

ABSTRAK

Industri pendidikan yang melakukan merger, membuat industri pendidikan menjadi lebih baik dengan meningkatkan mutu layanan pendidikan dan meningkatkan efisiensi penyelenggaraan pendidikan. Dalam peningkatan kualitas dan layanan memungkinkan penerapan strategi pemasaran dalam sistem pendidikan tinggi melalui penerapan sinergis dari bauran pemasaran dalam rangka menciptakan layanan yang sesuai dengan ekspektasi target pasar. Untuk melihat kualitas dan layanan yang diberikan Fakultas Ilmu Terapan Telkom University dengan dilihat dari beberapa atribut pelayanan produk, harga, orang, proses, bukti fisik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan *snake* diagram dan regresi linear sederhana sebagai teknik pengolahan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara *convenience* sampling kepada mahasiswa/i Fakultas Ilmu Terapan Telkom University dengan jumlah sampel 364 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kinerja atribut pelayanan 53% *pre* merger, dan pasca merger 60% sedangkan pada variabel manfaat pelayanan *pre* merger 44% dan pasca merger 75%. Terdapat pengaruh kinerja atribut pelayanan terhadap manfaat pelayanan Telkom University *pre* dan pasca merger secara signifikan 74.7%.

Kata Kunci: Kinerja atribut Pelayanan, Manfaat Pelayanan, Merger, *Snake* diagram