



Kepercayaan dan Citra sebagai Kunci Kepuasan Calon Mahasiswa pada Layanan *Helpdesk* Universitas Negeri Yogyakarta

Luthfi Fahmi Roshaanaton^{1*}, Haryanto², Setya Raharja³

^{1,2,3}, Universitas Negeri Yogyakarta.

Jl. Colombo No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281, Indonesia.

* Corresponding Author. Email: luthfifahmi.2024@student.uny.ac.id

ARTICLE INFO

Article History

Received:

25 January 2025

Revised:

20 February 2025

Accepted:

26 March 2025

Available online:

23 April 2025

Keywords

kualitas kinerja,
kepercayaan pengguna,
citra institusi, kepuasan
pengguna, *Helpdesk*
PMB

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas kinerja *Helpdesk*, kepercayaan pengguna, dan citra institusi terhadap kepuasan calon mahasiswa pengguna layanan *Helpdesk* PMB Universitas Negeri Yogyakarta. Metode ex post-facto kuantitatif dengan desain asosiatif kausal diaplikasikan pada periode Januari–April 2025 di Unit Admisi UNY, melibatkan 100 responden angkatan 2023/2024 yang dipilih secara random sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup skala Likert empat poin dengan instrumen yang mengacu pada model SERVQUAL untuk variabel kualitas kinerja, konstruk kepercayaan pengguna, dan indikator citra institusi, lalu dianalisis melalui uji validitas item-total dan reliabilitas Cronbach's Alpha. Asumsi analisis regresi linier berganda—normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas—terpenuhi. Hasil regresi menunjukkan kepercayaan pengguna ($\beta = 0,414$; $p < 0,001$), citra institusi ($\beta = 0,236$; $p = 0,001$), dan kualitas kinerja ($\beta = 0,038$; $p = 0,014$) secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan pengguna, dengan Adjusted $R^2 = 0,951$ dan $F = 617,247$ ($p < 0,001$). Temuan menegaskan perlunya membangun kepercayaan melalui akurasi dan integritas layanan, menjaga konsistensi citra sesuai janji institusi, serta meningkatkan responsivitas operasional. Implikasi praktis meliputi pelatihan intensif operator, implementasi sistem otomatisasi respons untuk pertanyaan standar, dan dashboard monitoring kinerja *real-time* guna mendukung evaluasi serta peningkatan berkelanjutan kualitas layanan PMB.

This study aims to examine the effects of Helpdesk performance quality, user trust, and institutional image on the satisfaction of prospective students using the New Student Admission (PMB) Helpdesk at Yogyakarta State University. A quantitative ex post-facto method with a causal associative design was implemented from Januari to April 2025 at UNY's Admission Unit, involving 100 randomly sampled respondents from the 2023/2024 cohort. Data were collected via a closed-ended, four-point Likert-scale questionnaire based on the SERVQUAL model for performance quality, established constructs for user trust, and institutional image indicators. Instrument validity was confirmed through item-total correlations and reliability via Cronbach's alpha. Assumptions of multiple linear regression—normality, linearity, multicollinearity, and heteroskedasticity—were satisfied. Regression analysis revealed that user trust ($\beta = 0.414$; $p < 0.001$), institutional image ($\beta = 0.236$; $p = 0.001$), and performance quality ($\beta = 0.038$; $p = 0.014$) each exerted a positive and significant influence on user satisfaction, with an adjusted R^2 of 0.951 and $F(3, 96) = 617.247$ ($p < 0.001$). The findings underscore the importance of building trust through service accuracy and integrity, maintaining image consistency with institutional promises, and enhancing operational responsiveness. Practical implications include intensive operator training, the implementation of automated response systems for routine inquiries, and real-time performance monitoring dashboards to support continuous improvement in PMB Helpdesk services



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu perguruan tinggi sangat bergantung pada mutu layanan yang diberikan, terutama dalam konteks persaingan yang semakin ketat antar institusi pendidikan tinggi. Salah satu indikator utama mutu layanan adalah tingkat kepuasan pengguna layanan, dalam hal ini calon mahasiswa (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018). Ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima berpotensi mendorong calon mahasiswa untuk berpindah ke perguruan tinggi lain yang dinilai lebih responsif dan profesional (Kotler, Armstrong, & Armstrong, 2010). Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan harapan pengguna.

Dalam konteks ini, Unit Admisi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), khususnya melalui layanan *Helpdesk* Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), menjadi bagian penting dalam tahap awal mengenalkan kualitas penyelenggaraan pendidikan tinggi (Onditi & Wechuli, 2017). *Helpdesk* PMB UNY bukan sekadar pusat informasi, melainkan bentuk layanan pertama dan utama yang bertanggung jawab penuh dalam memberikan informasi akurat serta pendampingan administrasi yang komprehensif kepada calon mahasiswa baru. Layanan ini mencakup penyampaian informasi penting terkait proses pendaftaran, detail seleksi mandiri, hingga pengumuman hasil seleksi (James-MacEachern & Yun, 2017). Keberadaan layanan *Helpdesk* ini menjadi sangat krusial, mengingat banyak calon mahasiswa yang membutuhkan bantuan dan klarifikasi secara cepat dan tepat, seringkali tanpa harus datang langsung ke kampus, sehingga memastikan aksesibilitas dan efisiensi informasi (Roga, Lapiņa, & Mürsepp, 2015).

Namun, observasi lapangan telah mengindikasikan adanya sejumlah permasalahan yang mengganggu kualitas layanan *Helpdesk* PMB UNY. Salah satu isu utama adalah kurangnya pelatihan terstruktur bagi operator *Helpdesk*, yang mayoritas direkrut dari mahasiswa aktif UNY setiap periode. Selama ini, operator hanya mengandalkan *on the job training* tanpa disertai evaluasi kinerja yang sistematis. Kondisi ini bisa berdampak pada belum terpenuhinya standar kompetensi yang memadai di kalangan operator. Implikasinya yang berpotensi muncul adalah responsivitas dan ketepatan informasi yang diberikan sering kali belum optimal, yang pada akhirnya dapat mengurangi efektivitas *Helpdesk* sebagai titik kontak pertama UNY (Noe, Hollenbeck, Gerhart, & Wright, 2006).

Observasi lapangan yang dilakukan tim *Helpdesk* pada akhir Periode II tahun 2023 memperkuat indikasi adanya permasalahan kualitas layanan. Dari 100 responden, 46 menyatakan layanan *Helpdesk* kurang responsif, dan 12 melaporkan adanya informasi yang kurang tepat. Selain itu, 9 responden merasakan kurangnya keramahan dan kesopanan dari operator dalam menanggapi pertanyaan (UNY, 2022). Temuan-temuan ini tidak hanya merefleksikan kurang optimalnya kualitas kinerja operasional, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan calon mahasiswa serta memengaruhi citra positif institusi UNY secara keseluruhan.

Dalam konteks layanan, Noe et al. (2006) menekankan bahwa pelayanan tidak hanya sebatas substansi yang disampaikan (*what is delivered*), tetapi juga bagaimana pelayanan tersebut disajikan (*how it is delivered*). Aspek-aspek krusial seperti kualitas interaksi personal, kecepatan respons, akurasi informasi, dan sikap profesional dari petugas menjadi penentu utama dalam membentuk persepsi dan tingkat kepuasan pengguna. Lebih lanjut, kepuasan pengguna memiliki korelasi erat dengan tingkat kepercayaan dan citra positif suatu institusi. Kepercayaan, menurut Kotler et al. (2010), timbul ketika pengguna merasa aman dan yakin terhadap layanan yang mereka terima. Sejalan dengan itu, citra institusi yang positif akan berperan vital dalam memperkuat loyalitas pengguna dan mendorong promosi dari mulut ke mulut (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021). Oleh

karena itu, investasi pada kualitas layanan prima bukan hanya tentang efisiensi operasional, melainkan juga fondasi strategis untuk membangun reputasi dan daya tarik institusi.

Pengguna layanan adalah pihak fundamental yang secara aktif memanfaatkan jasa atau produk, dengan ekspektasi tinggi terhadap kualitas dan kinerja layanan yang diterima Kotler (2016). Kualitas kinerja sendiri mencerminkan sejauh mana hasil kerja memenuhi harapan pengguna, meliputi aspek efektivitas, efisiensi, dan kepuasan (Kasali, 2021). Banyak faktor memengaruhi kualitas kinerja, seperti kompetensi petugas, efektivitas sistem teknologi, kelancaran prosedur operasional, ketersediaan pelatihan yang memadai, kualitas komunikasi, motivasi kerja, dan dukungan manajemen (Nasution, 2005; Tjiptono, 2019).

Pembentukan kepercayaan pengguna juga menjadi elemen krusial. Kepercayaan ini berasal dari persepsi atas kompetensi, integritas, kejujuran, dan niat baik penyedia layanan (Kotler, 2016), yang termanifestasi dalam bentuk kepercayaan kognitif, afektif, normatif, relasional, dan institusional. Seiring dengan itu, citra layanan terbentuk dari identitas, reputasi, kepribadian, dan kualitas interaksi yang berkelanjutan (Siringoringo & Kurniawan, 2018), berfungsi sebagai perekat hubungan emosional antara pengguna dan penyedia layanan (Zameer, Tara, Kausar, & Mohsin, 2015). Pada akhirnya, kepuasan pengguna adalah hasil perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual, yang sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga, nilai yang dirasakan, dan kepercayaan (Kasali, 2021; Tjiptono, 2019). Ketika kinerja layanan melampaui harapan, terciptalah loyalitas dan rekomendasi positif dari pengguna.

Dalam upaya optimalisasi kualitas layanan, teknologi pembelajaran menurut Piña (2018) dalam AECT 2004 didefinisikan sebagai studi dan praktik beretika yang bertujuan memfasilitasi pembelajaran serta meningkatkan kinerja melalui penciptaan, penggunaan, dan pengelolaan proses serta sumber teknologi yang tepat. Dalam kerangka ini, teknologi kinerja (*human performance technology*) menjadi disiplin ilmu esensial. Teknologi kinerja merupakan pendekatan sistemik yang berorientasi pada peningkatan produktivitas organisasi melalui perancangan intervensi yang efektif, komprehensif, dan berbasis hasil (Stolovitch & Keeps, 2006). Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada kinerja individu, melainkan juga pada sistem kerja organisasi secara menyeluruh, dengan mengadopsi pendekatan analitis dan solutif terhadap berbagai hambatan kinerja (Prawiradilaga, 2018).

Penerapan konsep teknologi kinerja ini sangat relevan dalam mengkaji kualitas layanan *Helpdesk* PMB UNY. *Helpdesk* PMB UNY berperan sebagai fasilitator informasi dan pendampingan pendaftaran mahasiswa baru. Oleh karena itu, evaluasi komprehensif terhadap kualitas kinerja operator *Helpdesk* perlu dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana layanan tersebut berkontribusi pada kepuasan pengguna. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar empiris dalam merancang intervensi peningkatan kinerja berbasis teknologi pembelajaran. Intervensi semacam ini diharapkan dapat mewujudkan layanan *Helpdesk* yang tidak hanya efektif dan efisien, tetapi juga berdaya guna tinggi. Dengan demikian, teknologi pembelajaran tidak hanya mendukung proses belajar-mengajar, tetapi juga esensial untuk memperbaiki kinerja layanan publik dalam institusi pendidikan.

Prinsip-prinsip kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi kinerja ini menjadi sangat relevan bagi UNY, yang saat ini terus mengalami peningkatan dari tahun 2021 sampai 2025 dan masih mengupayakan untuk terus masuk peringkat 10 besar perguruan tinggi terbaik nasional versi *Scimago Institution Ranking* (SIR) (SCImago, 2025). Prestasi ini menuntut UNY untuk mengemban tanggung jawab besar dalam mempertahankan dan meningkatkan citra positif yang telah terbangun. Salah satu cara krusial untuk mencapainya adalah dengan memastikan bahwa seluruh lini pelayanan, termasuk *Helpdesk* PMB, berfungsi secara optimal dan mampu memenuhi ekspektasi pengguna.

Berdasarkan uraian mengenai pentingnya kualitas layanan dan tantangan reputasi yang dihadapi UNY, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas kinerja, kepercayaan pengguna, dan citra institusi terhadap kepuasan pengguna layanan *Helpdesk* PMB UNY. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar yang kuat untuk merumuskan intervensi tepat sasaran dalam upaya meningkatkan kualitas layanan *Helpdesk* PMB secara berkelanjutan, sehingga mendukung posisi UNY sebagai institusi pendidikan terkemuka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menguji pengaruh antara tiga variabel bebas, yaitu kualitas kinerja, kepercayaan pengguna, dan citra institusi, terhadap variabel terikat berupa kepuasan pengguna layanan *Helpdesk* PMB UNY. Penelitian ini bersifat eksplanatori karena berupaya menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis secara statistik berdasarkan data empiris (Sugiyono, 2016).

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari hingga April 2025 dan berlokasi di lingkungan Universitas Negeri Yogyakarta, khususnya pada unit layanan *Helpdesk* PMB yang menjadi pusat interaksi antara calon mahasiswa dan institusi. Pemilihan waktu ini mempertimbangkan periode aktif pendaftaran mahasiswa baru, sehingga memungkinkan peneliti menjangkau responden yang relevan dan memiliki pengalaman aktual dalam menggunakan layanan *Helpdesk*.

Target penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan *Helpdesk* PMB UNY pada periode pendaftaran tahun akademik 2024/2025. Subjek penelitian mencakup individu yang telah menggunakan layanan tersebut dan memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan sistem maupun operator layanan. Kriteria inklusi yang digunakan adalah calon mahasiswa yang mengakses layanan minimal satu kali dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendekatan statistik dengan mempertimbangkan jumlah populasi pengguna aktif dan tingkat kesalahan yang dapat diterima (Arikunto, 2017).

Prosedur penelitian dimulai dengan penyusunan instrumen kuesioner berdasarkan indikator teoritis dari masing-masing variabel. Instrumen tersebut kemudian divalidasi melalui penilaian pakar untuk memastikan kesesuaian isi dengan konstruk teoritis. Setelah itu, dilakukan uji coba instrumen pada kelompok kecil untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Setelah instrumen dinyatakan layak, kuesioner disebarluaskan secara daring kepada responden terpilih. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan.

Data yang dikumpulkan merupakan data primer berupa persepsi responden terhadap kualitas kinerja, kepercayaan, citra institusi, dan kepuasan pengguna. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup berbasis skala *Likert* empat poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kuesioner terdiri dari empat bagian utama yang masing-masing mengukur satu variabel. Kualitas kinerja diukur berdasarkan lima indikator yang mengacu pada dimensi *SERVQUAL*, yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik (Parasuraman, Zeithaml, & BERRY, 1988). Kepercayaan pengguna diukur melalui indikator yang mencerminkan persepsi terhadap keandalan dan integritas layanan (Ihsan & Siregar, 2019). Citra institusi diukur melalui persepsi terhadap reputasi, akuntabilitas, dan profesionalisme Lembaga (Ubaidillah, Rochmah, & Sobri, 2024). Sementara itu, kepuasan pengguna diukur berdasarkan model *Expectation-Confirmation Theory* yang menilai sejauh mana layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi pengguna (Oliver, 1980).

Untuk menjamin kualitas instrumen, validitas isi diuji melalui penilaian pakar di bidang manajemen layanan dan pendidikan tinggi. Validitas empiris diuji menggunakan korelasi *item-total*, dengan kriteria bahwa item dinyatakan valid jika nilai korelasi lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan nilai minimal 0,7 sebagai indikator konsistensi internal yang memadai.

Data dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap kepuasan pengguna, serta pengaruh simultan ketiganya terhadap variabel dependen. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan validitas model regresi. Pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi (*p-value*) kurang dari 0,05. Seluruh proses analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi terbaru (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika dan keabsahan data. Identitas responden dijaga kerahasiaannya dan data hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Partisipasi bersifat sukarela dan disertai dengan persetujuan partisipan (*informed consent*). Untuk menjamin keabsahan data, dilakukan triangulasi sumber melalui verifikasi data dengan dokumentasi sistem *Helpdesk* dan laporan internal PMB UNY (Arikunto, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis data deskriptif memberikan gambaran awal mengenai persepsi responden terhadap kualitas kinerja, kepercayaan pengguna, citra institusi, dan kepuasan layanan *Helpdesk* PMB UNY. Rata-rata skor kualitas kinerja berada pada angka 80,10 (SD = 11,94) dari skala maksimum 100, sedangkan kepercayaan pengguna memiliki rerata 32,25 (SD = 4,82) dari skala maksimum 40. Citra institusi memperoleh rerata 12,94 (SD = 2,22) dari skala 16, dan kepuasan pengguna mencatat rerata 19,37 (SD = 2,99) pada skala maksimum 24. Variasi skor menunjukkan konsistensi persepsi responden yang menempatkan ketiga variabel bebas pada kategori “baik” hingga “sangat baik” dan kepuasan pengguna di kisaran “puas” hingga “sangat puas,” meski terdapat ruang perbaikan pada dimensi tertentu.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	SD
Kualitas Kinerja	48,00	100,00	80,10	11,94
Kepercayaan Pengguna	22,00	40,00	32,25	4,82
Citra Institusi	7,00	16,00	12,94	2,22
Kepuasan Pengguna	13,00	24,00	19,37	2,99

Uji prasyarat analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa semua asumsi terpenuhi. Uji normalitas Kolmogorov–Smirnov menghasilkan nilai signifikansi $p > 0,05$ untuk masing-masing variabel, menandakan sebaran data normal. Uji linearitas antara setiap variabel independen dan dependen memperlihatkan $p > 0,05$, sehingga hubungan dinyatakan linear. Indeks *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel bebas berada dalam rentang 5,331–7,111 (semua < 10) dan tolerance $> 0,10$, mengindikasikan tidak ada multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan scatterplot residual tidak menampilkan pola tertentu, sedangkan uji *Spearman’s Rho* menghasilkan $p > 0,05$, sehingga heteroskedastisitas tidak terjadi.

Pengujian hipotesis dilaksanakan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menilai pengaruh parsial dan simultan kualitas kinerja, kepercayaan pengguna, dan citra institusi terhadap kepuasan pengguna. Koefisien determinasi *Adjusted R²* sebesar 0,951 mengindikasikan 95,1 % variasi kepuasan pengguna dijelaskan oleh ketiga variabel bebas. Hasil uji F dengan $F(3, 96) = 617,247$ ($p < 0,001$) menegaskan pengaruh simultan variabel bebas sangat signifikan.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (β)	t-Hitung	p-Value
Konstanta	-0,910	–	–
Kualitas Kinerja (X_1)	0,038	2,508	0,014
Kepercayaan Pengguna (X_2)	0,414	11,574	$< 0,001$
Citra Institusi (X_3)	0,236	3,436	0,001

Koefisien regresi parsial menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada kualitas kinerja akan menaikkan kepuasan sebesar 0,038 satuan, sedangkan satu satuan kenaikan kepercayaan dan citra masing-masing meningkatkan kepuasan sebesar 0,414 dan 0,236 satuan. Tingginya nilai β pada kepercayaan pengguna menegaskan perannya sebagai determinan terkuat dalam model.

Pada aspek distribusi kontribusi dimensi kualitas kinerja, dimensi kecepatan respons memiliki rerata ketercapaian paling rendah, yakni 75,30 %, sedangkan ketersediaan dan aksesibilitas mencapai 84,05 %. Hal ini menandakan bahwa kecepatan balas pesan *Helpdesk* perlu menjadi fokus utama intervensi.

Pembahasan

Pengaruh Parsial Kualitas Kinerja

Ditemukan bahwa kualitas kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna, terbukti dari $t = 2,508$ ($p = 0,014$). Temuan ini selaras dengan kerangka SERVQUAL yang memandang reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik sebagai prediktor utama kepuasan layanan (Rafiqie & Suryanto, 2023). Khususnya, kecepatan respons yang tertinggal pada skor 75,30 % menggambarkan bahwa meski operator secara umum kompeten, ekspektasi calon mahasiswa terhadap kecepatan tanggapan belum sepenuhnya terpenuhi. Di konteks pendidikan tinggi, kecepatan layanan publik turut membangun persepsi profesionalisme institusi dan memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk melanjutkan pendaftaran (Grönroos, 1990; Zeithaml et al., 2018). Oleh karena itu, penajaman prosedur internal dan peningkatan kapasitas operator *Helpdesk*, misalnya dengan penerapan chatbot untuk menjawab pertanyaan standar secara otomatis, dapat menjadi solusi strategis (Schei, Møgelvang, & Ludvigsen, 2024).

Pengaruh Parsial Kepercayaan Pengguna

Kepercayaan pengguna muncul sebagai konstruk paling dominan dalam memengaruhi kepuasan, terbukti oleh koefisien $\beta = 0,414$ dan $t = 11,574$ ($p < 0,001$). Ini sejalan dengan teori trust-building dalam layanan daring, yang menyatakan bahwa kredibilitas, integritas, kejujuran, dan niat baik penyedia layanan memunculkan rasa aman pada pengguna sehingga membangkitkan kepuasan jangka panjang (Choung, David, & Ross, 2023). Di ranah PMB, calon mahasiswa menempatkan tingkat kepercayaan tinggi pada informasi yang akurat dan transparan mengenai proses pendaftaran, biaya, dan jadwal seleksi. Peneliti mengamati bahwa 12 % responden mencatat ketidaktepatan informasi operator, yang memengaruhi trust index. Kebijakan audit konten jawaban operator secara berkala serta pelatihan integritas data akan memperkuat kepercayaan pengguna.

Pengaruh Parsial Citra Institusi

Citra institusi juga berkontribusi positif signifikan ($\beta = 0,236$; $t = 3,436$; $p = 0,001$). Citra lembaga memengaruhi kepuasan dengan cara menyediakan kerangka referensi bagi pengguna sebelum pengalaman layanan aktual (Naidoo & Wu, 2011). Hasil ini juga relevan dengan temuan Helgesen (2008) yang menekankan bahwa reputasi akademik dan branding institusi membentuk persepsi awal calon mahasiswa. UNY, dapat memanfaatkan citra yang terbentuk seperti responden yang telah memiliki ekspektasi positif cenderung memberikan skor kepuasan tinggi. Namun, inkonsistensi keramahan operator—9 % responden menilai kurang sopan—menunjukkan adanya disharmoni antara citra formal dan praktik layanan. Menjaga konsistensi branding dan pelaksanaan standar pelayanan menjadi kunci mempertahankan dan memaksimalkan efek citra positif (Lim, Jee, & De Run, 2020).

Pengaruh Simultan Ketiga Variabel

Gabungan kualitas kinerja, kepercayaan pengguna, dan citra institusi membentuk model yang sangat kuat menjelaskan kepuasan, dengan $F = 617,247$ ($p < 0,001$) dan $Adjusted R^2 = 0,951$. Nilai *Adjusted R²* tinggi mengindikasikan bahwa intervensi pada ketiga domain tersebut akan berdampak langsung dan besar pada peningkatan kepuasan calon mahasiswa. Temuan ini secara tegas mengonfirmasi bahwa dalam konteks pelayanan publik digital, khususnya di lingkungan pendidikan tinggi, upaya perbaikan tidak bisa hanya berfokus pada satu aspek layanan saja (Lim et al., 2020). Sebaliknya, peningkatan kepuasan calon mahasiswa menuntut adanya sinergi yang kuat antara kualitas kinerja operasional, pembangunan kepercayaan pengguna, dan pengelolaan citra institusi yang positif. Mengabaikan salah satu faktor ini berisiko mengurangi efektivitas intervensi. Misalnya, kinerja operasional yang baik tidak akan maksimal dampaknya jika kepercayaan pengguna rendah akibat inkonsistensi, atau jika citra institusi belum terbangun dengan baik (Dollinger, Lodge, & Coates, 2018). Oleh karena itu, pendekatan terpadu yang menargetkan ketiga elemen ini secara simultan menjadi kunci untuk mencapai kepuasan pengguna yang optimal dan berkelanjutan.

Kontribusi terhadap Manajemen Pendidikan

Penelitian ini memberikan sejumlah kontribusi nyata pada bidang administrasi dan manajemen pendidikan. Dari perspektif kepemimpinan pendidikan, pimpinan UNY perlu memfokuskan program peningkatan kompetensi operator *Helpdesk* melalui pelatihan berdasar hasil kajian kebutuhan (*need analysis*) (Armstrong & Taylor, 2023). Dalam kebijakan dan perencanaan, indikator responsivitas dan kepercayaan pengguna sebaiknya diintegrasikan dalam *Key Performance Indicator* (KPI) unit admisi, dengan monitoring berkala dan penghargaan bagi tim berprestasi. Pada aspek ekonomi pendidikan, investasi dalam teknologi otomatisasi layanan dapat menurunkan biaya operasional jangka panjang dan mempercepat proses layanan, sehingga mutu pelayanan tetap terjaga meski beban izin pendaftaran meningkat. Dari sisi politik pendidikan, transparansi prosedur dan audit layanan *Helpdesk* bisa menjadi bentuk akuntabilitas publik, memperkuat *positioning* UNY sebagai institusi terbuka dan responsif terhadap hak calon mahasiswa (Parmenter, 2015).

Keterbatasan Penelitian

Meskipun menghasilkan model yang kuat, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, desain kuantitatif *ex post-facto* tidak memfasilitasi eksplorasi dinamika persepsi pengguna secara mendalam; data kualitatif berupa wawancara mendalam atau *focus group discussion* dapat melengkapi temuan angka dengan narasi. Kedua, sampel hanya mencakup calon mahasiswa angkatan 2023/2024, sehingga generalisasi terhadap angkatan lain perlu kehati-hatian. Ketiga, pengumpulan data daring berpotensi bias *self-selection* dan ketidakjujuran responden, meski uji validitas reliabilitas instrumen sudah meminimalkan risiko.

Implikasi dan Peluang Penelitian Lanjutan

Untuk praktik, unit admisi dapat merancang *dashboard monitoring real-time* untuk metrik responsivitas, akurasi informasi, dan kepuasan. Pelatihan berkelanjutan berbasis *microlearning* dapat meningkatkan kompetensi operator. Strategi branding melalui media sosial dan website resmi perlu diselaraskan dengan prosedur operasional *Helpdesk*.

Penelitian mendatang direkomendasikan mengadopsi pendekatan *mixed methods*, menambahkan wawancara guna memahami hambatan operasional dan persepsi pengguna secara nuance. Studi longitudinal dapat memantau evolusi kepuasan seiring penerapan intervensi teknis maupun pelatihan. Selain itu, variabel moderator seperti tingkat literasi digital pengguna atau desain user interface sistem *Helpdesk* layak diteliti untuk melengkapi model kepuasan.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil menjawab tujuan untuk menguji pengaruh kualitas kinerja, kepercayaan pengguna, dan citra institusi terhadap kepuasan layanan *Helpdesk* PMB UNY, dengan temuan bahwa ketiga variabel tersebut berkontribusi positif secara signifikan—kepercayaan pengguna paling dominan, diikuti citra institusi dan kualitas kinerja—dan mengidentifikasi responsivitas operator sebagai poin perbaikan utama. Kesimpulan logis yang diambil adalah bahwa peningkatan kepuasan calon mahasiswa terletak pada penguatan *trust building* melalui akurasi informasi dan integritas layanan, konsistensi citra institusi lewat selarasnya pesan branding dengan praktik operasional, serta peningkatan kualitas kinerja khususnya kecepatan tanggapan. Sebagai implikasi operasional, disarankan penyelenggaraan pelatihan intensif bagi operator *Helpdesk* yang menekankan keterampilan komunikasi dan manajemen permintaan, penerapan sistem otomatisasi respons standar (*chatbot*) untuk mengurangi beban pertanyaan umum, dan pengembangan *dashboard monitoring kinerja real-time* yang memfasilitasi evaluasi berkala dan perbaikan berkelanjutan, sehingga diharapkan tidak hanya memaksimalkan kepuasan pengguna tetapi juga memperkuat reputasi UNY sebagai penyedia layanan PMB yang andal dan profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017). Pengembangan instrumen penelitian dan penilaian program. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 53.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). *Armstrong's handbook of human resource management practice: A guide to the theory and practice of people management*: Kogan Page Publishers.
- Choung, H., David, P., & Ross, A. (2023). Trust and ethics in AI. *AI & society*, 38(2), 733-745.
- Dollinger, M., Lodge, J., & Coates, H. (2018). Co-creation in higher education: Towards a conceptual model. *Journal of marketing for higher education*, 28(2), 210-231.
- Grönroos, C. (1990). *Service management and marketing* (Vol. 27): Lexington books Lexington, MA.
- Helgesen, Ø. (2008). Marketing for higher education: A relationship marketing approach. *Journal of marketing for higher education*, 18(1), 50-78.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170-175.
- James-MacEachern, M., & Yun, D. (2017). Exploring factors influencing international students' decision to choose a higher education institution: A comparison between Chinese and other students. *International Journal of Educational Management*, 31(3), 343-363.
- Kartajaya, H., Setiawan, I., & Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*: Ascent Audio.
- Kasali, R. (2021). *Manajemen Perubahan: Revolusi Mental Bisnis Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15th ed*: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*: Pearson Education India.
- Lim, W. M., Jee, T. W., & De Run, E. C. (2020). Strategic brand management for higher education institutions with graduate degree programs: empirical insights from the higher education marketing mix. *Journal of Strategic Marketing*, 28(3), 225-245.
- Naidoo, V., & Wu, T. (2011). Marketing strategy implementation in higher education: A mixed approach for model development and testing. *Journal of marketing management*, 27(11-12), 1117-1141.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen mutu terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., & Wright, P. (2006). *Human Resources Management: Gaining a Competitive Advantage, Tenth Global Edition*: McGraw-Hill Education New York, NY, USA:.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
- Onditi, E. O., & Wechuli, T. W. (2017). Service quality and student satisfaction in higher education institutions: A review of literature. *International journal of scientific and research publications*, 7(7), 328-335.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & BERRY, L. S. (1988). a multiple-item scale for measuring consumer perceptions. *Journal of Service Quality Retailing, Spring*, 64, 12-40.
- Parmenter, D. (2015). *Key performance indicators: developing, implementing, and using winning KPIs*: John Wiley & Sons.
- Piña, A. A. (2018). AECT instructional design standards for distance learning. *TechTrends*, 62(3), 305-307.
- Prawiradilaga, D. S. (2018). *Modul Hypercontent: Teknologi Kinerja (Performance Technology)-Edisi Pertama*: Prenada Media.
- Rafiqie, M., & Suryanto, H. (2023). Atribut Pengaruh atribut kreatif dalam dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. *Journal of Creative Attitudes Culture*, 4(1), 1-14.

- Roga, R., Lapiņa, I., & Müürsepp, P. (2015). Internationalization of higher education: Analysis of factors influencing foreign students' choice of higher education institution. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 925-930.
- Schei, O. M., Møgelvang, A., & Ludvigsen, K. (2024). Perceptions and use of AI chatbots among students in higher education: A scoping review of empirical studies. *Education Sciences*, 14(8), 922.
- SCImago. (2025). SCImago Institutions Rankings (SIR) 2025: Indonesia [Press release]. Retrieved from <https://www.scimagoir.com/rankings.php?country=IDN>
- Siringoringo, R., & Kurniawan, P. H. (2018). Analisis nilai pelanggan, kualitas layanan dan kebijakan tarif listrik Prabayar terhadap kepercayaan pelanggan dan dampaknya pada citra PLN Bright Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(1), 96-108.
- Stolovitch, H. D., & Keeps, E. J. (2006). *Handbook of human performance technology: Principles, practices, and potential*: John Wiley & Sons.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*, 1(11).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi 1)*. Yogyakarta: Andy.
- Ubaidillah, A. F., Rochmah, L. M., & Sobri, A. Y. (2024). Systematic Review: Strategi Humas Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Citra dan Reputasi melalui Media Sosial. *Proceedings Series of Educational Studies*(2), 1-9.
- UNY, A. (2022). *Laporan Evaluasi Penerimaan Mahasiswa Baru UNY Tahun 2022*. Retrieved from Yogyakarta:
- Zameer, H., Tara, A., Kausar, U., & Mohsin, A. (2015). Impact of service quality, corporate image and customer satisfaction towards customers' perceived value in the banking sector in Pakistan. *International journal of bank marketing*, 33(4), 442-456.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*: McGraw-Hill.