

---

**ANTESEDEN LOYALITAS PENGGUNA PUSAT BAHASA  
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA****Roma Ayuni A. Loebis<sup>1</sup>, Parapat Gultom<sup>2</sup>****Universitas Sumatera Utara, Medan**email: <sup>1</sup>roma@usu.ac.id, <sup>2</sup>parapat@usu.ac.id

**Abstract:** Language services managed by the Language Center include TOEFL-ITP tests, ECT (English Competency Test) tests, English courses, Japanese courses, Arabic courses, Mandarin courses, and translation services for English, Japanese, Mandarin, and ethnic languages. This research aims to identify the factors (antecedents) that influence user loyalty to the Language Center at USU. The data analysis technique used is quantitative causal with multiple linear regression methods and partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). The population in this research consists of service users from April 2024, with a sample size of 110 respondents. The independent variables are tangibles, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. The dependent variable is user loyalty, with the moderating variable being the availability of digital and non-digital facilities. The results indicate that service quality significantly influences user loyalty, while the availability of digital and non-digital facilities does not significantly affect user loyalty at the Language Center at USU. The implications of this research suggest that the Language Center at USU must maintain professionalism to sustain user loyalty.

**Keywords:** Antecedents, Loyalty, Service Users

**Abstrak:** Pelayanan kebahasaan yang dikelola Pusat Bahasa meliputi layanan tes TOEFL-ITP, tes ECT (English Competency Test), layanan Kursus bahasa Inggris, bahasa Jepang, bahasa Arab, dan bahasa Mandarin, layanan terjemahan bahasa Inggris, bahasa Jepang, bahasa Mandarin, bahasa etnik. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor faktor (anteseden) yang mempengaruhi loyalitas pengguna layanan Pusat Bahasa USU. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif kausal dengan menggunakan metode regresi linear berganda, serta analisis partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan yang menggunakan layanan pada bulan April 2024 dengan sampel sebanyak 110 responden. Variabel bebas yaitu tangibles, empathy, reliability, responsiveness dan assurance. Variabel terikat adalah loyalitas pengguna layanan dengan variabel moderate adalah ketersediaan sarana digital dan non-digital. Hasil yang diperoleh, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan, dan ketersediaan sarana digital dan non-digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan di Pusat Bahasa USU. Implikasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pusat Bahasa USU harus tetap menjaga profesionalitas dalam menjaga loyalitas pengguna layanannya.

**Kata kunci:** anteseden, loyalitas, pengguna layanan

**PENDAHULUAN**

Pusat Bahasa Universitas Sumatera Utara didirikan pada tahun 1986 untuk memenuhi kebutuhan akan pelatihan Bahasa Inggris bagi dosen muda yang

akan melanjutkan studi pada Tingkat program S2 (Magister) maupun S3 (Doktoral) dan tes prediksi TOEFL untuk mengukur tingkat kemampuan berbahasa Inggris. Sejak tahun 2022, Unit Pelaksana Teknis (UPT) ini berada dibawah

naungan Wakil Rektor V (Bidang Aset dan Usaha). Jika dulu Pusat Bahasa indetik hanya sebagai unit penunjang akademik yakni sebagai sarana tes bagi mahasiswa atau dosen yang ingin melanjutkan studi ke luar negeri maka sekarang imej tersebut telah mengalami pergeseran. Defenisi pusat bahasa sekarang merujuk pada pengertian sekumpulan informasi yang dikelola secara sistematis oleh pengelolayang profesional dan melayani pengguna jasanya dengan baik. Pelayanan kebahasaan yang dikelola Pusat Bahasa meliputi layanan tes TOEFL-ITP, tes ECT (English Competency Test), layanan Kursus bahasa Inggris, bahasa Jepang, bahasa Arab, dan bahasa Mandarin, layanan terjemahan bahasa Inggris, bahasa Jepang, bahasa Mandarin, bahasa etnik.

Pusat Bahasa USU memiliki visi menjadi Pusat layanan kebahasaan yang professional. Pusat Bahasa Universitas Sumatera Utara didirikan pada tahun 1986 untuk memenuhi kebutuhan akan pelatihan Bahasa Inggris bagi dosen muda yang akan melanjutkan studi pada Tingkat program S2 (Magister) maupun S3 (Doktoral) dan tes prediksi TOEFL untuk mengukur tingkat kemampuan berbahasa Inggris. Unit Pelaksana Teknis (UPT) ini sebelum 2023 berada dibawah naungan Wakil Rektor I (bidang Akademik). Jika dulu Pusat Bahasa indetik hanya sebagai unit penunjang akademik yakni sebagai sarana tes bagi mahasiswa atau dosen yang ingin melanjutkan studi ke luar negeri maka sekarang imej tersebut telah mengalami pergeseran. Defenisi pusat bahasa sekarang merujuk pada pengertian sekumpulan informasi yang dikelola secara sistematis oleh pengelolayang profesional dan melayani penggunaanya dengan baik. Dengan demikian pusat bahasa menjadi pusat pengelolaan informasi, sumber belajar dan penunjang pembelajaran bahasa asing khususnya bahasa Inggris.

Seiring dengan berjalannya waktu, tahun 2023 Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Bahasa berada dibawah naungan

Wakil Rektor V (bidang Aset dan Usaha). Hal ini dengan pertimbangan bahwa layanan kebahasaan yang ada di Pusat Bahasa (layanan Uji Kompetensi, layanan Terjemahan, dan layanan Kursus) bersifat komersil. Jadi tidak saja mendukung bidang akademik, akan tetapi dapat juga menjadi badan usaha.

Suatu lembaga penyedia jasa bahasa asing dikatakan sukses apabila Lembaga tersebut dapat menarik pengguna jasa atau calon pengguna jasa melalui bentuk komunikasi yang tepat. Baik dalam hal berkomunikasi dengan pengguna jasa secara langsung, ataupun dalam bentuk visual (leaflet, Instagram, website) agar pengguna jasa lebih tertarik dan mendapatkan informasi dengan jelas. Dalam mendapatkan informasi secara langsung tentunya kecakapan setiap staf di Lembaga tersebut harus diperhatikan. Dan ketika lembaga tersebut berhasil menarik pengguna jasa lebih banyak, makan Lembaga tersebut harus tetap bisa mempertahankan citranya baik dari segi layanan ataupun jasa agar tetap mendapat respon positif.

Pelayanan yang baik secara teoritik menunjukkan kinerja pusat bahasa yang baik pula. Pusat Bahasa Perguruan Tinggi merupakan unsur penting dalam penyelenggaraan proses pembelajaran. Pusat Bahasa diharapkan mampu menyediakan bahan pembelajaran bahasa atau informasi yang dibutuhkan civitas academica kampus ataupun masyarakat umum, mampu mengakomodasi aspirasi satf, menjadi tempat nyaman untuk belajar mandiri, tata ruang dan sarana digital dan non-digital yang fleksibel dan nyaman. Petugas Pusat Bahasa dituntut memberikan pelayanan secara prima, tepat, cepat, ramah dan senantiasa mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Suatu unit usaha haruslah menjaga kualitas jasa usahanya secara berkala. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Kotler & Keller, 2012: 51).

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (intangible) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pengguna jasa (klien) dengan karyawan yang disediakan oleh Perusahaan untuk memecahkan masalah pengguna jasa atau pelanggan (Kotler & Keller, 2009: 27). Dimana kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Pengukuran kualitas pelayanan dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (Tjiptono, 2014: 282) yaitu reabilitas (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangibles). Dimana fungsinya masih berhubungan dengan pemberian pelayanan yang baik berdasarkan kompetensi yang dimiliki Pusat Bahasa USU untuk dapat memuaskan pengguna jasa (client).

Teori hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa menyatakan bahwa kepuasan dari pengguna jasa akan dirasakan setelah pengguna jasa tersebut menggunakan produk dari Perusahaan, apakah sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna jasa atau tidak ((Kotler & Keller, 2009: 96). Jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan, maka apa yang diharapkan oleh pengguna jasa dapat tercapai, dan penggunaan terhadap jasa tersebut dapat berulang.

Lokus dalam penelitian ini adalah mengevaluasi faktor-faktor pendukung layanan Uji Kompetensi, layanan Kursus dan layanan Terjemahan yang ada di Pusat Bahasa USU. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Kotler & Armstrong, 2012: 51). Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak

kasat mata (intangible) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pengguna jasa dan dengan karyawan yang disediakan oleh Perusahaan untuk memecahkan permasalahan pengguna jasa atau pelanggan (Kotler & Keller, 2009: 27).

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang diidentifikasi adalah apakah Kualitas pelayanan yang diuji dengan Servqual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa? Dan apakah ketersediaan sarana digital dan sarana non digital sebagai variable mediator memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan kebahasaan di Pusat bahasa USU

Pengukuran kualitas layanan dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (Tjiptono, 2014: 282) yaitu reabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangibles). Setiap dimensi memiliki beberapa pertanyaan dan dijawab dalam rentang nilai 1 sampai 5 (Sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak tahu, setuju, dan sangat setuju), dimana fungsinya masih berhubungan dengan pelanggan yaitu memberikan pelayanan yang baik berdasarkan kompetensi yang dimiliki oleh staf Pusat Bahasa dan sarana digital dan sarana non-digital yang tersedia.

Kualitas pelayanan adalah seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten. Service Quality adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pengguna jasa. Dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service). Kedua jasa ini merupakan faktor

yang harus dipenuhi agar suatu usaha bisa bertahan dalam menjalankan bisnis.

1. **Kehandalan (Realibility).** Kemampuan dalam memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Kehandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji - janjinya tentang penyediaan, pelayanan, penyelesaian masalah dan harganya.
2. **Ketanggapan (Responsiveness).** Kemampuan untuk membantu pengguna jasa dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat serta penyampaian informasi yang jelas permintaan, pertanyaan, dan keluhan pengguna jasa.
3. **Jaminan (Assurance).** Pengetahuan, sopan santun dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan kepercayaan tingkat tinggi, contohnya seperti di lembaga bimbingan belajar. Oleh karena itu jasa pendidikan, sebuah kepastian menjadi hal yang penting untuk diberikan kepada pengguna jasanya seperti jaminan.
4. **Empati (Empathy).** Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pengguna jasa. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyambangi pelanggan.
5. **Bukti Fisik (Tangible).** Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staf dan material bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh pengguna jasa. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapihan penampilan staf pegawai.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan terdapat hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat) dengan melakukan penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel. Pola hubungan antara variabel yang akan diteliti tersebut selanjutnya disebut sebagai paradigma penelitian (Sugiono, 2011:2). Metode deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menguji kebenaran terhadap hipotesis pada awal penelitian dan melihat bagaimana hubungan variabel terhadap objek yang akan diteliti.

Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:13). Metode deskriptif yaitu untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat Kesimpulan yang lebih luas. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, Gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diseledikinya. Dipilihnya metode penelitian deskriptif dengan penelitian kuantitatif dilakukan untuk menguji kebenaran terhadap hipotesis awal dan melihat bagaimana hubungan variabel terhadap objek yang diteliti, karena jenis penelitian ini menimbulkan sebab-akibat atau bersifat kausalitas.

Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel (X) memengaruhi variabel lain (Y). Jika kualitas pelayanan dari Pusat Bahasa yang menawarkan produk atau jasa kepada pengguna jasa terus ditingkatkan, maka

Perusahaan yang tersebut dapat mencapai apa yang diharapkan oleh pengguna jasa dan penggunaan yterhadap jasa tersebut dapat berulang (loyal). Variabel sebab-akibat yang bersifat kualitas dalam penelitian adalah Kualitas pelayanan Pusat Bahasa USU (X) terhadap Loyalitas pengguna (Y) dengan Sarana digital dan non-digital sebagai variabel mediator (Z)

Teknik yang diambil dari nonprobability sampling adalah teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, sampel berjumlah 110 orang pengguna layanan Pusat Bahasa USU (Terjemahan, Uji Kompetensi dan Kursus) yang pernah menggunakan satu atau lebih layanan yang datang pada bulan April 2024. Sampel berjumlah 110 orang yang terdiri Perempuan 55% dan laki-laki 45% berumur dari 15-35 tahun sebanyak 83% dan diatas >35 tahun sebanyak 17% dengan latar belakang pendidikan 24% SMA/Sederajat, 36% mahasiswa USU, 38% kalangan umum dan 2% tendik dan dosen yang telah mengisi G-Form. Agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan maka digunakan regresi linear berganda dalam analisis data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilihat dari hasil pengumpulan data melalui g form yang disebarakan kepada pengguna jasa layanan kebahasaan, dapat diketahui bahwa jumlah responden wanita lebih dominan daripada responen laki-laki, Dimana jumlah responden wanita sebanyak 55% dan responden laki-laki 45%. Dari data diatas didapati 83% responden berumur antara 15-35 tahun dan sisanya sebanyak 17% di atas 35 tahun. Latar belakang pendidikan, 24% dari SMA, 36% dari Mahasiswa, 38%

dari masyarakat umum, dan 2% dari kalangan Dosen.

### 1. Evaluasi Outer Model (Measurement Model): Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Validitas konvergen merupakan bagian dari measurement model (model pengukuran) yang dalam SEM-PLS biasanya disebut sebagai outer model sedangkan dalam covariance-based SEM disebut confirmatory factor analysis (CFA). Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah outer model (model pengukuran) memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu (1) loading harus di atas 0,7 dan (2) nilai p signifikan (<0,05). Namun dalam beberapa kasus, sering syarat loading di atas 0,7 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, loading antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk dipertahankan.

Indikator dengan loading di bawah 0,40 harus dihapus dari model. Namun untuk indikator dengan loading antara 0,40 dan 0,70 sebaiknya kita analisis dampak dari keputusan menghapus indikator tersebut pada average variance extracted (AVE) dan composite reliability. Kita dapat menghapus indikator dengan loading antara 0,40 dan 0,70 jika indikator tersebut dapat meningkatkan average variance extracted (AVE) dan composite reliability di atas batasannya (treshold). Nilai batasan AVE adalah 0,50 dan composite reliability sebesar 0,7. Pertimbangan lain dalam menghapus indikator adalah dampaknya pada validitas isi (content validity) konstruk. Indikator dengan loading yang kecil kadang tetap dipertahankan karena punya kontribusi pada validitas isi konstruk. Tabel 1 disajikan nilai-nilai loading untuk tiap-tiap indikator.

**Tabel 1. Nilai-nilai Loading untuk Tiap Indikator**

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan
Loyalitas	Repeat	Keinginan kembali dalam waktu tertentu	Q1

Pengguna (Y)	Reference	Merekomendasikan ke orang lain	Q2
	Retention	Tidak terpengaruh pusat layanan kebahasaan yang lain	Q3
Kualitas Pelayanan (X)	Kehandalan / Reliability	Keahlian instruktur dan penerjemah	Q4
		Metode dan gaya pengajaran	Q5
		Materi/modul yang diajarkan	Q6
		Biaya jasa menerjemahkan yang bersesuaian	Q7
	Ketanggapan/ Responsiveness	Pelayanan administrasi yang diberikan	Q8
		Prosedur dan proses pendaftaran ujian TOEFL ITP dan ECT yang jelas	Q9
	Jaminan/ Assurance	Sikap dan pelayanan staf administrasi dan pengawas ujian	Q10
		Hasil terjemahan selesai sesuai waktu yang dijanjikan	Q11
		Sertifikat TOEFL ITP dan ECT selesai sesuai waktu yang dijanjikan	Q12
		Keakuratan terjemahan	Q13
Instruktur kursus datang tepat waktu		Q14	
Empati/ Emphaty		Instruktur dapat bersikap adil kepada seluruh peserta kursus	Q15
Ketersediaan Sarana (Z)	Sarana digital	Staf dapat mengarahkan dengan baik jenis uji kompetensi dan jenis kursus yang sesuai dengan kebutuhan pengguna layanan	Q16
		Kondisi komputer <i>up to date</i> dengan aplikasi mumpuni	Q17
		Komputer di ruang administrasi dalam kondisi baik	Q18
	Sarana non digital	Jaringan internet	Q19
		Kondisi kelas kursus	Q20
		Kebersihan toilet	Q21
		Kenyamanan dan keamanan tempat parkir	Q22

Tabel 2. Pengujian Validitas berdasarkan Outer Loading

	Ketersediaan (Z)	Kualitas Pelayanan (X)	Loyalitas Pengguna (Y)
Q01			0.899
Q02			0.912
Q03			0.879
Q04		0.839	
Q05		0.783	
Q06		0.846	
Q07		0.807	
Q08		0.765	
Q09		0.812	
Q10		0.726	
Q11		0.821	

Q12	0.793
Q13	0.864
Q14	0.799
Q15	0.834
Q16	0.827
Q17	0.914
Q18	0.957
Q19	0.924
Q20	0.881
Q21	0.910
Q22	0.803

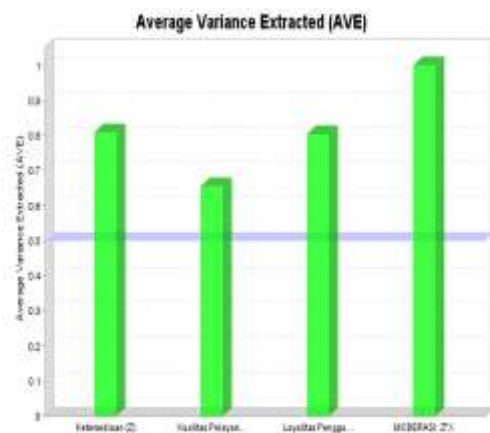


Gambar 1. Pengujian Validitas berdasarkan Outer Loading

Berdasarkan pengujian validitas outer loading pada Tabel 1 dan Gambar 1, diketahui seluruh nilai outer loading > 0,7, yang berarti telah memenuhi syarat validitas berdasarkan nilai outer loading. Selanjutnya dilakukan pengujian validitas berdasarkan nilai average variance extracted (AVE)

Tabel 3. Pengujian Validitas berdasarkan Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Ketersediaan (Z)	0.809
Kualitas Pelayanan (X)	0.656
Loyalitas Pengguna (Y)	0.804
MODERASI: Z*X	1.000

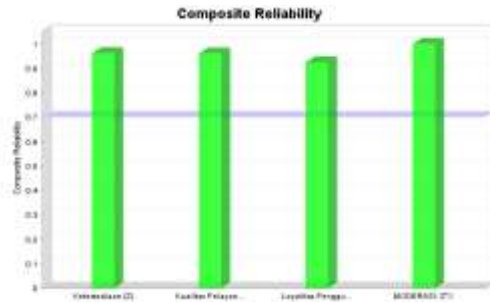


Gambar 2. Pengujian Validitas berdasarkan Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE yang disarankan adalah di atas 0,5. Diketahui seluruh nilai AVE > 0,5, yang berarti telah memenuhi syarat validitas berdasarkan AVE. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas berdasarkan nilai composite reliability (CR).

Tabel 4. Pengujian Reliabilitas berdasarkan Composite Reliability (CR)

	Composite Reliability
Ketersediaan (Z)	0.962
Kualitas Pelayanan (X)	0.961
Loyalitas Pengguna (Y)	0.925
MODERASI: Z*X	1.000

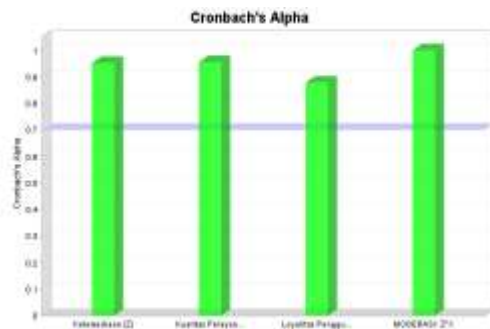


**Gambar 3. Pengujian Reliabilitas berdasarkan Composite Reliability (CR)**

Nilai CR yang disarankan adalah di atas 0,7. Diketahui seluruh nilai CR > 0,7, yang berarti telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan CR. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas berdasarkan nilai cronbach's alpha (CA).

**Tabel 5. Pengujian Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha (CA)**

	Cronbach's Alpha
Ketersediaan (Z)	0.953
Kualitas Pelayanan (X)	0.956
Loyalitas Pengguna (Y)	0.878
MODERASI: Z*X	1.000



**Gambar 4. Pengujian Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha (CA)**

Nilai CA yang disarankan adalah di atas 0,7. Diketahui seluruh nilai CA > 0,7, yang berarti telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan cronbach's alpha. Selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan dengan pendekatan HTMT. Tabel 4.5 disajikan hasil pengujian validitas diskriminan.

**Tabel 6. Pengujian Validitas Diskriminan: HTMT**

	Ketersediaan (Z)	Kualitas Pelayanan (X)	Loyalitas Pengguna (Y)
Kualitas Pelayanan (X)	0.895		
Loyalitas Pengguna (Y)	0.750	0.863	
MODERASI: Z*X	0.274	0.279	0.307

Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan dengan pendekatan HTMT, diketahui seluruh nilai < 0,9, yang berarti disimpulkan telah memenuhi syarat validitas diskriminan berdasarkan pendekatan HTMT.

**2. Uji Signifikansi Pengaruh (Boostrapping) (Uji Hipotesis) (Inner Model)**

Tabel 7 disajikan hasil uji signifikansi pengaruh.

**Tabel 7. Uji Path Coefficient & Signifikansi Pengaruh**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Ketersediaan (Z) -> Loyalitas Pengguna (Y)	0.046	0.050	0.141	0.323	0.747
Kualitas Pelayanan (X) -> Loyalitas	0.736	0.736	0.133	5.527	0.000

Pengguna (Y)					
<b>MODERASI: Z*X -&gt;</b>					
<b>Loyalitas Pengguna (Y)</b>	0.090	0.087	0.083	1.088	<b>0.277</b>

Berdasarkan hasil pada Tabel 7 diperoleh hasil:

1. Ketersediaan (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna (Y), dengan P-Values =  $0,747 > 0,05$ .
2. Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengguna (Y), dengan P-Values =  $0,000 < 0,05$ .
3. Ketersediaan (Z) tidak signifikan memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pengguna (Y), dengan P-Values =  $0,277 > 0,05$ .

**Tabel 8. R-Square**

	R Square
<b>Loyalitas Pengguna (Y)</b>	0.640

Diketahui nilai R-Square dari Loyalitas Pengguna (Y) adalah 0,640 yang berarti Kualitas Pelayanan (X) mampu menjelaskan atau mempengaruhi Loyalitas Pengguna (Y) sebesar 64%, sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

## SIMPULAN

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Software SmartPLS 3.0, disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan kebahasaan di Pusat Bahasa USU. Sedangkan sarana digital dan sarana non-digital tidak berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan di Pusat Bahasa USU. Sarana tersebut tidak signifikan memoderasi terhadap loyalitas pengguna layanan. Hal ini dimungkinkan karena dimensi dari kualitas pelayanan seperti kehandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), bukti fisik (tangibles), empati (emphaty) memberikan pengaruh yang lebih besar kepada pengguna jasa untuk tetap loyal dan berulang menggunakan layanan kebahasaan di Pusat Bahasa USU.

## DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, G., Setyadi, B., Herpratiwi. (2014). Evaluasi Dampak Program Layanan Pusat Bahasa Universitas Lampung sebagai Pusat Sumber Belajar. *Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi Pendidikan FKIP Unila*. 2 (4)
- Kotler, P. & Keller, K. L . (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi 13. Jakarta: Erlanga
- Kotler P& Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Putri, Y. A., & Destiwati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pusat Bahasa Universitas Telkom terhadap Kepuasan pengguna layanan. *Jurnal Kajian Komunikasi*. 5 (1). 102-110.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta