

## ***Expectation Disconfirmation Theory In Service Quality Online Learning: Its Impact On Word Of Mouth Communication In Higher Education***

### ***Expectation Disconfirmation Theory Dalam Service Quality Online Learning: Dampaknya Terhadap Word Of Mouth Communication Di Perguruan Tinggi***

Siti Farikah<sup>1</sup>, Yolanda Masnita<sup>2</sup>, Kurniawati<sup>3</sup>

Politeknik Pelayaran Sumatera Utara<sup>1,2,3</sup>

[122012301066@std.trisakti.ac.id](mailto:122012301066@std.trisakti.ac.id)<sup>1</sup>, [yolandamasnita@trisakti.ac.id](mailto:yolandamasnita@trisakti.ac.id)<sup>2</sup>, [kurniawati@trisakti.ac.id](mailto:kurniawati@trisakti.ac.id)<sup>3</sup>

*\*Corresponding Author*

#### **ABSTRACT**

*Post the COVID-19 pandemic, online learning continues to be used as many universities have adopted hybrid/blended learning systems (a combination of face-to-face and online learning). The purpose of this study is to examine the effect of service quality in online learning on Word of Mouth Communication (WoMC) in the context of blended/hybrid learning through student satisfaction. A total of 195 valid questionnaires were collected from diploma (D1-D4), undergraduate, and postgraduate students enrolled in 59 different universities across Indonesia. A modified version of HEdPERF was used to evaluate service quality. Due to the increasing use of online learning, dimensions of online learning were included (Bouranta et al., 2024). The HEdPERF scale focuses on online education, which remains an under-researched area. Structural Equation Modeling (SEM) was used to test the relationships between service quality and student satisfaction, as well as between student satisfaction and Word of Mouth Communication (WoMC).*

**Keywords:** EDT, Service Quality, Online Learning, Student Satisfaction, Word of Mouth Communication.

#### **ABSTRAK**

Pasca pandemi COVID-19 pembelajaran online masih digunakan karena banyak perguruan tinggi yang menerapkan sistem hybrid/blended learning (gabungan pembelajaran tatap muka dan online). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh service quality dalam online learning, terhadap Word of Mouth Communication (WoMC) dalam konteks blended/hybrid learning melalui student satisfaction. Sebanyak 195 kuesioner valid dikumpulkan dari mahasiswa diploma (D1-D4), sarjana dan pascasarjana yang terdaftar di 59 universitas yang berbeda di Indonesia. Versi modifikasi dari HEdPERF digunakan untuk itu mengevaluasi service quality. Karena semakin meluasnya penggunaan pembelajaran online, dimensi online learning termasuk di dalamnya (Bouranta et al., 2024). Skala HEdPERF berfokus pada pendidikan online yang termasuk bidang yang belum banyak diteliti. Struktural pemodelan persamaan digunakan untuk menguji hubungan antara service quality terhadap student satisfaction dan student satisfaction terhadap Word of Mouth Communication (WoMC).

**Kata Kunci:** EDT, Service Quality, Online Learning, Student Satisfaction, Word of Mouth Communication.

#### **1. Pendahuluan**

Pasca pandemi COVID-19, banyak perguruan tinggi di Indonesia tetap menggunakan pembelajaran online dengan menerapkan hybrid learning atau blended learning. Sistem pembelajaran ini sejalan dengan era pendidikan 4.0 yang memindahkan pembelajaran konvensional ke pembelajaran online serta menuntut adanya revolusi paradigma pendidikan dan kurikulum yang meningkatkan daya saing peserta didiknya. Di antara perguruan tinggi yang menerapkan sistem blended/hybrid learning adalah Universitas Indonesia (UI), Universitas Esa Unggul, Universitas Mercubuana, Universitas Padjajaran (Unpad), Universitas Trisakti (Usakti), Universitas Gajah Mada (UGM), Universitas Airlangga (Unair), Institut Teknologi Bandung (ITB), Institut Teknologi Sepuluh November (ITS), dan Universitas Diponegoro (Undip), dsb.

Keberhasilan online learning dalam sistem blended/hybrid learning ini sangat bergantung pada kualitas layanan (service quality) yang diterapkan oleh perguruan tinggi. Penelitian oleh Kazungu dan Kubenea (2022) menunjukkan bahwa service quality memiliki hubungan signifikan dengan Word of Mouth Communication (WoMC) dan kepuasan mahasiswa (student satisfaction). Namun, masih banyak perguruan tinggi yang belum sepenuhnya menerapkan hybrid learning atau blended learning. Walaupun berdasarkan penelitian (Helsa et al., 2022)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh service quality dalam pembelajaran online di perguruan tinggi terhadap WoMC melalui student satisfaction. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah pendaftar di perguruan tinggi yang telah menjalankan online learning dengan memperhatikan aspek-aspek service quality yang berpengaruh pada WoMC melalui student satisfaction. Selain itu, penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh program studi yang belum menerapkan online learning. Perguruan tinggi dapat mempertimbangkan untuk membuka program online learning pada program studi yang sebelumnya masih terbatas pada pembelajaran tatap muka, dengan melihat seberapa besar pengaruh aspek-aspek service quality dalam online learning terhadap WoMC melalui student satisfaction.

Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan perguruan tinggi untuk beradaptasi dengan perubahan lanskap pendidikan, memastikan kepuasan mahasiswa, memanfaatkan teknologi secara efektif, mempertahankan daya saing, dan terus meningkatkan pengalaman belajar. Penelitian ini berfokus pada aspek service quality dalam online learning di perguruan tinggi dan mengaitkannya dengan WoMC melalui student satisfaction, yang merupakan area penelitian yang masih belum banyak dieksplorasi (Bouranta, 2024).

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Teori Expectation-Disconfirmation**

Expectation Disconfirmation Theory (EDT) (Oliver, 1993) merupakan adaptasi pertukaran The Expectation Confirmation Theory (ECT), yang menggantikan afirmasi dengan diskonfirmasi. Berdasarkan karya Oliver (1977, 1980), penelitian kepuasan terutama berfokus pada paradigma ekspektasi dan falsifikasi. Oliver (1980) menyatakan bahwa ekspektasi sebagai standar yang dikalibrasi membentuk dasar penilaian pembeli (Anderson dan Sullivan 1993). Dari perspektif teori diskonfirmasi ekspektasi, kepuasan secara umum dapat dilihat sebagai evaluasi pasca pembelian terhadap kinerja produk/jasa dengan mempertimbangkan ekspektasi pembelian awal (Adegoke, 2022)

### **Online learning di Era Digitalisasi Pasca Pandemi**

Dengan maraknya pemanfaatan teknologi selama masa pandemi, masyarakat cenderung mempertahankannya bahkan setelah pandemic usai karena adanya kenyamanan, keefektifan serta kefleksibilitas yang diperlukan oleh masyarakat modern. Begitu juga dalam pelaksanaan perkuliahan di perguruan tinggi. Banyak perguruan tinggi yang menerapkan blended learning/hybrid learning yang menggabungkan online learning dan onsite learning. Di era sebelum pandemi, di tahun 2019, pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 56% dari total populasi (Fachreza et al., 2023). Di tahun 2024, berdasarkan hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, jumlah pengguna internet aktif di Indonesia sudah mencapai 79,5%, dengan mayoritas pengguna adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Dan generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. (<https://apjii.or.id>). Dari peningkatan yang signifikan pengguna internet aktif di Indonesia tersebut sangat mendukung tren dan minat peningkatan online learning di perguruan tinggi. Hal ini juga didukung populernya online marketing dalam memberikan informasi dan mempromosikan perguruan tinggi kepada calon mahasiswa. Online marketing terdiri dari 7 kategori yaitu search

engine optimization, search engine marketing, pay-per-click advertising, content marketing, social media marketing, affiliate marketing dan email marketing (Fachreza et al., 2023). Melalui beberapa jenis online marketing yang dilakukan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, maka calon mahasiswa dengan mudah bisa mendapatkan preferensi sesuai dengan minat dan kebutuhan pendidikannya.

Dalam pelaksanaan online learning di perguruan tinggi itu sendiri harus diketahui beberapa factor untuk membuat online learning (e-learning) berkelanjutan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, ada empat kelompok faktor determinan yang dikategorikan oleh yang mempengaruhi penggunaan e-learning berkelanjutan. Pertama, faktor profesional, kedua, faktor pribadi, ketiga, faktor lingkungan yang terdiri dari aspek rekan kuliah, keluarga dan teman, serta dukungan lainnya, keempat faktor teknologi informasi. Hasil studi empiris membuktikan terdapat pengaruh positif faktor teknologi informasi terhadap penggunaan e-learning berkelanjutan. Faktor kepuasan merupakan salah satu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan online learning (e-learning) (Tanuwijaya et al., 2023).

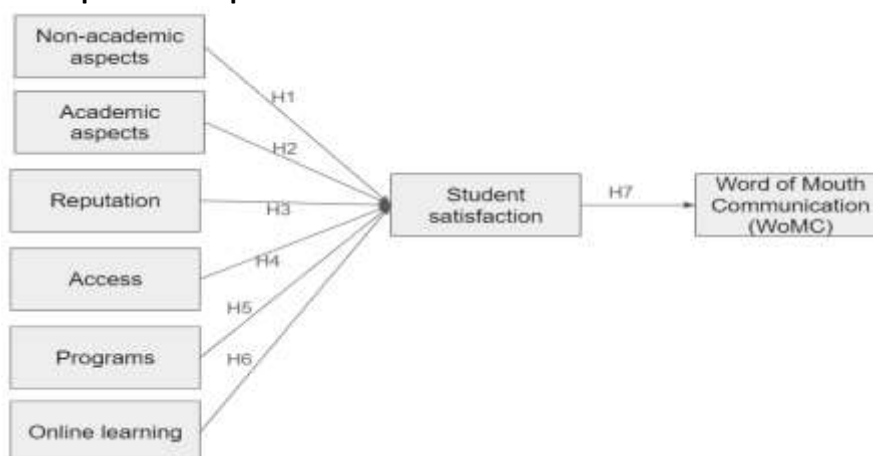
Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh aspek akademik, non-akademik, reputasi, akses, program, online learning serta student satisfaction terhadap Word of Mouth Communication (WoMC).

### Word of Mouth Communication (WoMC)

Word of Mouth Communication (WoMC) adalah komunikasi verbal positif atau negatif antar kelompok seperti profesional, karyawan, keluarga, teman, pelanggan saat ini atau calon pelanggan, terlepas dari rutennya. Promosi mulut ke mulut adalah jenis pengaruh sosial yang didasarkan pada hubungan pribadi dan kepercayaan. memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen.

Menurut penelitian Nielsen, 92% rekomendasi dari teman dan keluarga lebih dipercaya konsumen dibandingkan bentuk iklan apa pun. Studi lain yang dilakukan McKinsey menemukan bahwa informasi dari mulut ke mulut merupakan faktor utama dalam 20-50% dari semua keputusan pembelian. Hal ini didasarkan pada prinsip bahwa orang cenderung mempercayai dan bertindak atas saran dari orang yang mereka kenal dan percaya dibandingkan saran dari iklan atau berbagai bentuk pemasaran lainnya.

### Rerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

Berbagai organisasi mengubah solusi operasional mereka pasca pandemic Covid-19 untuk mengurangi dampak kerugian yaitu melalui transformasi digital agar dapat beradaptasi dengan konteks yang baru. (Van Vu et al., 2022). Transformasi digital di perguruan tinggi dapat meningkatkan student satisfaction dan instructor satisfaction jika ekspektasi mereka

terpenuhi. Ketika mereka puas, maka akan mendorong word of mouth communication yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pendaftar online learning di perguruan tinggi.

Dalam penelitian sebelumnya (Sari et al., 2023), ditemukan bahwa service quality berdampak kuat dan positif terhadap word of mouth communication, service quality berdampak sangat kuat terhadap student satisfaction dan student satisfaction berdampak lemah dan positif terhadap word of mouth communication. Penelitian lain (Sokro et al., 2024) menyebutkan bahwa system quality merupakan variable yang berpengaruh terhadap learner success dan learner satisfaction. Service quality dalam online learning lebih mendorong nilai kondisional yang dirasakan dari pada dalam offline learning (Seo & Um, 2023)

Aspek non-akademik mencakup berbagai elemen seperti layanan administrasi, fasilitas, dan dukungan mahasiswa. Studi menunjukkan bahwa kualitas layanan administrasi dan fasilitas kampus yang baik dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa (Mustafa et al., 2021). Ketika mahasiswa merasa didukung secara administratif dan memiliki akses ke fasilitas yang memadai, mereka cenderung lebih puas dengan pengalaman belajar mereka (Chen & Yang, 2020).

H1. Aspek non akademik berpengaruh positif terhadap student satisfaction.

Kualitas aspek akademik, termasuk kurikulum, kualitas pengajaran, dan ketersediaan sumber belajar, merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Studi menunjukkan bahwa kurikulum yang relevan dan pengajaran yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa secara signifikan (Ghazali et al., 2021). Penggunaan teknologi dalam pengajaran juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas aspek akademik (Johnson et al., 2020).

H2. Aspek akademik berpengaruh positif terhadap student satisfaction.

Reputasi perguruan tinggi mencerminkan persepsi publik mengenai kualitas dan kredibilitas institusi tersebut. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan kebanggaan mahasiswa, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka (Nguyen et al., 2020). Selain itu, reputasi yang kuat juga dapat meningkatkan peluang kerja bagi lulusan, yang merupakan faktor penting dalam kepuasan mahasiswa (Lau, 2020).

H3. Aspek reputation berpengaruh positif terhadap student satisfaction.

Akses yang mudah terhadap sumber belajar, fasilitas kampus, dan layanan pendukung sangat penting bagi kepuasan mahasiswa. Kemudahan akses dapat mencakup akses fisik maupun akses digital (Barnes & Noble College, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap sumber belajar online selama pandemi COVID-19 secara signifikan meningkatkan kepuasan mahasiswa (Mishra et al., 2021).

H4. Access berpengaruh positif terhadap student satisfaction.

Program yang relevan, fleksibel, dan dirancang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa. Penelitian menunjukkan bahwa program studi yang menawarkan kurikulum yang relevan dan peluang pengalaman kerja praktis memiliki dampak positif terhadap kepuasan mahasiswa (Zhao et al., 2020). Selain itu, fleksibilitas dalam program studi, seperti pilihan mata kuliah dan jadwal yang fleksibel, juga meningkatkan kepuasan mahasiswa (Kember, 2020).

H5. Aspek program berpengaruh positif terhadap student satisfaction.

Kualitas pembelajaran online mencakup desain kurikulum, interaktivitas, dan dukungan teknologi. Penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran online yang interaktif dan didukung dengan teknologi yang handal dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa (Martin et al., 2020). Selain itu, fleksibilitas yang ditawarkan oleh pembelajaran online juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa (Yilmaz, 2020).

H6. Aspek online learning berpengaruh positif terhadap student satisfaction.

Kepuasan mahasiswa yang tinggi dapat mendorong mereka untuk berbagi pengalaman positif mereka melalui Word of Mouth Communication (WoMC). Penelitian menunjukkan

bahwa mahasiswa yang puas dengan pengalaman belajar mereka lebih cenderung merekomendasikan institusi mereka kepada orang lain (Brown et al., 2020). Selain itu, WoMC juga dapat diperkuat oleh pengalaman positif mahasiswa dengan layanan akademik dan non-akademik (Helgesen & Nettet, 2020).

H7. Aspek student satisfaction berpengaruh positif terhadap Word of Mouth Communication.

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) yaitu metode statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten atau konstruk teoritis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk menguji secara empiris pengaruh determinan 6 aspek service quality terhadap student satisfaction and pengaruh student satisfaction terhadap Word of Mouth Communication (WoMC).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 6 variabel independen, 1 variabel intervening, dan 1 variabel dependen. Keenam variabel independen tersebut yaitu pertama aspek non akademik, yang mempunyai 2 dimensi yaitu rasa aman dan percaya diri serta komunikasi staff akademik, dengan mengadopsi pengukuran dengan total 8 indikator pengukuran. Kedua adalah aspek akademik dengan 2 dimensi yaitu ekspektasi kinerja dan sikap staff akademik, dengan 4 indikator pengukuran. Ketiga adalah aspek reputasi yang memiliki 3 dimensi yaitu lokasi, fasilitas dan citra profesional dengan menggunakan 4 indikator pengukuran. Keempat adalah aspek akses yang memiliki 4 dimensi yaitu perkumpulan mahasiswa, umpan balik, prosedur pemberian layanan dan akses materi online learning. Kelima adalah aspek program yang terdiri dari 2 dimensi yaitu silabus dan spesialisasi dengan total 4 indikator. Keenam adalah aspek online learning, dengan 3 dimensi yaitu teknologi, interaksi dosen-mahasiswa dan materi, dengan 6 indikator pengukuran. Variabel intervening yang digunakan adalah student satisfaction.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa dari 59 perguruan tinggi di Indonesia baik dari jenjang studi Diploma (D1-D4), S1, S2 maupun S3 yang pernah menjalani kuliah online dengan sistem blended/hybrid learning. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima kali lipat dari jumlah indikator yang digunakan. Total indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 39, sehingga sampel minimalnya adalah  $5 \times 39 = 195$ .

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Profil responden

Dari hasil penyebaran kuisioner yang sudah direkap dan di petakan, terdapat total 195 responden yang memenuhi kriteria sehingga dapat diolah lebih lanjut. Dari data yang sudah diolah, dihasilkan suatu demografi responden dengan spesifikasi yaitu responden yang terakhir menjalani online learning di tahun 2024 sebanyak (50,3%), responden yang menjalani online learning selama 1-2 tahun sebesar (50,8%). Sebagian besar jenis kelamin responden adalah laki-laki (50,8%) yang merupakan mahasiswa yang pernah menjalani kuliah online dalam blended/hybrid learning. Usia responden terbanyak berkisar 20-25 tahun (50,3%) dengan pendidikan terbanyak yaitu S1 sebesar 54,9%.

**Tabel 1. Demografi Responden**

| Karakteristik                      | Keterangan          | Frekuensi | (%)  |
|------------------------------------|---------------------|-----------|------|
| Terakhir menjalani online learning | di bawah tahun 2020 | 17        | 8,7  |
|                                    | Tahun 2021          | 44        | 22,6 |
|                                    | Tahun 2023          | 36        | 18,5 |
|                                    | Tahun 2024          | 98        | 50,3 |

|                                                    |                         |     |       |
|----------------------------------------------------|-------------------------|-----|-------|
|                                                    | Total                   | 195 | 100,0 |
| <b>Berapa lama dalam menjalani online learning</b> | < 1 tahun               | 70  | 35,9  |
|                                                    | 1-2 tahun               | 99  | 50,8  |
|                                                    | 3-4 tahun               | 26  | 13,3  |
|                                                    | Total                   | 195 | 100,0 |
| <b>Jenis kelamin</b>                               | Laki-laki               | 99  | 50,8  |
|                                                    | Perempuan               | 96  | 49,2  |
|                                                    | Total                   | 195 | 100,0 |
| <b>Usia</b>                                        | 20-25 tahun             | 98  | 50,3  |
|                                                    | 26-30 tahun             | 44  | 22,6  |
|                                                    | 31-35 tahun             | 23  | 11,8  |
|                                                    | 36-40 tahun             | 10  | 5,1   |
|                                                    | di atas 40 tahun        | 18  | 9,2   |
|                                                    | di bawah 20 tahun       | 2   | 1,0   |
|                                                    | Total                   | 195 | 100,0 |
| <b>Pendidikan</b>                                  | Diploma (D1-D4)/ setara | 6   | 3,1   |
|                                                    | S1/setara               | 107 | 54,9  |
|                                                    | S2/setara               | 77  | 39,5  |
|                                                    | S3/setara               | 5   | 2,6   |
|                                                    | Total                   | 195 | 100,0 |

### Uji validitas, reliabilitas dan deskriptif

Berdasarkan tabel dibawah menghasilkan 39 indikator yang memperoleh nilai signifikan diatas 0,50 yang berarti bahwa 39 indikator tersebut dianggap valid. Maka dari itu, indikator tersebut dapat digunakan untuk uji selanjutnya. Pada uji reliabilitas, variabel yang dihasilkan secara keseluruhan mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60 artinya sudah mencapai kriteria reliabilitas. Berdasarkan uji deskriptif untuk nilai rata-rata pada variabel *non academic aspects* sebesar 3,02. Pada variabel *acedemic aspects* nilai rata-ratanya sebesar 4,11, sedangkan untuk *reputation* sebesar 4,07, variabel program memiliki nilai rata-rata sebesar 3,68, variabel *online learning* memiliki nilai rata-rata sebesar 4,09, variabel *student satisfaction* sebesar 4,13 dan terakhir variabel *Word of Mouth Communication* sebesar 3,85.

**Tabel 2. Uji validitas, reliabilitas dan deskriptif**

| Variabel / Indikator        | Faktor loading | Cronbach Alpha | Kesimpulan      | Mean         | Std Dev      |
|-----------------------------|----------------|----------------|-----------------|--------------|--------------|
| <i>Non academic aspects</i> |                | <b>0,850</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>3,928</b> | <b>0,853</b> |
| NAC1                        | 0,657          |                | Valid           | 4,18         | 0,72         |
| NAC2                        | 0,726          |                | Valid           | 4,04         | 0,83         |
| NAC3                        | 0,841          |                | Valid           | 3,95         | 0,81         |
| NAC4                        | 0,767          |                | Valid           | 4,11         | 0,76         |
| NAC5                        | 0,804          |                | Valid           | 3,93         | 0,86         |
| NAC6                        | 0,718          |                | Valid           | 3,70         | 0,95         |
| NAC7                        | 0,796          |                | Valid           | 3,76         | 0,96         |
| NAC8                        | 0,776          |                | Valid           | 3,76         | 0,94         |
| <i>Acedemic aspects</i>     |                | <b>0,756</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>4,11</b>  | <b>0,76</b>  |
| ACA1                        | 0,743          |                | Valid           | 4,13         | 0,77         |
| ACA2                        | 0,766          |                | Valid           | 4,15         | 0,66         |
| ACA3                        | 0,876          |                | Valid           | 3,94         | 0,90         |
| ACA4                        | 0,853          |                | Valid           | 4,06         | 0,77         |
| <i>Reputation</i>           |                | <b>0,726</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>4,07</b>  | <b>0,775</b> |
| RE1                         | 0,626          |                | Valid           | 4,04         | 0,81         |
| RE2                         | 0,620          |                | Valid           | 4,06         | 0,83         |
| RE3                         | 0,847          |                | Valid           | 3,96         | 0,92         |
| RE4                         | 0,819          |                | Valid           | 3,97         | 0,84         |
| <i>Access</i>               |                | <b>0,780</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>4,00</b>  | <b>0,85</b>  |

| Variabel / Indikator                      | Faktor loading | Cronbach Alpha | Kesimpulan      | Mean        | Std Dev      |
|-------------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|-------------|--------------|
| AC1                                       | 0,557          |                | Valid           | 3,26        | 1,27         |
| AC2                                       | 0,713          |                | Valid           | 3,73        | 1,10         |
| AC3                                       | 0,722          |                | Valid           | 3,66        | 0,95         |
| AC4                                       | 0,805          |                | Valid           | 3,54        | 1,10         |
| AC5                                       | 0,622          |                | Valid           | 4,06        | 0,91         |
| AC6                                       | 0,635          |                | Valid           | 3,87        | 0,89         |
| <i>Programs</i>                           |                | <b>0,754</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>3,68</b> | <b>1,036</b> |
| PG1                                       | 0,710          |                | Valid           | 4,06        | 0,77         |
| PG2                                       | 0,934          |                | Valid           | 4,03        | 0,86         |
| PG3                                       | 0,931          |                | Valid           | 4,06        | 0,84         |
| PG4                                       | 0,661          |                | Valid           | 4,23        | 0,71         |
| <i>Online learning</i>                    |                | <b>0,719</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>4,09</b> | <b>0,795</b> |
| OL1                                       | 0,652          |                | Valid           | 3,97        | 0,85         |
| OL2                                       | 0,916          |                | Valid           | 3,92        | 0,81         |
| OL3                                       | 0,691          |                | Valid           | 3,92        | 0,86         |
| OL4                                       | 0,594          |                | Valid           | 4,08        | 0,82         |
| <i>Student satisfaction</i>               |                | <b>0,768</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>4,13</b> | <b>0,73</b>  |
| KS1                                       | 0,734          |                | Valid           | 4,15        | 0,71         |
| KS2                                       | 0,709          |                | Valid           | 4,12        | 0,73         |
| KS3                                       | 0,764          |                | Valid           | 4,17        | 0,78         |
| KS4                                       | 0,738          |                | Valid           | 4,15        | 0,86         |
| KS5                                       | 0,679          |                | Valid           | 4,10        | 0,81         |
| <i>Word of Mouth Communication (WOMC)</i> |                | <b>0,762</b>   | <b>Reliabel</b> | <b>3,85</b> | <b>0,95</b>  |
| WOMC1                                     | 0,833          |                | Valid           | 3,90        | 0,97         |
| WOMC2                                     | 0,805          |                | Valid           | 3,87        | 0,92         |
| WOMC3                                     | 0,774          |                | Valid           | 3,76        | 0,99         |
| WOMC4                                     | 0,900          |                | Valid           | 3,88        | 0,92         |

Sumber: Output AMOS, 2024

### Uji model fit

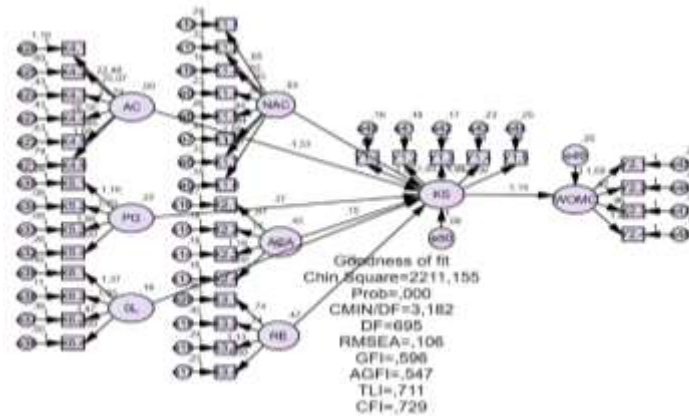
Uji goodness of fit dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) AMOS dikarenakan jumlah sampel yang cukup besar. Hasil pengolahan goodness of fit ditunjukkan pada tabel dibawah menyatakan bahwa terdapat 9 kriteria pengujian *goodness fit* sehingga menjadi kriteria cukup untuk menguji kondisi model yang cocok yaitu AGFI dan CMIN/DF. Sebanyak 7 kriteria yaitu chin square, GFI, RMSEA, NFI, IFI, TLI, CFI yang menghasilkan model tidak cocok. Berdasarkan (Hair et al, 2021) jika terjadi minimal satu model yang terdapat *goodness of fit* maka dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya. Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa model dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan ke uji berikutnya.

**Tabel 3. Uji Goodness Of Fit**

| Pengukuran     | Model Fit Decision | Hasil | Keputusan           |
|----------------|--------------------|-------|---------------------|
| <i>P-value</i> | > 0,05             | 0,000 | <i>Poor fit</i>     |
| GFI            | > 0,90             | 0,596 | <i>Poor Fit</i>     |
| AGFI           | ≤ GFI              | 0,547 | <i>Goodness Fit</i> |
| RMSEA          | < 0,10             | 0,106 | <i>Poor Fit</i>     |
| NFI            | > 0,90             | 0,651 | <i>Poor Fit</i>     |
| IFI            | > 0,90             | 0,731 | <i>Poor Fit</i>     |
| TLI            | > 0,90             | 0,711 | <i>Poor fit</i>     |

|         |        |       |                     |
|---------|--------|-------|---------------------|
| CFI     | > 0,90 | 0,711 | <i>Poor fit</i>     |
| CMIN/DF | < 5.00 | 3,182 | <i>Goodness Fit</i> |

Sumber: Output AMOS, 2024



### Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Output AMOS, 2024

### Uji hipotesis

**Tabel 4. Hasil uji hipotesis**

|           | Deskripsi hipotesis                                       | Estimate | P-value | Kesimpulan     |
|-----------|-----------------------------------------------------------|----------|---------|----------------|
| <b>H1</b> | Aspek non akademik terhadap student satisfaction          | 0,040    | 0,285   | Tidak didukung |
| <b>H2</b> | Aspek akademik terhadap student satisfaction              | 0,154    | 0,000   | Didukung       |
| <b>H3</b> | Aspek reputasi terhadap student satisfaction              | 0,247    | 0,000   | Didukung       |
| <b>H4</b> | Aspek akses terhadap student satisfaction                 | -1,331   | 0,671   | Tidak didukung |
| <b>H5</b> | Aspek program terhadap student satisfaction               | 0,371    | 0,000   | Didukung       |
| <b>H6</b> | Aspek online learning terhadap student satisfaction       | 0,352    | 0,000   | Didukung       |
| <b>H7</b> | Student satisfaction terhadap Word of Mouth Communication | 1,149    | 0,000   | Didukung       |

Sumber: Output AMOS, 2024

Berdasarkan Tabel 4. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan software Amos dengan nilai signifikan sebesar 0,05 dapat dilihat bahwa aspek non akademik tidak berpengaruh terhadap word of mouth communication ( $\beta=0,040$ ; p-value  $0,285 > 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak didukung. Hasil hipotesis kedua menyatakan bahwa bahwa aspek akademik berpengaruh positif terhadap word of mouth communication ( $\beta=0,154$ ; p-value  $0,000 < 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung. Selanjutnya hasil hipotesis ketiga menyatakan bahwa bahwa aspek reputasi berpengaruh positif terhadap word of mouth communication ( $\beta=0,247$ ; p-value  $0,000 < 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung. Hasil hipotesis keempat menyatakan bahwa bahwa aspek akses tidak berpengaruh terhadap word of mouth communication ( $\beta= -1,331$  ; p-value  $0,671 > 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak didukung. Hasil hipotesis kelima menyatakan bahwa bahwa aspek program berpengaruh positif terhadap word of mouth communication ( $\beta=0,371$ ; p-value  $0,000 < 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung. Hasil hipotesis keenam menyatakan bahwa bahwa aspek online learning berpengaruh positif terhadap word of mouth communication ( $\beta=0,352$ ; p-value  $0,000 < 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung. Dan hipotesis terakhir menyatakan bahwa bahwa word of mouth communication berpengaruh positif terhadap student

satisfaction ( $\beta=1,149$ ; p-value  $0,000 < 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung.

### **Pembahasan**

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel aspek non akademik terhadap variabel student satisfaction. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar 0,040 yang berarti semakin meningkat variabel aspek non akademik maka akan meningkatkan variabel student satisfaction. Nilai p-value sebesar  $0,285 > 0,05$  maka hipotesis ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel aspek non akademik tidak terbukti berpengaruh terhadap variabel student satisfaction. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel aspek akademik terhadap variabel student satisfaction. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar 0,154 yang berarti semakin meningkat variabel aspek akademik maka akan meningkatkan variabel student satisfaction. Nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel aspek akademik terbukti berpengaruh positif terhadap variabel student satisfaction.

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel aspek reputasi terhadap variabel student satisfaction. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar 0,247 yang berarti semakin meningkat variabel aspek reputasi maka akan meningkatkan variabel student satisfaction. Nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel aspek reputasi terbukti berpengaruh positif terhadap variabel student satisfaction.

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel Aspek akses terhadap variabel student satisfaction. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar -1,331 yang berarti semakin meningkat variabel aspek akses maka akan menurunkan variabel student satisfaction. Nilai p-value sebesar  $0,671 > 0,05$  maka hipotesis ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel aspek akses terbukti berpengaruh terhadap variabel student satisfaction.

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel aspek program terhadap variabel student satisfaction. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar 0,371 yang berarti semakin meningkat variabel aspek program maka akan meningkatkan variabel student satisfaction. Nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel aspek program terbukti berpengaruh positif terhadap variabel student satisfaction.

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel aspek online learning terhadap variabel student satisfaction. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar 0,352 yang berarti semakin meningkat variabel aspek online learning maka akan meningkatkan variabel student satisfaction. Nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel aspek online learning terbukti berpengaruh positif terhadap variabel student satisfaction.

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji variabel student satisfaction terhadap variabel word of mouth communication. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien estimate sebesar 1,149 yang berarti semakin meningkat variabel student satisfaction maka akan meningkatkan variabel word of mouth communication. Nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel student satisfaction terbukti berpengaruh positif terhadap variabel word of mouth communication.

### **5. Penutup** **Kesimpulan**

Expectation Disconfirmation Theory (EDT) (Oliver, 1993) menekankan evaluasi kinerja produk/jasa pasca pembelian dibandingkan dengan ekspektasi awal. Selama era digitalisasi pasca pandemi, blended learning di perguruan tinggi semakin populer di Indonesia, didukung oleh peningkatan pengguna internet aktif yang mencapai 79,5% pada 2024. Transformasi digital di perguruan tinggi berpotensi meningkatkan kepuasan mahasiswa dan komunikasi word of mouth (WoMC). Reputasi, akses, program, dan kualitas pembelajaran online memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Studi menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa yang tinggi mendorong WoMC, yang merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian. Variabel yang diuji dalam penelitian ini meliputi aspek non-akademik, akademik, reputasi, akses, program, dan online learning, serta dampaknya terhadap kepuasan mahasiswa dan WoMC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek akademik, reputasi, program, dan online learning berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Namun, aspek non-akademik dan akses tidak memiliki pengaruh signifikan. Kepuasan mahasiswa terbukti meningkatkan WoMC. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan populasi mahasiswa dari 59 perguruan tinggi di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian ini, perguruan tinggi perlu meningkatkan kualitas aspek akademik dengan memperbarui kurikulum dan mengadopsi teknologi pengajaran terbaru untuk memenuhi ekspektasi mahasiswa. Meningkatkan reputasi melalui pengembangan program studi yang relevan dan kemitraan industri dapat menarik minat calon mahasiswa dan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Perguruan tinggi harus memastikan program studi yang fleksibel dan relevan dengan kebutuhan pasar kerja untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa. Optimalisasi pembelajaran online dengan dukungan teknologi yang handal dan interaktivitas yang tinggi akan meningkatkan pengalaman belajar mahasiswa. Untuk meningkatkan Word of Mouth Communication (WoMC), perguruan tinggi harus fokus pada peningkatan kepuasan mahasiswa, terutama melalui layanan akademik yang berkualitas. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa, seperti lingkungan kampus dan kegiatan ekstrakurikuler. Selain itu, peneliti dapat memperluas penelitian ini ke perguruan tinggi di berbagai daerah untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Studi longitudinal juga disarankan untuk memahami perubahan kepuasan mahasiswa dan dampaknya terhadap WoMC seiring waktu.

#### Daftar Pustaka

- Adegoke, K. A., U. A. P. and B. (2022). *Prototyping the Expectancy Disconfirmation Theory Model for Quality Service Delivery in Federal University Libraries in Nigeria*.
- Bouranta, N., Psomas, E. L., & Kafetzopoulos, D. (2024). Integrating online learning into service quality assessment in higher-education its influence on student satisfaction. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2023-0180>
- Carraher-Wolverton, C. and H. R. (2023). *Utilizing Expectation Disconfirmation Theory to Develop A Higher-Order Model of Outsourcing Success Factors*.
- Fachreza, M., Masnita, Y., & Kurniawati, K. (2023). THE EFFECT OF ONLINE MARKETING (WEB BASED & ONLINE ADS) ON BRAND EQUITY NATIONAL SWITCHING COMPANIES THROUGH MGC (MARKETER GENERATED CONTENT) under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Helsa, Y., Marasabessy, R., Juandi, D., & Turmudi, T. (2022). Penerapan Hybrid Learning di Perguruan Tinggi Indonesia: Literatur Review. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(1), 139–162. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v7i1.1910>
- Sari, A. N., Wahyuningsih, S., & Sularno, M. (2023). International Journal of Current Science Research and Review The Effect of Service Quality and Student Satisfaction on Word of

Mouth: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen IMMI Jakarta. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(10).

- Seo, Y. J., & Um, K. H. (2023). The role of service quality in fostering different types of perceived value for student blended learning satisfaction. *Journal of Computing in Higher Education*, 35(3), 521–549. <https://doi.org/10.1007/s12528-022-09336-z>
- Tanuwijaya, J., Siagian, Y. M., Yusran, H. L., Jakaria, J., & Mirici, I. H. (2023). *Online Learning and Student Achievement in Sensitivity Analysis Perspective* (pp. 370–379). [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-350-4\\_36](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-350-4_36)
- Van Vu, D., Tran, G. N., & Van Nguyen, C. (2022). Digital Transformation, Student Satisfaction, Word of Mouth and Online Learning Intention in Vietnam. *Emerging Science Journal*, 6(special issue). <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-SIED-04>