

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KLIEN DI UNIT KONSULTASI PSIKOLOGI KAMPUS DENGAN METODE SEM-PLS

Ehda Ayati Azkamila Rochman

Program Studi D4 Statistika Bisnis, Fakultas Vokasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia
e-mail : 2043221123@student.its.ac.id*

Destri Susilaningrum

Program Studi D4 Statistika Bisnis, Fakultas Vokasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia
e-mail : destri_s@statistika.its.ac.id

Abstrak

Isu kesehatan mental mahasiswa meningkat seiring tekanan akademik, tuntutan sosial, dan fase transisi kehidupan perkuliahan. Menanggapi kondisi tersebut, Kampus XYZ membentuk Unit Konsultasi Psikologi Kampus sebagai layanan konsultasi psikologi gratis. Dalam periode Maret-Mei, unit ini menunjukkan peningkatan jumlah pengguna, yang mencerminkan tingginya kebutuhan layanan sekaligus memunculkan tantangan kualitas dan kapasitas yang berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas klien. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas klien menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dan I (IPMA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (79%) dan loyalitas (47,4%), serta kepuasan memediasi hubungan keduanya. Analisis IPMA mengidentifikasi empat prioritas perbaikan utama, yaitu pemahaman personal oleh psikolog, kesesuaian harapan, pengalaman layanan yang menyenangkan, dan pemenuhan kebutuhan bantuan psikologis. Temuan ini menjadi dasar bagi Unit Konsultasi Psikologi Kampus XYZ dalam meningkatkan mutu layanan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: IPMA, kepuasan, kesehatan mental, kualitas layanan, loyalitas, SEM-PLS

Abstract

Mental health concerns among university students have intensified due to academic pressure, social demands, and transitional challenges. In response, XYZ University established a Campus Psychological Counseling Unit providing free consultation services. From March to May, the unit experienced increasing user demand, highlighting both the need for psychological support and challenges related to service quality and capacity that may affect client satisfaction and loyalty. This study examines the effect of service quality on client satisfaction and loyalty using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) and Importance-Performance Map Analysis (IPMA). The results indicate that service quality significantly influences satisfaction (79%) and loyalty (47.4%), with satisfaction mediating the relationship. IPMA identifies four key improvement priorities: psychologists' personal understanding of clients, expectation alignment, pleasant service experience, and fulfillment of psychological assistance needs. These findings provide empirical guidance for improving service quality at the XYZ University counseling unit.

Keywords: IPMA, satisfaction, mental health, service quality, loyalty, SEM-PLS.

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan kebutuhan dasar yang berperan penting dalam menunjang produktivitas dan kualitas hidup manusia. *World Health Organization* (WHO) mendefinisikan kesehatan sebagai kondisi sejahtera secara fisik, mental, dan sosial, sejalan dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan yang menegaskan pentingnya kesehatan jasmani, jiwa, dan sosial bagi keberlangsungan hidup produktif. Salah satu aspek kesehatan yang semakin mendapat perhatian adalah kesehatan mental, khususnya di kalangan mahasiswa yang berada pada fase transisi perkembangan dan

dihadapkan pada tekanan akademik serta dinamika sosial yang kompleks.

Survei Nasional Kesehatan Jiwa Remaja dan Dewasa Muda Indonesia (I-NAMHS) tahun 2022 menunjukkan bahwa lebih dari 15,5 juta remaja dan dewasa muda mengalami masalah kesehatan mental, namun hanya 2,6% yang mengakses layanan kesehatan mental profesional (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022). Kondisi ini menegaskan adanya kesenjangan antara kebutuhan dan pemanfaatan layanan, serta urgensi penyediaan layanan psikologis yang lebih aksesibel.

Sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut, Kampus XYZ mendirikan Unit Konsultasi Psikologi Kampus pada awal tahun 2024 sebagai layanan konsultasi psikologi gratis bagi mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan. Sejak beroperasi, unit ini mengalami peningkatan jumlah pengguna dalam waktu singkat, yang mencerminkan tingginya kebutuhan akan dukungan psikologis. Namun, peningkatan permintaan tersebut juga menimbulkan tantangan terkait kapasitas dan kualitas layanan yang berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas klien. Hingga saat ini, evaluasi empiris yang secara khusus menganalisis hubungan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pengguna di unit ini masih terbatas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas klien Unit Konsultasi Psikologi Kampus di Kampus XYZ menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang dilengkapi dengan (IPMA). Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar ilmiah bagi pengelola unit dalam menetapkan prioritas perbaikan layanan secara tepat sasaran dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Penelitian mengenai kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas dalam konteks layanan kesehatan menunjukkan pola hubungan yang konsisten. Berbagai studi terdahulu mengungkapkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang selanjutnya membentuk loyalitas, baik secara langsung maupun melalui mekanisme mediasi kepuasan. Penelitian (Santosa & Purnama, 2025) serta (Kawi & Keni, 2024) membuktikan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas, meskipun beberapa atribut layanan tidak selalu berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menempatkan kualitas layanan dan kepuasan sebagai determinan utama loyalitas.

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode analisis multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten secara simultan. Dalam perkembangannya, SEM terbagi menjadi dua pendekatan utama, yaitu *covariance-*

based SEM (CB-SEM) dan *variance-based SEM*, salah satunya *Partial Least Squares SEM* (PLS-SEM). PLS-SEM banyak digunakan dalam penelitian layanan kesehatan karena tidak mensyaratkan distribusi normal, mampu menangani ukuran sampel relatif kecil, serta efektif dalam model dengan kompleksitas tinggi. Metode ini memungkinkan peneliti mengevaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk, serta model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar konstruk laten (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan dasar dari SEM yang digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Dalam konteks penelitian ini, analisis jalur relevan untuk menjelaskan peran kepuasan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas. Pengujian hubungan tidak langsung ini umumnya dilakukan melalui prosedur bootstrapping pada PLS-SEM guna memperoleh estimasi signifikansi yang robust (Hamid & Anwar, 2019).

Importance-Performance Map Analysis (IPMA) merupakan pengembangan dari analisis PLS-SEM yang menggabungkan tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) konstruk maupun indikator. IPMA bertujuan untuk mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang memiliki pengaruh besar terhadap konstruk target namun menunjukkan kinerja relatif rendah, sehingga dapat dijadikan prioritas perbaikan. Dalam penelitian layanan kesehatan, IPMA banyak digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis bukti empiris (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Kualitas layanan dalam penelitian ini mengacu pada model SERVQUAL yang mencakup dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, dan tambahan dimensi *outcome quality* yang relevan dalam layanan psikologi. Kepuasan dipahami sebagai evaluasi klien terhadap pengalaman layanan yang diterima secara nyata, sementara loyalitas didefinisikan sebagai kecenderungan klien untuk kembali menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada pihak lain. Ketiga konstruk tersebut membentuk kerangka konseptual utama dalam menganalisis keberlanjutan dan efektivitas layanan konsultasi psikologi kampus.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan survei untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pengguna layanan psikologi di Unit Konsultasi Psikologi Kampus XYZ. Variabel penelitian terdiri atas variabel demografi klien serta variabel utama yang meliputi kualitas layanan sebagai variabel laten eksogen, serta kepuasan dan loyalitas sebagai variabel laten endogen. Kualitas layanan diukur menggunakan enam dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *outcome quality*, sementara kepuasan dan loyalitas diukur melalui indikator persepsi dan perilaku pengguna layanan. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert empat tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Populasi penelitian adalah seluruh klien yang menggunakan layanan konsultasi psikologi di Kampus XYZ pada periode penelitian. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan sampling acak sederhana. Penentuan ukuran sampel diawali dengan pra-survei terhadap 30 responden untuk memperoleh estimasi awal proporsi kepuasan. Dari 30 responden tersebut, diperoleh proporsi responden yang memilih jawaban 4 sebesar $p = 0,767$, sehingga $q = 1 - p = 0,233$. Proporsi ini kemudian digunakan untuk menghitung ukuran sampel minimum dengan batas kesalahan estimasi 5% menggunakan rumus. (Susilaningrum, 2023).

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq}, \text{ dengan } D = \frac{B^2}{4} \text{ dan } q = 1 - p$$

dengan, N = Jumlah populasi klien bulan Juni-Juli 2025

n = Jumlah sampel klien

B = Batas kesalahan estimasi

p = proporsi tingkat kepuasan sangat puas

$$n = \frac{(93)(0,767)(0,233)}{(93 - 1)\frac{0,05^2}{4} + (0,767)(0,233)} = 70,378 \approx 71$$

Hasil perhitungan menunjukkan kebutuhan minimal 71 responden, sedangkan data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 84 responden sehingga telah memenuhi kriteria analisis. Pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui survei tatap muka menggunakan kuesioner berbasis *Google Form* yang diberikan kepada klien setelah menyelesaikan sesi konsultasi selama periode Agustus–Oktober 2025.

Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan model SERVQUAL yang disesuaikan dengan konteks layanan psikologi kampus, serta ditambahkan dimensi *outcome quality* untuk menangkap hasil layanan secara lebih komprehensif.

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel laten, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Sebagai pelengkap, penelitian ini menggunakan *Importance–Performance Map Analysis* (IPMA) untuk mengidentifikasi indikator layanan yang memiliki pengaruh tinggi terhadap loyalitas tetapi menunjukkan kinerja relatif rendah, sehingga dapat ditetapkan sebagai prioritas perbaikan layanan. Tahapan analisis dalam penelitian ini disusun secara sistematis untuk menjawab rumusan masalah serta mencapai tujuan penelitian. Langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Statistika Deskriptif
2. Pengujian Validitas
3. Pengujian Reliabilitas
4. Analisis Data dengan SEM-PLS yang meliputi :
 - a. Penyusunan model konseptual
 - b. Estimasi parameter
 - c. Evaluasi outer model
 - d. Evaluasi inner model
 - e. Uji signifikansi dengan bootstrapping
5. *Importance–Performance Map Analysis* (IPMA)
6. Interpretasi Hasil dan Penarikan Kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

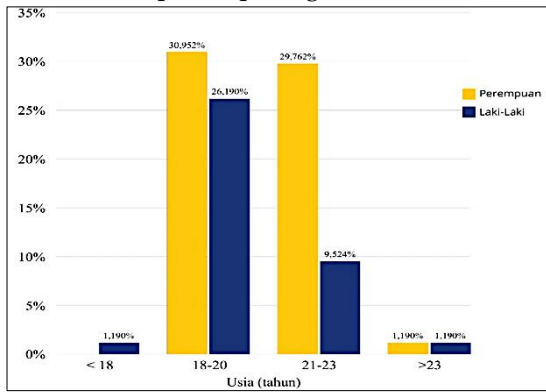
Pada bagian ini disajikan hasil pengolahan data dan pembahasan temuan penelitian. Analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas, serta *Importance–Performance Map Analysis* (IPMA) untuk menentukan prioritas perbaikan layanan. Sebelum analisis utama dilakukan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid, memiliki hubungan signifikan dengan konstruksya, serta memenuhi kriteria reliabilitas tinggi berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, sehingga layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

1. Karakteristik Klien

Analisis karakteristik demografi klien dilakukan untuk memberikan gambaran awal profil responden sebelum tahap analisis SEM yang meliputi usia, jenis kelamin, semester perkuliahan, alasan pertama kali tertarik untuk berkonsultasi, sumber informasi mengenai unit konsultasi psikologi kampus XYZ, durasi waktu tunggu konsultasi, serta masukan dan saran dari klien terhadap layanan yang diberikan.

A. Usia berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi usia klien berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada gambar berikut.

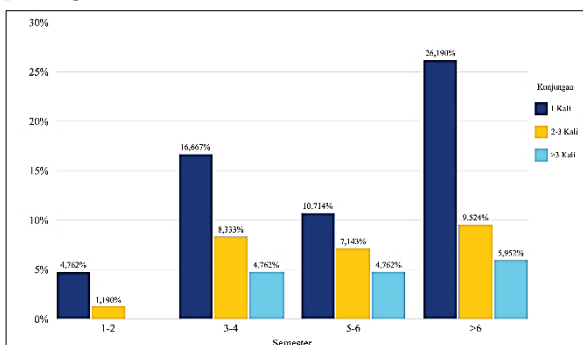


Gambar 4.1 Distribusi Usia Klien v.s Jenis Kelamin

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa baik pada kelompok laki-laki maupun perempuan, responden didominasi oleh usia 18-20 tahun, dengan 30,952% perempuan dan 26,190% laki-laki. Pola ini menunjukkan bahwa layanan unit konsultasi psikologi kampus XYZ paling banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa berusia muda pada tahap awal hingga pertengahan studi, dengan perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki.

B. Semester Mahasiswa Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelompok mahasiswa yang cenderung lebih aktif melakukan sesi lanjutan. Data tersebut disajikan pada gambar berikut.

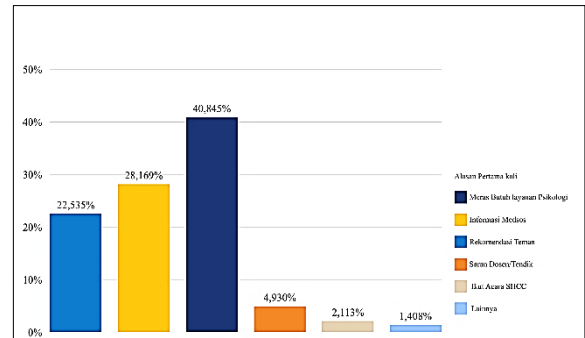


Gambar 4.2 Distribusi Semester Mahasiswa

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa mahasiswa semester 6 keatas mendominasi seluruh kategori frekuensi kunjungan, terutama pada kunjungan satu kali sebesar 26,19. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa pada tahap akhir studi lebih banyak memanfaatkan layanan konseling, kemungkinan akibat meningkatnya tekanan akademik, tuntutan tugas akhir, dan kecemasan menjelang kelulusan.

C. Alasan Awal Konsultasi

Pemahaman terhadap alasan awal responden tertarik melakukan konsultasi menjadi aspek penting untuk mengevaluasi faktor pendorong yang memotivasi penggunaan layanan unit konsultasi psikologi kampus XYZ. Untuk menggambarkan hasilnya *bar chart* pada Gambar 4.3.

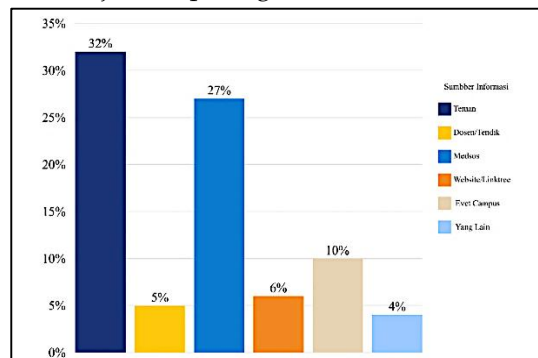


Gambar 4.3 Alasan Pertama Kali Melakukan Konsultasi

Tampak pada gambar 4.3 alasan utama yang mendorong responden pertama kali datang untuk melakukan konsultasi di unit konsultasi psikologi kampus XYZ adalah kategori “Merasa butuh” sebesar 40,845%. Temuan ini menunjukkan bahwa dorongan internal dan kesadaran pribadi terhadap kondisi psikologis menjadi pemicu terbesar mahasiswa untuk mencari bantuan profesional.

D. Sumber Informasi

Sumber informasi dalam menjangkau calon klien ditunjukkan pada gambar berikut.

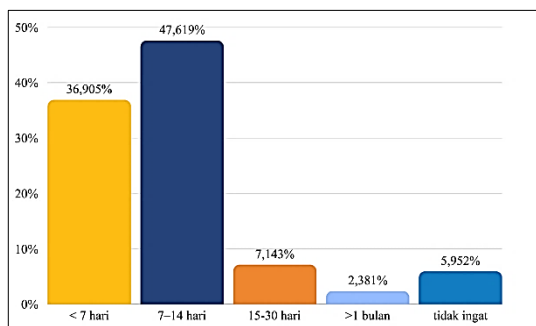


Gambar 4.4 Sumber Informasi

Bar Chart pada gambar 4.4 menunjukkan sumber informasi yang paling banyak digunakan responden adalah teman (32%), diikuti media sosial (27%). Kedua saluran ini menjadi jalur paling efektif dalam mengenalkan layanan. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi informasi melalui jaringan pertemanan dan media sosial masih menjadi yang paling dominan dan efektif.

E. Waktu Tunggu Konsultasi

Analisis waktu tunggu dilakukan untuk menilai efisiensi layanan dalam menanggapi permintaan konsultasi. Distribusi waktu tunggu ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 4.5 Durasi Waktu Tunggu Konsultasi

Analisis pada gambar 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memperoleh jadwal konsultasi dalam waktu kurang dari 14 hari sebesar 84,524% atau mayoritas besar mendapatkan layanan dalam rentang kurang dari waktu dua minggu. Temuan ini menunjukkan bahwa ketersediaan jadwal konsultasi di unit konsultasi psikologi kampus XZY tergolong memadai, dengan mayoritas klien mendapatkan layanan dalam waktu singkat. Namun, sebagian kecil klien yang menunggu lebih lama menunjukkan perlunya optimalisasi kapasitas layanan, Perbaikan manajemen antrian dan penjadwalan diperlukan agar akses layanan tetap merata dan responsif.

2. Analisis Loyalitas Klien

Analisis hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas klien di unit konsultasi psikologi kampus XZY dilakukan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling- Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang mengasumsikan data tidak harus berdistribusi normal, robust terhadap outlier dan ukuran sampel tidak harus besar, namun pemeriksaan multikolinearitas tetap harus dilakukan karena multikolinearitas yang tinggi dapat mempengaruhi stabilitas dan interpretasi hasil model SEM-PLS.

A. Spesifikasi Model Penelitian

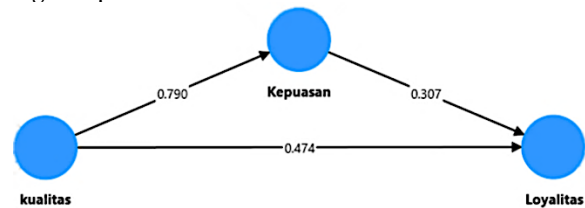
Model penelitian ini terdiri atas tiga variabel laten, yaitu satu variabel eksogen dan dua variabel endogen. Variabel eksogen adalah Kualitas Layanan (ξ_1) yang merupakan konstruk orde kedua (*second order construct*) yang dibentuk oleh enam dimensi, yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Outcome Quality*. Setiap dimensi diukur oleh sejumlah indikator reflektif yang menggambarkan persepsi klien terhadap aspek pelayanan di unit konsultasi psikologi kampus XYZ. Variabel endogen terdiri dari Kepuasan (η_1) dan Loyalitas (η_2). Variabel Kepuasan diukur oleh lima indikator yang merefleksikan tingkat kepuasan klien terhadap layanan psikologis, sedangkan Loyalitas diukur oleh lima indikator yang menunjukkan niat klien untuk tetap menggunakan serta merekomendasikan layanan. Hubungan antar konstruk dalam model ini dirancang dengan *Kualitas Layanan* berpengaruh terhadap *Kepuasan*, *Kualitas Layanan* berpengaruh langsung terhadap *Loyalitas*, dan *Kepuasan* juga memengaruhi *Loyalitas*. Secara matematis, hubungan antar konstruk dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\eta_1 = f(\xi_1)$$

$$\eta_2 = f(\eta_1, \xi_1)$$

B. Estimasi Parameter

Hubungan antar variabel laten penelitian telah digambarkan secara visual melalui *path diagram* pada Gambar berikut.



Gambar 4.6 Diagram Jalur Hasil Estimasi Model Struktural

Koefisien parameter pada model pengukuran maupun model struktural, yang meliputi yaitu λ , γ , dan β , diperoleh melalui proses estimasi SEM-PLS orde kedua menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS) sebagaimana dijelaskan pada Bab 2. Estimasi dilakukan melalui tahapan perhitungan bobot, estimasi jalur, dan estimasi loading hingga mencapai kondisi konvergen. Nilai estimasi parameter untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas yang dihasilkan dari proses tersebut disajikan pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Koefisien Model Struktural

Indikator	Koefisien
Kualitas → Kepuasan	0,790
Kualitas → Loyalitas	0,474
Kepuasan → Loyalitas	0,307

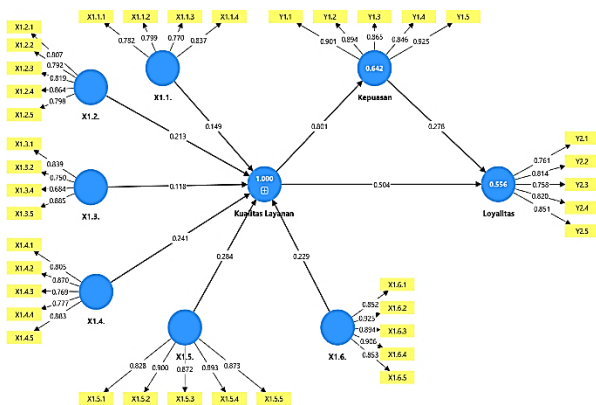
Tabel 4.1 menampilkan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan klien dan loyalitas dengan koefisien masing-masing sebesar 0,790 dan 0,474. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi klien terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh unit konsultasi psikologi kampus XZY, maka tingkat kepuasan dan loyalitas yang dirasakan juga akan semakin meningkat. Sementara itu, kepuasan klien berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan koefisien sebesar 0,307, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung kualitas terhadap loyalitas. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas klien, dengan kepuasan turut berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas klien di unit konsultasi psikologi kampus XZY.

C. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) meliputi penilaian validitas dan reliabilitas pada setiap indikator terhadap variabel latennya.

1) Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat indikator validitas yang ditunjukkan oleh nilai *outer loading* (λ). Jika nilai loading (λ) $\geq 0,5$ maka indikator tersebut dikatakan valid, namun jika $\lambda < 0,5$ maka indikator dikatakan tidak valid dan harus dihilangkan dari analisis karena hal ini mengindikasikan bahwa indikator tersebut tidak cukup baik digunakan mengukur variabel laten. Ambang batas 0,50 ini mengacu pada rekomendasi Hair dkk. (2017). Hasil uji validitas konvergen masing-masing indikator dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.7 Diagram Jalur Persamaan Struktural First Order

Gambar 4.7 menunjukkan bahwa seluruh nilai *outer loading* (λ) $> 0,5$ pada masing-masing indikator variabel laten, dengan demikian seluruh indikator dinyatakan valid dalam mengukur konstruksya masing-masing dan dapat

dipertahankan dalam analisis selanjutnya. Variabel Kualitas Layanan (X_1), nilai *outer loading* terbesar terdapat pada indikator $X_{1.6}$ (*Outcome Quality*), khususnya indikator $X_{1.6.2}$ dengan $\lambda = 0,925$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas hasil yang dirasakan klien merupakan aspek yang paling kuat menjelaskan kualitas layanan. Nilai *outer loading* terkecil muncul pada indikator $X_{1.3.4}$ (*Responsiveness*) dengan $\lambda = 0,684$ artinya, indikator tersebut tetap valid namun kontribusinya tidak sebesar indikator lainnya dalam merepresentasikan kualitas layanan. Variabel Kepuasan (Y_1), indikator dengan *outer loading* terbesar adalah $Y_{1.5}$ dengan $\lambda = 0,925$, yang menunjukkan bahwa aspek tersebut merupakan indikator paling signifikan menjelaskan kepuasan klien. Sebaliknya, indikator dengan nilai *outer loading* terkecil adalah $Y_{1.4}$ ($\lambda = 0,846$), yang berarti masih valid namun kontribusinya relatif lebih rendah dibanding indikator lainnya. Variabel Loyalitas (Y_2), indikator dengan nilai *outer loading* terbesar adalah $Y_{2.5}$ dengan $\lambda = 0,851$ yang menunjukkan bahwa indikator ini paling kuat dalam merepresentasikan loyalitas klien. Indikator $Y_{2.1}$ dengan $\lambda = 0,761$ merupakan indikator dengan nilai paling kecil, artinya indikator ini tetap dapat mengukur loyalitas namun dengan kekuatan yang lebih rendah. Sebelum melanjutkan ke evaluasi model struktural perlu pengujian validitas konvergen pada konstruk *second order*, yaitu variabel Kualitas Layanan (X_1) yang dibentuk oleh enam dimensi yakni, *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Outcome Quality*. Pada penelitian ini, Kualitas Layanan dimodelkan sebagai konstruk orde kedua bersifat formatif, sehingga evaluasi konstruk dilakukan dengan melihat *outer weight*, tingkat signifikansi, serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk memastikan tidak terjadi multikolinearitas antar dimensi. Hasil evaluasi model formatif tingkat *second order* disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Uji Validitas Konvergen Second Order

Dimensi	Outer Loading (λ)	VIF	Keterangan
Tangibles	0,805	2,467	Valid
Reliability	0,859	3,092	Valid
Responsiveness	0,750	2,127	Valid
Assurance	0,857	2,655	Valid
Empathy	0,897	3,225	Valid
Outcome Quality	0,638	1,385	Valid

Berdasarkan Tabel 4.2, seluruh dimensi Kualitas Layanan memiliki nilai *outer loading* di atas 0,50, sehingga masing-masing berkontribusi memadai dalam membentuk konstruk orde kedua. Dimensi *Empathy* dan *Reliability* memiliki loading

tertinggi, menunjukkan kontribusi paling kuat terhadap Kualitas Layanan. Nilai VIF seluruh dimensi berada di bawah batas 5, sehingga tidak terdapat multikolinieritas antar dimensi. Dengan demikian, model formatif orde kedua dinyatakan stabil dan bebas dari redundansi. Selanjutnya dilakukan analisis validitas diskriminan berdasarkan nilai *cross loading*.

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator lebih merepresentasikan konstraknya sendiri dibandingkan konstruk lain. Jika suatu indikator memiliki nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk asalnya, maka indikator tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik. Dalam penelitian ini, Kualitas Layanan dimodelkan sebagai konstruk orde kedua bersifat formatif, sehingga validitas diskriminan tidak diuji pada tingkat *second order*. Pengujian validitas diskriminan dilakukan pada konstruk orde pertama yang bersifat reflektif melalui pemeriksaan *cross loading*. Hasil *cross loading* menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki loading tertinggi pada konstruk tempatnya berada dibandingkan dengan konstruk lainnya, termasuk Kepuasan dan Loyalitas. Hal ini menegaskan bahwa validitas diskriminan pada *level first order* telah terpenuhi, dan masing-masing dimensi mampu menjelaskan indikatornya secara tepat.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu uji untuk mengetahui tingkat konsistensi data yang dilihat dari nilai *composite reliability* (CR) untuk masing-masing variabel laten yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Nilai Composite Reliability Variabel Laten

Variabel	Composite Reliability
Kualitas Layanan	0,958
Kepuasan	0,933
Loyalitas	0,869

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa semua variabel laten memiliki nilai CR yang lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten telah reliabel.

D. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural digunakan untuk melihat hubungan antar konstruk laten berdasarkan koefisien parameter dan tingkat signifikansinya. Tahapan evaluasi meliputi pemeriksaan multikolinieritas, nilai koefisien determinasi R^2 , Q^2 , serta pengujian signifikansi jalur (*path coefficient*). Pemeriksaan multikolinieritas digunakan untuk memastikan bahwa tidak

terdapat hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen dalam model. Multikolinieritas dievaluasi menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan hasil multikolinieritas, sebagian besar indikator memiliki nilai $VIF \leq 5$, namun indikator $Y_{1.1}$ dan $Y_{1.5}$ menunjukkan nilai $VIF \geq 5$ sehingga mengindikasikan adanya potensi multikolinieritas yang perlu ditangani dengan cara penghapusan indikator secara bertahap. Berdasarkan *outer loading* terkecil, penghapusan dilakukan pada indikator $Y_{1.1}$ terlebih dahulu. Setelah $Y_{1.1}$ dihapus, nilai VIF pada $Y_{1.5}$ turun menjadi di bawah 5, nilai VIF setelah penyesuaian yang dipakai dalam variabel kualitas layanan ada 38 indikator.

Setelah multikolinieritas teratasi, evaluasi dilanjutkan dengan menilai koefisien determinasi (R^2) untuk melihat kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan konstruk endogen, serta nilai *predictive relevance* (Q^2) untuk menilai kemampuan prediksi model. Nilai R^2 dan Q^2 untuk setiap konstruk endogen ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Nilai R^2 dan Q^2 skema *Path* PLS

Variabel	R^2	Q^2
Kepuasan	0,613	0,571
Loyalitas	0,559	

Berdasarkan Tabel 4.4, tampak bahwa kedua variabel laten memiliki nilai R^2 Kepuasan dan R^2 Loyalitas termasuk kategori moderate, artinya model mampu menjelaskan lebih dari 50% variasi kedua konstruk endogen (kepuasan dan loyalitas). Nilai $Q^2 = 0,571 > 0$ mengonfirmasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian hubungan antar variabel.

E. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

Spesifikasi model selanjutnya dikonversi ke dalam bentuk persamaan matematis yang terdiri dari model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

1) Model Pengukuran (*outer model*)

Konstruk orde pertama pada variabel Kualitas Layanan (ξ_1) terdiri dari enam dimensi, yaitu *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), *Empathy* (X_5), dan *Outcome Quality* (X_6). Konstruk orde kedua yaitu Kualitas Layanan (ξ_1) dibentuk dari keenam dimensi tersebut. Konstruk endogen Kepuasan (η_1) dan Loyalitas (η_2) juga diukur melalui indikator reflektif. Indikator-indikator ini digunakan untuk menangkap persepsi responden terhadap kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan.

2) Model Struktural (Inner Model)

Model struktural menggambarkan hubungan kausal antar konstruk laten sebagaimana hipotesis penelitian. Hubungan antar variabel dalam model struktural dapat dinyatakan dengan sistem persamaan sebagai berikut.

$$\eta_1 = 0,784\xi_1 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = 0,340\eta_1 + 0,453\xi_1 + \zeta_2$$

F. Uji Signifikansi dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Hipotesis yang digunakan berdasarkan diagram jalur yang terdapat pada Gambar 4.7. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji T hingga mencapai kondisi konvergen, dimana nilai T dibandingkan dengan nilai T_{tabel} dengan taraf signifikan (α) = 5%. Apabila nilai $T > T_{tabel}$ 1,988 maka dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel endogen.

1) Uji Hipotesis Hubungan Pengaruh Langsung antar Konstruk

Hipotesis yang digunakan pada analisis untuk mengetahui signifikansi hubungan langsung antara variabel kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas adalah sebagai berikut.

Hipotesis 1 Kepuasan dan Loyalitas :

H_0 : Variabel Kepuasan (η_1) tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Loyalitas (η_2)

H_1 : Variabel Kepuasan (η_1) memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Loyalitas (η_2)

Hipotesis 2 Kualitas Layanan dan Kepuasan :

H_0 : Variabel Kualitas layanan (ξ_1) tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Kepuasan (η_1)

H_1 : Variabel kualitas layanan (ξ_1) memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Kepuasan (η_1)

Hipotesis 3 Kualitas Layanan dan Loyalitas :

H_0 : Variabel Kualitas layanan (ξ_1) tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Loyalitas (η_2)

H_1 : Variabel kualitas layanan (ξ_1) memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Loyalitas (η_2)

Tabel 4.5 Nilai T untuk Tiap Variabel (Pengaruh Langsung)

Variabel	T	P _{value}
Kepuasan → Loyalitas	2,448	0,014
Kualitas Layanan → Kepuasan	18,086	0,000
Kualitas Layanan → Loyalitas	3,534	0,000

Berdasarkan Tabel 4.5, seluruh hubungan antar variabel memiliki nilai t di atas 1,988 dan $p_{value} < 0,05$, sehingga seluruh hipotesis alternatif diterima. Kualitas Layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan maupun Loyalitas, menegaskan perannya sebagai faktor utama yang meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong loyalitas klien. Selain itu, Kepuasan juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas, menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator dalam memperkuat loyalitas. Hasil ini menegaskan pentingnya unit konsultasi psikologi kampus XYZ memprioritaskan peningkatan dimensi kualitas layanan yang paling berdampak untuk strategi yang lebih efektif.

2) Uji Hipotesis Hubungan Pengaruh Tidak Langsung melalui Kepuasan sebagai Mediator

Pengujian pengaruh tidak langsung (mediasi) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Kepuasan (η_1) mampu memediasi hubungan antara Kualitas Layanan (ξ_1) terhadap Loyalitas (η_2). Pengujian mediasi dilakukan menggunakan *bootstrapping* pada SmartPLS dengan melihat nilai t jalur tidak langsung. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung :

H_0 :Kepuasan (η_1) tidak memediasi pengaruh Kualitas Layanan (ξ_1) terhadap Loyalitas (η_2).

H_1 :Kepuasan (η_1) memediasi pengaruh Kualitas Layanan (ξ_1) terhadap Loyalitas (η_2).

Tabel 4.6 Nilai T Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	T	P _{value}
Kaulitas Layanan → Kepuasan → Loyalitas	2,436	0,015

Berdasarkan Tabel 4.6 pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan memiliki nilai t sebesar 2,436 dengan p_{value} 0,015. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut signifikan, sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian, variabel Kepuasan terbukti berperan sebagai mediator dalam hubungan antara Kualitas

Layanan dan Loyalitas. Artinya, peningkatan kualitas layanan tidak hanya berdampak langsung pada loyalitas, tetapi juga meningkatkan loyalitas melalui peningkatan kepuasan pengguna layanan di unit konsultasi psikologi kampus XZY.

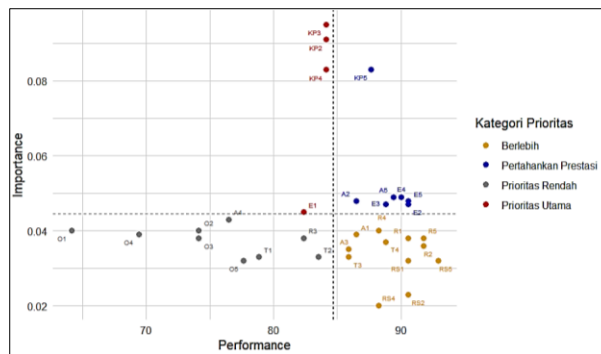
3. Hasil Importance-Performance Map Analysis (IPMA)

Untuk memperoleh prioritas peningkatan layanan yang lebih terarah, dilakukan *Importance Performance Map Analysis* (IPMA) dengan menjadikan Loyalitas sebagai variabel target. Analisis ini tidak hanya melihat besarnya pengaruh (*importance*) konstruk terhadap Loyalitas, tetapi juga mengevaluasi tingkat kinerjanya (*performance*) berdasarkan persepsi responden. Dengan demikian, IPMA memberikan gambaran yang lebih komprehensif dalam menentukan area layanan yang perlu ditingkatkan. Nilai *importance* dan *performance* masing-masing konstruk ditunjukkan pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Nilai Importance dan Performance Masing-Masing Konstruk

Konstruk	Importance	Performance
Kepuasan	0,340	85,026
Tangibles	0,129	85,212
Reliability	0,147	87,398
Responsiveness	0,102	90,984
Assurance	0,179	85,934
Empathy	0,180	88,762
Outcome	0,152	71,680
Quality		

Hasil Hasil IPMA menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas, dengan nilai kinerja yang juga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa peran kepuasan dalam mendorong loyalitas sudah kuat dan perlu terus dijaga. Konstruk *Empathy* dan *Assurance* juga memiliki pengaruh yang cukup besar dengan tingkat kinerja yang baik, sehingga peningkatan pada kedua aspek ini berpotensi semakin menguatkan loyalitas klien. Di sisi lain, *Outcome Quality* terlihat sebagai konstruk dengan nilai kinerja paling rendah, meskipun tingkat pengaruhnya masih berada pada kategori sedang. Kondisi ini menandakan bahwa *Outcome Quality* merupakan aspek yang perlu lebih diperhatikan dalam pengembangan layanan. Sementara itu, *Tangibles*, *Reliability*, dan terutama *Responsiveness* menunjukkan pengaruh yang relatif kecil serta kinerja yang sudah cukup baik, sehingga tidak menjadi fokus perbaikan yang mendesak. Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai indikator mana saja yang menjadi prioritas perbaikan, berikut disajikan pemetaan pada gambar 4.8.



Gambar 4.8 Pemetaan IPMA

Berdasarkan pemetaan tersebut, terdapat empat indikator yang termasuk kategori Prioritas Utama. Indikator tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.8 Indikator Perbaikan

Kategori	Indikator	Konstruk	Deskripsi
Prioritas Utama	X _{1.5.1}	Empathy	Pemahaman personal oleh psikolog
Prioritas Utama	Y _{1.2}	Kepuasan Klien	Kesesuaian harapan
Prioritas Utama	Y _{1.3}	Kepuasan Klien	Pengalaman menyenangkan
Prioritas Utama	Y _{1.4}	Kepuasan Klien	Pemenuhan kebutuhan

Keempat indikator pada Tabel 4.8 telah memenuhi kriteria *importance* di atas rata-rata namun *performance* di bawah rata-rata, sehingga menjadi area yang paling mendesak untuk diperbaiki. Peningkatan pada aspek tersebut diperkirakan akan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan Loyalitas, karena klien sangat menghargai layanan yang sesuai harapan, memberikan pengalaman positif, memenuhi kebutuhan psikologis, serta didukung oleh pemahaman personal dari psikolog. Sementara itu, indikator lainnya berada pada kategori prioritas rendah.

Indikator yang berada pada prioritas rendah merupakan indikator yang memiliki nilai *importance* di bawah rata-rata dengan *performance* yang tidak terlalu tinggi. Kelompok ini mencakup indikator dari *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, dan seluruh indikator *Outcome Quality*. Walaupun beberapa indikator pada kelompok ini masih dapat ditingkatkan, kontribusinya terhadap Loyalitas relatif kecil sehingga tidak menjadi fokus perbaikan yang mendesak. Perbaikan pada indikator-indikator ini tetap dapat dilakukan secara bertahap sebagai bagian dari peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh, namun urgensinya lebih rendah dibandingkan indikator pada prioritas utama.

PENUTUP SIMPULAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini menghasilkan sejumlah kesimpulan sebagai berikut.

1. Klien unit konsultasi psikologi kampus XYZ didominasi mahasiswa perempuan berusia 18–23 tahun (30,95%), dengan mahasiswa semester akhir sebagai pengguna paling aktif seiring meningkatnya tekanan akademik. Mayoritas klien mengetahui layanan melalui media sosial dan datang karena kebutuhan bantuan langsung, sementara waktu tunggu yang singkat mencerminkan efisiensi layanan meskipun masih diperlukan perbaikan pada manajemen jadwal dan komunikasi digital.
2. Hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas menunjukkan kualitas layanan meningkatkan kepuasan sebesar 79% sedangkan terhadap loyalitas meningkatkan 47,4%. Adapun kepuasan berkontribusi langsung terhadap loyalitas sebesar 30,7%.
3. Terdapat empat aspek layanan yang teridentifikasi sebagai prioritas utama perbaikan layanan yaitu aspek: Pemahaman Personal oleh Psikolog ($X_{1.5.1}$), Kesesuaian Harapan terhadap Layanan yang diberikan ($Y_{1.2}$), pengalaman Konsultasi yang menyenangkan ($Y_{1.3}$), dan Pemenuhan Kebutuhan Bantuan Psikologis ($Y_{1.4}$).

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, perbaikan layanan disarankan berfokus pada empat indikator utama untuk menghasilkan peningkatan yang lebih efektif dan berorientasi pada penguatan loyalitas klien. Penguatan dapat dilakukan melalui penyusunan standar operasional yang lebih terstruktur, optimalisasi sistem appointment agar alur informasi lebih ringkas dan respons admin lebih konsisten, serta pelatihan berkala untuk meningkatkan kemampuan komunikasi empatik dan responsivitas petugas.

Peningkatan kualitas informasi menjadi aspek yang banyak disorot klien, sehingga unit konsultasi psikologi kampus XYZ perlu menetapkan jadwal rilis tetap untuk pembaruan jadwal praktik, memperbarui Linktree dengan foto lokasi dan penanda arah yang jelas. Pemanfaatan teknologi juga dapat diperkuat, misalnya melalui reminder otomatis untuk jadwal, notifikasi layanan ketika terjadi perubahan mendadak, dan kanal umpan balik yang lebih sistematis. Strategi branding baik melalui media sosial juga penting agar lebih banyak

mahasiswa mengetahui keberadaan layanan ini. Secara keseluruhan, strategi implementasi ini diharapkan mampu meningkatkan performa indikator prioritas dan memperkuat kepuasan serta loyalitas klien terhadap unit konsultasi psikologi kampus XYZ.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan Proyek Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada orang tua atas doa dan dukungan yang diberikan selama proses penyusunan laporan. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing dan penguji atas arahan dan bimbingan yang diberikan. Selain itu, penulis berterima kasih kepada pihak IKOMA ITS serta seluruh tim unit konsultasi psikologi kampus XYZ yang telah membantu dan memfasilitasi proses pengambilan data penelitian. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian Proyek Akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd edition ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (1 ed.). Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Kawi, J. S., & Keni, K. (2024). Peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien di rumah sakit umum daerah. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 407-418.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) 2022*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Santosa, I., & Purnama, E. D. (2025). Pengaruh Waktu Tunggu Pelayanan dan Fasilitas Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien yang Dimediasi Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Pelita Anugerah Demak. *Jurnal Ilmu Management Terapan*, 6(4), 236-251.
- Susilaningrum, D. (2023). *Teknik Pengambilan Sampel untuk Peneliti dan Pemula* (2 ed.). Surabaya: Kanzun Books.