahasiswa baru yang diterima sebanyak 199 orang.

Dengan kompetensi dalam ekonomi syariah, para mahasiswa diberikan bekal teori mengenai bidang tersebut dalam perkuliahan oleh para dosen dengan latar belakang pendidikan dan keahlian sesuai dengan tuntutan kurikulum dan mata kuliah. Pada semester VI mahasiswa diterjunkan ke tempat magang yaitu ke lembaga keuangan syariah dan lembaga lain yang operasionalnya berbasis syariah sebagai wadah praktik dari teori mata kuliah yang diperoleh di kampus, menambah wawasan dan menimba pengalaman.

C. Visi Jurusan

Kompetitif, Unggul dan Berakhlak dalam Pengembangan Studi Ekonomi Islam di Regional Kalimantan dan Indonesia Timur Tahun 2025.

D. Misi Jurusan

a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran yang unggul, berakhlak Islami dan berdaya saing sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan.
b. Mengembangkan ilmu ekonomi Islam melalui riset yang relevan dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan

dan Teknologi (IPTEK) serta kebutuhan pemangku kepentingan.

c. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam upaya mengembangkan pola pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi Islam.
d. Mengadakan kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga-lembaga pemerintah dan non-pemerintah di dalam dan luar negeri terkait kajian pengembangan studi ekonomi Islam.

E. Tujuan Jurusan

a. Melahirkan lulusan/alumni yang unggul, berakhlak mulia, profesional bidang ekonomi Islam secara khusus dalam konsentrasi akuntansi syariah, manajemen syariah dan keuangan dan ekonomi publik syariah, serta mampu mengembangkan ilmu ekonomi Islam.
b. Melahirkan lulusan/alumni yang berperan aktif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi Islam.

c. Mewujudkan keterlibatan dosen dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam melalui riset yang relevan dan pengabdian masyarakat.

F. Kompetensi Jurusan

Lulusan jurusan ekonomi syariah IAIN Antasari memiliki:

a. Kompetensi menjadi tenaga administrator dan manajer pada lembaga keuangan syariah.
b. Kompetensi sebagai konsultan ekonomi syariah.
c. Kompetensi sebagai supervisor pada lembaga keuangan syariah.
d. Kompetensi sebagai wirausahawan yang tangguh dan inovatif.

G. Profil Singkat Jurusan Ekonomi Syariah

Nama Jurusan	:	Ekonomi Syariah
Alamat	:	Jl. A. Yani Km. 4,5 Banjarmasin
Nomor Telepon	:	(0511) 3265783
Nomor Fax.	:	(0511) 3265783
E-Mail	:	ekonomi@iain-antasari.ac.id
Laman Web	:	www.syariah@iain-antasari.ac.id
Bidang Ilmu	:	Ekonomi Syariah
Gelar Lulusan	:	Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.I.)

BAB III
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Berdasarkan perhitungan dengan rumus *Slovin*, maka diambil sampel sebanyak 86 orang mahasiswa jurusan ekonomi syariah yang terdiri dari semester III sampai dengan semester IX.

Tabel 3.1

Persentasi Jumlah Resoponden

Semester	**Jumlah (Orang)**	**Dalam %**
III	27	31,40
V	46	53,49
VII	6	6,98
IX	7	8,13

B. Analisis Data

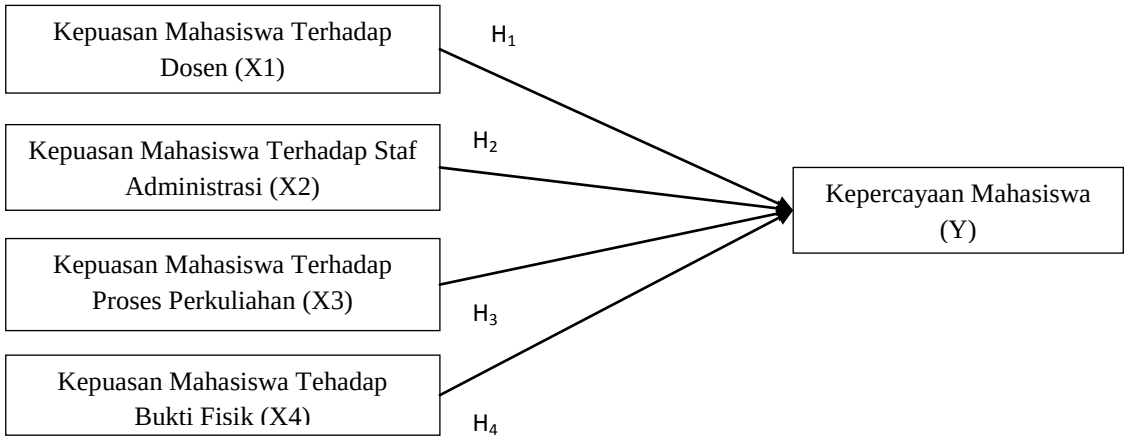
1. Uji Validitas dan Reabilitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan rumus *Korelasi Bevariate Pearson* dan Uji Reabilitas menunjukkan bahwa seluruh data berdistribusi normal. (lihat lampiran)

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) adalah bentuk analisis multi-regresi. Analisis ini berpedoman pada diagram jalur untuk membantu konseptualisasi masalah atau menguji hipotesis yang kompleks. Dengan cara ini, dapat dihitung hubungan langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel bebas terhadap variabel-variabel terikat. Hubungan ini tercermin dalam koefisien jalur (*path coefficient*) yang sesungguhnya ialah koefisien regresi yang telah dibakukan (Kerlinger, 2002).

Berikut gambaran rinci langkah-langkah yang dikerjakan dalam penelitian ini. Merumuskan model sub-struktural 1 seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1 Model Sub-Struktural 1

Rumusan model sub-struktural ini akan menggambarkan pengaruh dan menjawab hipotesis pertama sampai hipotesis keempat. Model ini akan

menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana dengan kepercayaan mahasiswa. Pengaruh ini akan tergambar pada koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi. Analisis pengaruh ini akan menjawab rumusan permasalah yang pertama.

Tabel 3.2 Hasil Uji Kofiesien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596[a]	.356	.321	3.057

a. Predictors: (Constant), total_X4, total_X1, total_X3, total_X2

Tabel 3.3 Hasil Uji f Model Sub-Struktural 1

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	386.765	4	96.691	10.344	.000[a]
	Residual	701.035	75	9.347		
	Total	1087.800	79			

a. Predictors: (Constant), total_X4, total_X1, total_X3, total_X2

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	386.765	4	96.691	10.344	.000[a]
	Residual	701.035	75	9.347		
	Total	1087.800	79			

b. Dependent Variable: total_Y

Tabel 3.4 Hasil Uji t Model Sub-Struktural 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.521	2.624		4.773	.000
	total_X1	.020	.107	.023	.188	.851
	total_X2	.151	.109	.183	1.387	.169
	total_X3	.208	.099	.274	2.106	.039
	total_X4	.109	.059	.225	1.840	.070

a. Dependent Variable: total_Y

Hasil Pengujian Secara Individual Sub-Struktural 1

Hipotesis pertama:

Ha_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_1 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan kepercayaan mahasiswa.

Dasar dalam mengambil keputusan dalam penelitian ini dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,10 (10%) dengan nilai probabilitas Sig dengan dasar pengambilkan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai nilai probabilitas 0,10 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig, Maka Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Jika nilai nilai probabilitas 0,10 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig, Maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X1 sebesar 0,851 lebih besar nilai probabilitas 0,10, maka Ho_1 diterima dan Ha_1 ditolak. Artinya kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis kedua:

Ha_2 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_2 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan kepercayaan mahasiswa.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X2 sebesar 0,169 lebih besar nilai probabilitas 0,10, maka Ho_2 diterima dan Ha_2 ditolak. Artinya kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis ketiga:

Ha_3 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_3 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan dengan kepercayaan mahasiswa.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X3 sebesar 0,039 lebih kecil nilai probabilitas 0,10, maka Ha_3 diterima dan Ho_3 ditolak. Artinya kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis keempat:

Ha_4 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana kuliah dengan kepercayaan mahasiswa.

Ho_4 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana kuliah dengan kepercayaan mahasiswa.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X4 sebesar 0,070 lebih kecil nilai probabilitas 0,10, maka Ha_4 diterima dan Ho_4 ditolak. Artinya kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana perkuliahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.

Tabel 3.5

Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktural 1

Pengaruh antar variabel	**Koefisien Jalur (Beta)**	**Nilai t**	**Nilai F**	**Hasil Pengujian**	**Koefisien Determinan (R_{square})**	**Koefiosen Variabel Lain (sisa)**
X1 terhadap Y	0,023	0,188	10,344	Ha ditolak	0,356	0,644
X2 terhadap Y	0,183	1,387		Ha ditolak		
X3 terhadap Y	0,274	2,106		Ha diterima		
X4 terhadap Y	0,225	1,840		H_a diterima		

Berdasarkan hasil pengujian *path analysis* pada model sub-struktural 1 di atas, maka disimpulkan:

Kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa, artinya dalam penelitian ini kinerja dari dosen belum bisa membuat kepercayaan mahasiswa jurusan ekonomi syariah terhadap dosen. Hal ini mungkin karena ada beberapa mata kuliah yang tidak diampu oleh dosen

yang berkempoten dibidangnya. hal lain yang bisa membuat kinerja dosen belum bisa membuat kepercayaan mahasiswa bertambah adalah pertanyaan yang diajukan mahasiswa yang dijawab oleh dosen belum bisa memuaskan.

Dengan sistem pengajaran dosen belum komunikatif dan kurang luasnya wawasan sebagian dosen yang mengajar mata kuliah yang diampunya serta sering terlambatnya dari jadwal yang ditentukan, sehingga kurangnya kepercayaan mahasiswa terhadap kinerja dosen masih kurang maksimal meskipun pakaian yang digunakan oleh dosen dalam mengajar sudah rapi. Faktor lain seperti dosen yang memberikan soal yang sesuai dengan materi perkuliahan dan objektifitas penilaian yang diberikan oleh dosen juga belum bisa meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap kinerja dosen.

Untuk kepuasan mahasiswa terhadap kinerja staf administrasi juga tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa, artinya dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masih kurangnya kepercayaan mahasiswa jurusan ekonomi syariah terhadap pelayanan staf administrasi. Kurangnya kepercayaan tersebut

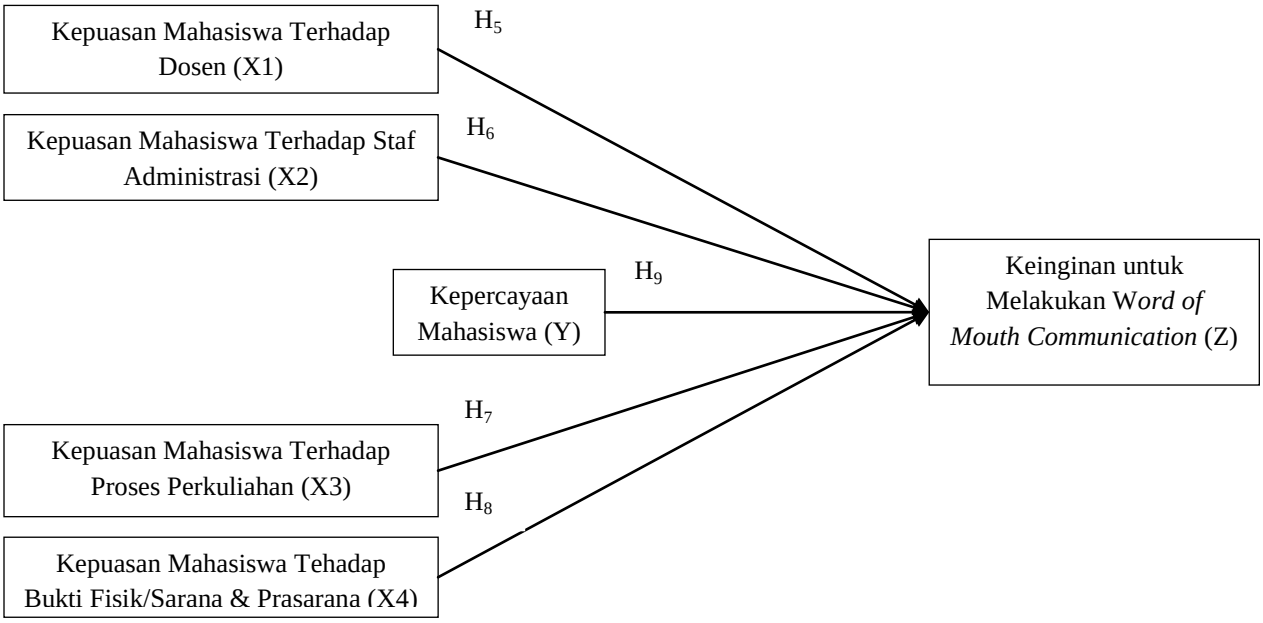
mungkin disebabkan oleh tutur kata yang diberikan oleh staf administrasi masih kurang ramah, kurang cepatnya merespons dalam melayani mahasiswa, hasil pelayanan yang diberikan oleh staf akademik belum memuaskan mahasiswa dan kurangnya informasi yang jelas yang diberikan oleh staf administrasi meskipun selalu berpakaian rapi pada saat bekerja.

Berbeda dengan kepuasan terhadap kinerja dosen dan kinerja staf administrasi, kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa, artinya mahasiswa jurusan ekonomi syariah merasa puas terhadap proses perkuliahan sehingga membuat kepercayaan mahasiswa bertambah. Mahasiswa melihat bahwa proses pendaftaran dan pendaftaran ulang pada IAIN Antasari sangat mudah walaupun sering terjadi antrian yang panjang pada saat proses pembayaran uang kuliah. Selain itu, Proses menginput mata kuliah yang akan diambil semester berikutnya melalui SIAKAD sudah sangat mudah dan proses mengetahui nilai KHS dapat dilihat secara mudah dan terperinci, sehingga proses perkuliahan yang ada dapat menunjang mahasiswa dalam menyelesaikan masa studi

dengan cepat. Walaupun terkadang mahasiswa masih kesulitan dalam mendapatkan materi perkuliahan dan terkadang kurang mendapatkan informasi jika ada perubahan jadwal kuliah.

Hal yang sama juga dilihat pada kepuasan mahasiswa terhadap sarana dan prasarana yang tersedia memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa, artinya mahasiswa jurusan ekonomi syariah sudah merasa puas dengan sarana dan prasarana sehingga kepercayaan mahasiswa bertambah. Mahasiswa menilai bahwa tersedianya LCD yang layak pakai sudah cukup memadai walaupun masih perlu ditambah karena LCD yang dimiliki oleh jurusan Ekonomi Syariah masih kurang. Selain itu, tersedianya buku-buku referensi untuk jurusan Ekonomi Syariah cukup lengkap dan dalam keadaan baik. Begitu juga dengan kondisi sarana ibadah yang nyaman dan ruang kelas yang dimiliki Jurusan Ekonomi Syariah terjaga kebersihannya ditambah kipas angin semuanya berfungsi dengan baik serta kursi perkuliahan sudah begitu nyaman sehingga kepercayaan mahasiswa terus bertambah. Meskipun kurangnya lahan parkir yang luas dan nyaman disekitar Fakultas Syariah

dan Ekonomi Islam, toilet yang kurang terjaga kebersihannya dan akses internet untuk mahasiswa di sekitar Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam masih kurang, namun tidak memengaruhi kepercayaan mahasiswa. Selanjutnya akan dibuat model sub-struktural 2 seperti di bawah ini.



Gambar 3.2 Model sub-struktural 2

Rumusan model sub-struktural ini akan menggambarkan pengaruh dan menjawab hipotesis kelima sampai hipotesis kesembilan. Model ini akan menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan

prasarana, serta kepercayaan mahasiswa dengan keinginan untuk melakuan *word of mouth communication*. Pengaruh ini akan tergambar pada koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi. Analisis pengaruh ini akan menjawab rumusan permasalah yang kedua.

Tabel 3.6 Hasil Uji Kofisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718[a]	.515	.483	1.730

a. Predictors: (Constant), total_Y, total_X1, total_X4, total_X3, total_X2

Tabel 3.7 Uji f Model Sub-Struktural 2

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235.532	5	47.106	15.740	.000[a]
	Residual	221.468	74	2.993		
	Total	457.000	79			

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235.532	5	47.106	15.740	.000[a]
	Residual	221.468	74	2.993		
	Total	457.000	79			

a. Predictors: (Constant), total_Y, total_X1, total_X4, total_X3, total_X2

b. Dependent Variable: total_Z

Tabel 3.8 Uji t Model Sub-Struktural 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.663	1.695		.981	.330
	total_X1	.054	.060	.096	.891	.376

total_X2	-.103	.062	-.192	-1.643	.105
total_X3	.035	.057	.071	.605	.547
total_X4	.054	.034	.171	1.569	.121
total_Y	.405	.065	.625	6.200	.000

a. Dependent Variable: total_Z

Hasil pengujian secara individual sub-struktural 2

Hipotesis kelima:

Ha_5 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah

Ho_5 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X1 sebesar 0,376 lebih besar nilai probabilitas 0,10, maka Ha_5 ditolak dan Ho_5 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen dengan

keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah

Hipotesis keenam:

Ha_6 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_6 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X2 sebesar 0,105 lebih besar nilai probabilitas 0,10, maka Ha_6 ditolak dan Ho_6 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Hipotesis ketujuh:

Ha_7 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkulihan dengan keinginan

mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_7 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses perkulihan dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X3 sebesar 0,547 lebih besar nilai probabilitas 0,10, maka Ha_7 ditolak dan Ho_7 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari proses belajar dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Hipotesis kedelapan:

Ha_8 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana kuliah dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_8= Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana kuliah dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel X4 sebesar 0,121 lebih besar nilai probabilitas 0,10, maka Maka Ha_8 ditolak dan Ho_8 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana kuliah dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Hipotesis kesembilan:

Ha_9 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan mahasiswa dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Ho_9 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan mahasiswa dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Keputusan:

Hasil nilai probabilitas Sig variabel Z sebesar 0,000 lebih kecil nilai probabilitas 0,10, maka Ho_9 ditolak dan Ha_9 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan mahasiswa dengan keinginan mahasiswa

melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Tabel 3.9

Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktural 2

Pengaruh antar variable	**Koefisien Jalur (Beta)**	**Nilai t**	**Nilai F**	**Hasil Pengujian**	**Koefisien Determinan (R_{square})**	**Koefiosen Variabel Lain (sisa)**
X1 terhadap Z	0,096	0,891	15,740	Ha ditolak	0,515	0,485
X2 terhadap Z	-0,192	-1,643		Ha ditolak		
X3 terhadap Z	0,071	0,605		Ha ditolak		
X4 terhadap Z	0,171	1,569		Ha ditolak		
Y terhadap Z	0,625	6,200		Ha diterima		

Berdasarkan hasil *path analysis* pada model sub-struktural 2 di atas, maka disimpulkan:

Kepuasan mahasiswa dari kinerja dosen tidak memberi pengaruh dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah, artinya bahwa kinerja dari dosen belum

bisa mendorong mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk melakukan *word of mouth communication* tentang jurusan ini. Hal ini sangat dimungkinkan karena masih rendahnya kompetensi dosen dalam bidang keahliannya atau masing kurang komunikatifnya dosen dalam memberikan materi perkuliahan, serta sering terlambatnya dosen dalam waktu mengajar, sehingga masih rendahnya kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen yang mendorong ketidakinginan mahasiswa untuk melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah.

Sedangkan untuk kepuasan mahasiswa dari kinerja staf administrasi juga tidak memberikan pengaruh dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Juruan Ekonomi Syariah. Artinya bahwa pelayanan kinerja dari staf administrasi tidak mendorong mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah untuk melakukan *word of mouth communication* tentang jurusan tersebut. Kurangnya kepuasan tersebut kemugkinan bisa diakibatkan dari kurang ramahnya dan kurang sigapnya kinerja staf administrasi dalam melayani atau masih kurang jelasnya informasi yang diberikan oleh staf

administrasi dalam melayani mahasiswa, sehingga tidak mendorong mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk melakukan *word of mouth communication*.

Berbeda dengan kepuasan mahasiswa dari proses perkuliahan yang memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa, kepuasan mahasiswa dari proses ini memberi pengaruh terhadap mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk melakukan *word of mouth communication.* Kemungkinan mahasiswa melihat bahwa proses pendaftaran dan pendaftaran ulang pada IAIN sering terjadi antrian yang panjang pada saat proses pembayaran uang kuliah. Selain itu, Proses menginput mata kuliah yang akan diambil semester berikutnya melalui SIAKAD terkadang masih terkendala beberapa masalah, serta terkadang mahasiswa masih kesulitan dalam mendapatkan materi perkuliahan dan terkadang kurang mendapatkan informasi jika ada perubahan jadwal kuliah. Sehingga tidak mendorong minat mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk melakukan *word of mouth communication*.

Begitu juga dengan kepuasan mahasiswa dari bukti fisik/sarana dan prasarana kuliah tidak memberi pengaruh

dengan keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication*. Kemungkinan mahasiswa jurusan ekonomi syariah menilai bahwa kurangnya LCD, masih adanya kipas angin di ruang kelas yang tidak berjalan dengan baik, lahan parkir yang masih terbatas, toilet yang kurang terjaga kebersihannya, serta hotsport dan jaringan internet masih belum memadai sehingga tidak mendorong keinginan mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk melakukan *word of mouth communication*.

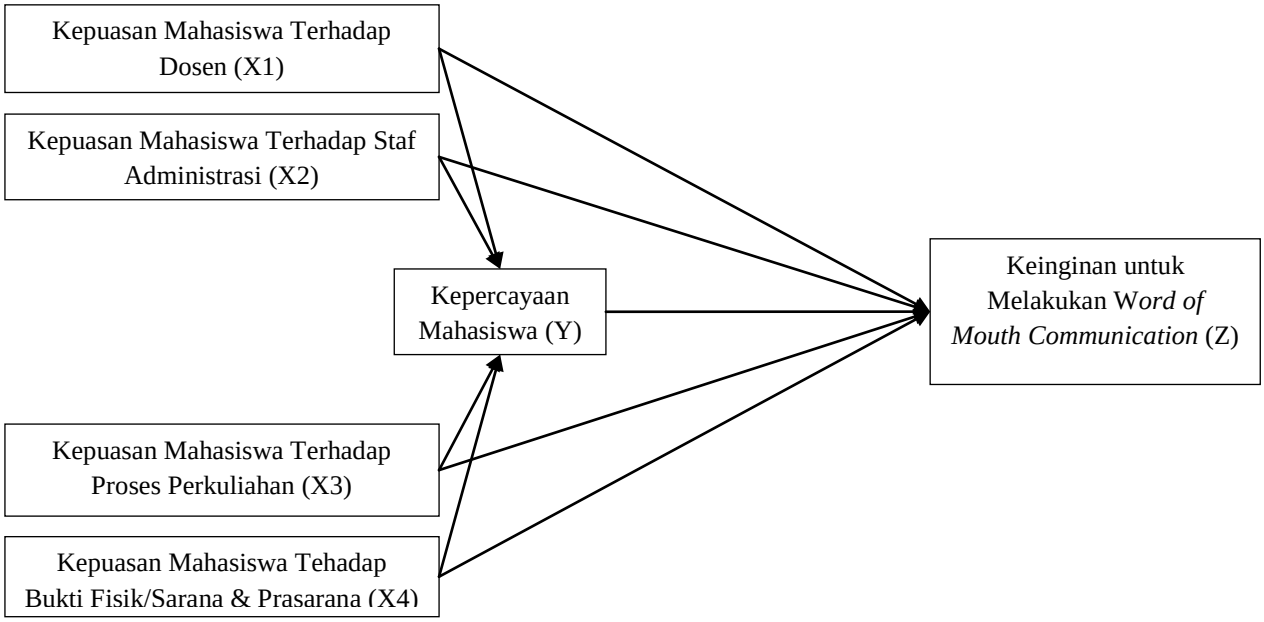
Sedangkan kepercayaan mahasiswa memberi pengaruh terhadap keinginan mahasiswa melakukan *word of mouth communication* tentang Jurusan Ekonomi Syariah. Artinya mahasiswa jurusan ekonomi syariah percaya bahwa setelah lulus dengan mendapatkan ijazah S1 akan mudah mendapatkan pekerjaan yang layak, ilmu yang diperoleh pada bangku kuliah dapat diaplikasikan dalam dunia kerja serta bermanfaat bagi masyarakat banyak, sehingga faktor-faktor tersebut mendorong mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk melakukan *word of mouth communication*.

Tabel 3.10

Rangkuman Seluruh Hipotesis

Pengaruh antar variable	**Hasil Pengujian**	
	Ha	**Ho**
X1 terhadap Y	Ditolak	diterima
X2 terhadap Y	Ditolak	diterima
X3 terhadap Y	Diterima	Ditolak
X4 terhadap Y	Diterima	Ditolak
X1 terhadap Z	Ditolak	Diterima
X2 terhadap Z	Ditolak	diterima
X3 terhadap Z	Ditolak	diterima
X4 terhadap Z	Ditolak	diterima
Y terhadap Z	Diterima	ditolak

Selanjutnya akan dibuat model struktural yang menggabungkan model sub struktural 1 dengan model sub-struktural 2 seperti di bawah ini:



Gambar 3.3 Hubungan Kausal antara Variabel Penelitian

Hubungan kausal di atas akan menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana dengan keinginan untuk melakuan *word of mouth communication* secara langsung dan menggambarkan pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap dosen, kepuasan mahasiswa terhadap staf administrasi, kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan, dan kepuasan

mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana dengan keinginan untuk melakuan *word of mouth communication* melalui kepercayaan mahasiswa.

Dalam hubungan kausal di atas terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung yang diuraikan sebagai berikut:

a. Pengaruh langsung variabel X1 terhadap Y = 0,023 (pengaruh total).
b. Pengaruh langsung variabel X1 terhadap Z = 0,096 dan pengaruh tidak langsung Pengaruh langsung variabel X1 terhadap Z melalui Y = 0,0144, sehingga pengaruh total = 0,1104.
c. Pengaruh langsung variabel X2 terhadap Y = 0,183 (pengaruh total).
d. Pengaruh langsung variabel X2 terhadap Z = -0,196 dan pengaruh tidak langsung Pengaruh langsung variabel X2 terhadap Z melalui Y = 0,1144, sehingga pengaruh total = -0,0816.
e. Pengaruh langsung variabel X3 terhadap Y = 0,274 (pengaruh total).

f. Pengaruh langsung variabel X3 terhadap Z = 0,071 dan pengaruh tidak langsung variabel X3 terhadap Z melalui Y = 0,1713, sehingga pengaruh total = 0,2423.
g. Pengaruh langsung variabel X4 terhadap Y = 0,225 (pengaruh total).
h. Pengaruh langsung variabel X4 terhadap Z = 0,171 dan pengaruh tidak langsung variabel X4 terhadap Z melalui Y = 0,1406, sehingga pengaruh total = 0,3116.
i. Pengaruh langsung variabel Y terhadap Z = 0,625 (pengaruh total)Tabel 10

Tabel 3.11

Rangkuman Dekoposisi dari koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung dan pengaruh total tentang kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap Jurusan Ekonomi Syariah dengan keinginan untuk melakukan *Word of Mouth Communication*

Pengaruh variabel	**Pengaruh kausal**		
	Langsung	**Tidak langsung melalui Y**	**Total**
X1 terhadap Y	0,023		0,023
X1 terhadap Z	0,096	0,0144	0,1104
X2 terhadap Y	0,183		0,183
X2	-0,196	0,1144	-0,0816

terhadap Z			
X3 terhadap Y	0,274		0,274
X3 terhadap Z	0,071	0,1713	0,2423
X4 terhadap Y	0,225		0,225
X4 terhadap Z	0,171	0,1406	0,3116
Y terhadap Z	0,625		0,625

Berdasarkan hubungan kausal antara model sub struktural 1 dengan model sub-struktural 2 maka ditarik kesimpulan:

Oleh karena kepuasan dari kinerja dosen tidak berpengaruh kepada kepercayaan mahasiswa yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap *word of mouth communication*, maka pihak jurusan harus memperhatikan keahlian dosen dalam bidang mata kuliah yang diampunya, mendorong dosen untuk lebih komunikatif dalam proses pembelajaran dan mendorong dosen untuk selalu berpakaian rapi saat mengajar, serta mendorong dosen untuk hadir tepat waktu sesuai jadwal kuliah yang ditentukan. Bagi para dosen diharapkan menambah wawasan sesuai dengan mata kuliah yang diampunya dan

memberikan soal ujian sesuai dengan materi yang diajarkan, serta memberikan nilai secara objektif.

Sedangkan untuk kepuasan dari kinerja staf administrasi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa yang secara tidak langsung juga tidak berpengaruh terhadap *word of mouth communication*, maka pihak staf admininstrasi harus memperbaiki sikap dalam melayani mahasiswa yaitu dengan bertutur kata yang ramah saat melayani mahasiswa, bertindak cepat dalam melayani, dan memberikan informasi yang jelas kepada mahasiswa, serta ditunjang dengan berpakaian rapi saat bekerja.

Adapun kepuasan mahasiswa tehadap proses perkuliahan memberi pengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa yang secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap *word of mouth communication*, maka pihak yang terkait harus memperhatikan dan memperbaiki sistem pendaftaran dan pendaftaran ulang serta pembayaran uang kuliah sehingga tidak terjadi antrian yang panjang, memperbaiki sistem proses perkuliahan baik dalam penginputan KRS maupun KHS serta memberikan

informasi tentang materi perkuliahan dan perubahan jadwal perkuliahan.

Begitu juga kepuasan mahasiswa terhadap sarana dan prasarana memberi pengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa yang secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap *word of mouth communication*, maka pihak yang terkait harus tetap memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana yang menunjang proses perkuliahan, seperti menambah LCD, memperbanyak koleksi buku baik di perpustakaan institut maupun fakultas, menambah ketersediaan kipas angin maupun AC di setiap kelas, mengatur dan memperluas parkiran, menjaga toilet agar selalu dalam keadaan bersih dan nyaman, serta jaringan hotsport dan internet lebih diperluas dan dipercepat.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan berbagai metode statistika yang bersesuaian dengn permasalahan yang dikaji, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada kepuasan Mahasiswa terhadap pelayanan jurusan ekonomi syariah yang menyangkut pada kinerja dosen dan staf administrasi tidak member pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa. Sedangkan pada proses perkuliahan dan bukti fisik/sarana dan prasarana perkuliahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.

2. Kepercayaan mahasiswa terhadap pelayanan jurusan ekonomi syariah umtuk melakukan *Word Of Mouth Communication* untuk melakukan ternyata tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
3. Kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan jurusan ekonomi Syariah untuk melakukan *Word Of Mouth Communication* yang menyangkut kinerja dosen, staf administrasi, proses perkuliahan, dan bukti fisik/sarana dan prasarana ternyata tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan da[pat diberikan saran bagi perbaikan ke depannya antara lain untuk atribut-atribut pelayanan yang masih dianggap lemah oleh mahasiswa maka perlu dilakukan perbaikan/peningkatan. Sedangkan yang sudah

dianggap baik tetap harus dipertahankan. Dengan demikian jika jurusan ekonomi Islam ingin agar *Word Of Mouth Communication* yang dilakukan oleh para mahasiswa berindikasi positif maka perlu diberikan kepuasan dan kepercayaan terlebih dahulu.

Daftar Pustaka

Eggert, A., and W. Ulaga, 2002.“Customer Perceived Value: A Substitute for Satisfaction in Business Markets?”*Journal of Business & Industrial Marketing*.

Ginting, Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang, 2008.*Filsafat Ilmu dan Metode Riset*. Edisi Pertama. Medan : USU Press.

Kotler, P, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, PT Indeks.

Kuncoro, Mudrajat, 2003. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Morgan, RM, and SD Hunt, 1994. “The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing”, *Journal of Marketing*.

Riduwan dan Koncoro, Achmad, 2006.*Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.

Sarwono, Jonathan, 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andy.

Sugiyono, 2006.*Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, CV Alvabeta, Bandung.

Sumarwan, Ujang, 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Fandy, 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Edisi Pertama. Yogyakarta.

Wong, A., and Sohal, 2002.“An Examination of the Relationship between Trust, Commitment, Relationship Quality”.*International Journal of Retail & Distribution Management*.

Zeithaml V A., and M.J.Bitner,2001.*Service Marketing*. Mc.Graw-Hill Company: New York.

Zulganef, 2002.“Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, Serta PeranannyaDalam Menimbulkan Minat Ulang Membeli dan Loyalitas”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*.

Zulganef dan Lasmanah, 2004.*Analisis Niat Siswa SMU Untuk Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi Telalui Theory of Planned Behaviour*. Laporan Penelitian. Badan penelitian dan pengabdian pada masyarakat.Universitas Widyatama Bandung.

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MAHASISWA TERHADAP JURUSAN EKONOMI SYARIAH DENGAN KEINGINAN UNTUK MELAKUKAN

WORD OF MOUTH COMMUNICATION

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1 Peneliti tidak akan membocorkan identitas responden kepada siapapun, pengisian identitas hanya untuk memastikan kuesioner tepat sasaran.
2 Pastikan jawaban Saudara/i berikan benar-benar jujur dan sesuai kenyataan.
3 Isilah identitas dengan benar pada bagian A.
4 Jawablah pertanyaan pada bagian B dengan memberikan tanda check list (√) pada kolom jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapat Saudara/i. Jika ingin memperbaiki jawaban beri tanda (=) pada jawaban yang salah.

A. Identitas Responden

Jurusan :

Semester :

B. Tentukan penilaian Saudara/i terhadap pernyataan berikut :

No	Pernyataan	Penilaian				
		Sangat Tidak Setuju	**Tidak Setuju**	**Netral**	**Setuju**	**Sangat Setuju**
Variabel Kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen		1	2	3	4	5
1	Dosen yang mengajar kuliah adalah dosen yang ahli dibidang yang diajarkan					
2	Pertanyaan mahasiswa dijawab oleh dosen pengajar dengan memuaskan dan ilmiah					
3	Dosen pengajar sangat kominikatif dalam proses pembelajaran					
4	Dosen memberikan soal ujian sesuai dengan materi yang diajarkan					
5	Dosen telah memberikan nilai secara objektif					
6	Dosen pengajar memiliki wawasan yang luas					
7	Dosen berpakaian rapi saat memberikan kuliah					
8	Dosen telah mengajar sesuai waktu yang dijadwalkan					
Variabel Kepuasan mahasiswa terhadap kinerja staf administrasi		1	2	3	4	5
9	Staf bagian akademik dan umum bertutur kata dengan ramah saat melayani mahasiswa					
10	Staf bagian akademik dan umum bertindak cepat dalam melayani masalah mahasiswa					

11	Hasil pelayanan staf akademik dan umum telah memuaskan mahasiswa					
12	Staf akademik dan umum memberikan informasi yang jelas kepada mahasiswa					
13	Staf bagian akademik dan umum memberi informasi kepada mahasiswa dengan ramah					
14	Staf bagian akademik dan umum berpakaian rapi saat bekerja					
Variabel kepuasan mahasiswa terhadap proses perkuliahan		1	2	3	4	5
15	Proses pendaftaran dan pendaftaran ulang di IAIN Antasari mudah					
16	Proses menginput mata kuliah yang akan diambil semester berikutnya mudah					
17	Mahasiswa mudah mengetahui nilai mata kuliah/ KHS					
18	Nilai KHS bisa diketahui mahasiswa dengan cepat					
19	Nilai mata kuliah diberitahukan secara rinci					
20	Mahasiswa mudah mendapatkan materi perkulihan (handout, dll)					
21	Proses membayar uang kuliah mudah					
22	Sistem perkuliahan yang ada menunjang mahasiswa menyelesaikan masa studi dengan cepat					
23	Mahasiswa mendapatkan pemberitahuan jika ada perubahan atau pengunduran jadwal kuliah					
Variabel kepuasan mahasiswa terhadap bukti fisik/sarana dan prasarana		1	2	3	4	5
24	Tersedia LCD yang layak pakai pada saat kuliah					
25	Perpustakaan menyediakan buku-buku yang lengkap dan sesuai					
26	Buku-buku di perpustakaan merupakan buku-buku dengan edisi yang terbaru					
27	Kondisi buku-buku perpustakaan dalam keadaan baik					
28	Meja dan kursi kuliah nyaman digunakan					
29	Ruang kelas kuliah dalam keadaan bersih					
30	Tersedia kipas angin/AC di ruang kuliah yang berfungsi dengan baik					

31	Lahan parkir di area perkulihan luas dan nyaman					
32	Toilet dalam keadaan bersih dan nyaman digunakan					
33	Hotspot dan akses internet cepat dan mudah diakses					
34	Sarana ibadah (Masjid, musholla) memudahkan ibadah mahasiswa dan nyaman digunakan					
	Variabel kepercayaan mahasiswa	1	2	3	4	5
35	Setelah lulus kuliah, saya yakin akan mendapatkan pekerjaan yang layak berbekal ijazah S1 dari IAIN Antasari Banjarmasin					
36	Saya percaya, ilmu yang saya peroleh akan bermanfaat dan diaplikasikan di dunia kerja dan masyarakat					
37	Saya percaya akan selalu siap dibantu oleh staf bagian akademik dan umum bila ada permasalahan yang berhubungan dengan bagian akademik dan umum sampai lulus kuliah nanti					
38	Metode perkuliahan yang ada membantu saya mendapat ilmu yang saya perlukan					
39	Sarana dan prasarana yang ada membantu saya belajar dengan nyaman					
40	Fakta bahwa saya sebagai mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah adalah suatu kebanggaan dihadapan dunia kerja dan masyarakat					
41	Saya percaya bahwa dosen telah berupaya memberikan transfer ilmu dan mendidik saya dengan baik dan maksimal					
Variabel keinginan untuk melakukan *word of mouth communication*		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
42	Saya akan memberikan gambaran yang positif tentang Jurusan Ekonomi Syariah ditengah-tengah keluarga, teman ataupun orang yang bertanya tentang Jurusan tersebut					
43	Saya akan merekomendasikan kepada keluarga, teman ataupun orang lain untuk melanjutkan studi di Jurusan Ekonomi Syariah					

44	Tidak cuma sekedar merekomendasikan, saya juga akan membujuk keluarga, teman ataupun orang lain untuk melanjutkan studi di Jurusan Ekonomi Syariah					
45	Jika ada pembicaraan tentang perguruan tinggi, saya akan semangat untuk membicarakan tentang IAIN Antasari					

Tabulasi data penelitian

Responden	PERTANYAAN																						
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**	**19**	**20**	**21**	**22**	**23**
1	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	5	3	5	5	4	5	4	4	3	4
2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2
4	5	4	4	3	4	4	4	2	1	1	1	2	2	4	3	4	4	1	4	3	3	2	3
5	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
6	3	4	3	4	2	4	5	2	3	2	1	2	1	4	3	5	3	4	4	5	3	4	2
7	4	4	3	4	3	4	5	3	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	3	4	4	4
8	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	3	3	4	4	3	4	4	2	1	1	2	2	1	2	3	1	1	1	3	1	3	3	3
11	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	2	4	2	2
12	4	2	2	4	2	4	4	2	1	1	2	3	1	4	3	2	4	2	2	2	2	2	4
13	5	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
14	3	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
16	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3
17	4	4	4	3	3	5	5	3	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
18	2	2	3	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2
19	3	3	1	4	1	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	1
20	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	3	2	3	3
21	4	3	3	4	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
22	4	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	3	1	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
23	4	4	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	2	4	4	4	2	3	4	3	4	2	3
24	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
25	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	4
26	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	2	4	3	4	4	4	5	3	5	3	4
27	4	3	2	4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	2	1	3	2	4
28	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3

29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
30	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3
31	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3	3
32	2	3	3	4	4	3	4	4	2	3	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4
33	3	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	3	3
34	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3
35	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	4	4	2	3	3	4	2
36	4	5	3	3	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	1	2	3
37	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
38	4	4	2	4	2	4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4
39	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3
40	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	3	2	4	4	4	4	2	3	2	1	2	3
41	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	5
42	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5
43	3	4	4	5	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	4
44	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
45	4	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
46	4	4	3	3	4	5	4	4	2	3	3	2	2	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3
47	4	5	5	5	4	5	4	3	1	2	1	2	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
48	4	4	4	3	2	5	2	2	2	1	2	3	2	4	1	5	4	3	2	3	3	4	3
49	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	2	2	2
54	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	3	2	3
55	4	3	3	4	4	3	4	2	2	3	4	3	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3
56	4	5	4	4	4	5	5	5	2	3	2	4	5	5	4	5	3	4	3	3	5	5	4
57	4	2	4	4	5	4	5	4	4	2	5	2	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4
58	3	3	2	4	3	3	3	2	1	1	2	1	2	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2
59	3	3	3	3	2	3	4	2	1	1	1	1	1	2	4	2	5	3	3	2	2	1	3
60	4	4	3	3	3	5	5	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4

61	3	2	3	3	4	3	4	5	2	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2
62	3	4	3	5	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	5	5
63	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	4	3	3	3	4
64	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	3	3	3	2	4	4	3	1	1	1	2	2	3	3	3	4	4	3	2	4	2	3
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
67	3	4	5	3	5	5	5	4	5	5	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
68	4	4	4	5	5	4	5	2	2	3	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2
69	3	3	2	3	3	2	3	1	2	2	3	2	1	3	1	3	2	2	2	3	2	3	1
70	4	5	5	4	3	4	5	3	2	2	2	3	2	5	5	4	5	4	3	3	4	3	4
71	3	1	2	4	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3
72	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	2	3	3	3
73	3	4	3	5	4	5	5	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
75	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
76	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	3	4	2	5	4	4	1	4	3	4	2	4	4	3	5	3	2	3	4	4	5
78	3	3	4	4	2	5	4	2	2	2	2	2	4	3	3	2	5	3	4	4	4	3	2
79	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	4	5	3	4
80	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4
81	3	3	3	4	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
82	3	4	4	4	4	4	3	3	1	2	3	2	1	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2
83	4	3	4	2	1	3	5	5	1	4	4	3	3	4	5	1	2	3	3	2	2	4	4
84	4	3	4	4	3	4	5	3	1	3	2	2	1	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
85	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3
86	3	3	3	4	3	5	4	2	2	2	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	2

Responden	PERTANYAAN																					
	24	**25**	**26**	**27**	**28**	**29**	**30**	**31**	**32**	**33**	**34**	**35**	**36**	**37**	**38**	**39**	**40**	**41**	**42**	**43**	**44**	**45**
1	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4
2	3	4	3	4	3	2	4	32	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	2	4	2	4	4	4	1	1	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	2	2	3	3	2	2	1	1	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
5	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1
6	4	3	3	3	4	2	4	3	1	2	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4
7	5	3	3	3	3	1	3	1	1	3	5	5	4	4	4	3	3	3	5	3	2	2
8	4	3	3	4	4	2	4	3	2	3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
11	3	2	1	3	2	1	3	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
12	2	2	2	3	3	4	2	2	1	4	4	4	4	4	3	2	4	5	5	5	3	5
13	2	2	2	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
14	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
15	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
16	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4
17	3	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
18	2	3	2	4	3	3	1	1	1	2	5	3	3	3	2	1	4	5	3	3	2	1
19	1	4	4	3	4	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
20	2	2	2	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
21	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
23	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	5	5	5	3	4	3	5	4	4	4	3	3
24	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
25	5	5	5	4	5	5	5	3	2	3	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4
26	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	4	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	5
27	2	3	3	3	4	2	4	1	1	5	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	3
28	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4
29	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4
30	2	3	2	4	4	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3

31	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4
32	3	3	2	3	4	3	3	1	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
33	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
34	2	2	3	2	4	3	3	1	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
35	2	4	3	3	4	2	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3	3
36	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3	5	5	3	3	2	5	5	4	4	4	5
37	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
38	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4
39	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
40	4	3	2	4	4	1	3	3	1	2	2	2	1	3	1	3	1	1	4	1	4	2
41	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	5
42	4	5	3	3	3	3	2	3	2	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4
43	1	3	3	3	2	5	3	2	3	2	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	5	4	5	3	3	4
45	2	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
46	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	3
47	1	2	3	3	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	1	3	2	3	1	1	3	1	1	1	1	2	4	4	4	3	2	4	4	5	3	4
49	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	1	4	3	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
54	3	4	3	3	3	3	3	1	1	2	5	3	4	4	4	3	5	4	4	2	2	3
55	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
56	5	3	5	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
57	5	3	5	3	3	5	3	5	5	5	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	5	3
58	2	4	3	3	4	3	4	4	1	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
59	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	3	4	2	4	1	5	3	4	4	3	3
60	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
61	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	3	3	4	5	4	4	2	1	2	3	5	5	4	4	3	5	5	5	3	3	5

63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	2	2	2	3	4	3	3	1	1	1	3	5	5	3	3	3	4	4	5	4	2	2
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
67	4	4	3	2	2	2	3	2	1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
68	4	3	3	2	4	5	4	2	1	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4
69	3	2	3	3	3	3	2	1	1	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3
70	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4	5	5	4	4	3	5	5	5	3	3	5
71	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	4	3	5	3	3	2	4	3	4	3	3	5
72	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4
73	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4
77	4	4	3	4	4	4	4	1	1	1	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
78	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
79	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5
80	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
81	2	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
82	3	1	1	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	3
83	5	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	4	5	3	5	4	1	1	3	4	3	5
84	2	4	3	3	3	4	3	1	2	3	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3
85	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
86	1	2	2	3	3	1	2	2	1	2	3	5	4	3	5	3	4	5	4	3	3	4

Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Ke-1	0,560	0,1901	Valid
Ke-2	0,687	0,1901	Valid
Ke-3	0,777	0,1901	Valid
Ke-4	0,466	0,1901	Valid
Ke-5	0,718	0,1901	Valid
Ke-6	0,711	0,1901	Valid
Ke-7	0,585	0,1901	Valid
Ke-8	0,744	0,1901	Valid
Ke-9	0,860	0,1901	Valid
Ke-10	0,854	0,1901	Valid
Ke-11	0,740	0,1901	Valid
Ke-12	0,764	0,1901	Valid
Ke-13	0,842	0,1901	Valid
Ke-14	0,585	0,1901	Valid
Ke-15	0,714	0,1901	Valid
Ke-16	0,666	0,1901	Valid
Ke-17	0,597	0,1901	Valid
Ke-18	0,696	0,1901	Valid
Ke-19	0,528	0,1901	Valid
Ke-20	0,646	0,1901	Valid
Ke-21	0,728	0,1901	Valid
Ke-22	0,624	0,1901	Valid
Ke-23	0,522	0,1901	Valid
Ke-24	0,575	0,1901	Valid
Ke-25	0,636	0,1901	Valid
Ke-26	0,708	0,1901	Valid
Ke-27	0,578	0,1901	Valid
Ke-28	0,516	0,1901	Valid
Ke-29	0,556	0,1901	Valid
Ke-30	0,661	0,1901	Valid
Ke-31	0,632	0,1901	Valid
Ke-32	0,543	0,1901	Valid
Ke-33	0,641	0,1901	Valid
Ke-34	0,524	0,1901	Valid
Ke-35	0,762	0,1901	Valid
Ke-36	0,778	0,1901	Valid
Ke-37	0,588	0,1901	Valid
Ke-38	0,740	0,1901	Valid
Ke-39	0,524	0,1901	Valid
Ke-40	0,784	0,1901	Valid
Ke-41	0,681	0,1901	Valid
Ke-42	0,650	0,1901	Valid

Ke-43	0,804	0,1901	Valid
Ke-44	0,779	0,1901	Valid
Ke-45	0,794	0,1901	Valid

Hasil Uji Reabilitas

Pertanyaan	Cronbach's Alpha If Item Deleted	R tabel	Keterangan
Ke-1	0,809	0,1901	Reabel
Ke-2	0,790	0,1901	Reabel
Ke-3	0,773	0,1901	Reabel
Ke-4	0,817	0,1901	Reabel
Ke-5	0,787	0,1901	Reabel
Ke-6	0,785	0,1901	Reabel
Ke-7	0,804	0,1901	Reabel
Ke-8	0,786	0,1901	Reabel
Ke-9	0,830	0,1901	Reabel
Ke-10	0,830	0,1901	Reabel
Ke-11	0,857	0,1901	Reabel
Ke-12	0,850	0,1901	Reabel
Ke-13	0,835	0,1901	Reabel
Ke-14	0,880	0,1901	Reabel
Ke-15	0,786	0,1901	Reabel
Ke-16	0,795	0,1901	Reabel
Ke-17	0,803	0,1901	Reabel
Ke-18	0,778	0,1901	Reabel
Ke-19	0,810	0,1901	Reabel
Ke-20	0,795	0,1901	Reabel
Ke-21	0,783	0,1901	Reabel
Ke-22	0,798	0,1901	Reabel
Ke-23	0,816	0,1901	Reabel
Ke-24	0,682	0,1901	Reabel
Ke-25	0,678	0,1901	Reabel
Ke-26	0,671	0,1901	Reabel
Ke-27	0,687	0,1901	Reabel
Ke-28	0,692	0,1901	Reabel
Ke-29	0,685	0,1901	Reabel
Ke-30	0,673	0,1901	Reabel
Ke-31	0,853	0,1901	Reabel
Ke-32	0,686	0,1901	Reabel
Ke-33	0,672	0,1901	Reabel
Ke-34	0,690	0,1901	Reabel
Ke-35	0,782	0,1901	Reabel

Ke-36	0,777	0,1901	Reabel
Ke-37	0,814	0,1901	Reabel
Ke-38	0,785	0,1901	Reabel
Ke-39	0,830	0,1901	Reabel
Ke-40	0,776	0,1901	Reabel
Ke-41	0,802	0,1901	Reabel
Ke-42	0,748	0,1901	Reabel
Ke-43	0,653	0,1901	Reabel
Ke-44	0,680	0,1901	Reabel
Ke-45	0,689	0,1901	Reabel

Rangkuman Dekoposisi dari koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung dan pengaruh total tentang kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap Jurusan Ekonomi Syariah dengan keinginan untuk melakukan *WORD OF MOUTH COMMUNICATION*

Pengaruh variabel	**Pengaruh kausal**		
	Langsung	**Tidak langsung melalui Y**	**Total**
X1 terhadap Y	0,023		0,023
X1 terhadap Z	0,096	(0,023) x (0,625)	0,096 + [(0,023) x (0,625)]
X2 terhadap Y	0,183		0,183
X2 terhadap Z	-0,196	(0,183) x (0,625)	-0,196 + [(0,183) x (0,625)]
X3 terhadap Y	0,274		0,274
X3 terhadap Z	0,071	(0,274) x (0,625)	0,071 + [(0,274) x (0,625)]
X4 terhadap Y	0,225		0,225
X4 terhadap Z	0,171	(0,225) x (0,625)	0,171 + [(0,023) x (0,625)]
Y terhadap Z	0,625		0,625

Curriculum Vitae Penelitian

Nama NIP Tempat, tanggal Lahir Pangkat/ Golongan Jabatan Pendidikan terakhir Bidang Keahlian Unit Kerja	H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.Si. 197904102005100 Pantai Batung Hilir, 10 April 1979 Penata Tk. I (III/d) Lektor S2 Ekonomi Islam UII Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Nama NIP Tempat, tanggal Lahir Pangkat/ Golongan Jabatan Pendidikan terakhir Bidang Keahlian Unit Kerja	Rohana Faridah, S.E., M.M. 197804272009012010 Banjarmasin, 27 April 1978 Penata (III/c) Lektor S2 Magister Manajemen UNLAM Bjm Manajemen Pemasaran Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Nama NIP Tempat, tanggal Lahir	Restu Khaliq, S.E., M.M. 198602142015031003 Banjarmasin, 14 Februari

Pangkat/ Golongan Jabatan Pendidikan terakhir Bidang Keahlian Unit Kerja	1986 Penata Muda Tk. I (III/b) Asisten Ahli S2 Magister Manajemen Unibraw Malang Manajemen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam