

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA (STUDI PADA STIE SULTAN AGUNG PEMATANGSIANTAR)

Oleh :
Andy Wijaya
Dosen STIE Sultan Agung

Abstraksi

STIE Sultan Agung Pematangsiantar sebagai lembaga pendidikan sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan, jaminan, bentuk fisik, empati dan daya tanggap yang telah diberikan selama ini. Tetapi peningkatan jumlah mahasiswa ini belum bisa dijadikan patokan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan di STIE Sultan Agung Pematangsiantar telah tercapai. Apalagi tidak tersedianya kotak saran oleh pihak pengelola maka akan sulitlah untuk menilai apakah pelayanan selama ini telah memenuhi keinginan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan agar pihak pimpinan STIE mengetahui bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan dengan cara mencari tanggapan mahasiswa terhadap pelayanan yang telah diterimanya selama ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa baik secara parsial maupun simultan. Hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 17.0 diketahui bahwa nilai F hitung $> F$ tabel ($142,310 > 2,95$) sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas yang terdiri dari *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Dari uji parsial diketahui variabel empati (*empathy*) merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar dengan nilai t hitung 7,156 dan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan variabel terendah adalah variabel bukti fisik (*tangible*) dengan nilai t hitung 2,430 dan tingkat signifikansi 0,016.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Mahasiswa

Abstraction

STIE Sultan Agung Pematangsiantar as educational institution is very concerned about the service quality that covers reliability, assurance, tangible, empathy, and responsiveness that has been given all this time. But an increasing of student number could not be used as a benchmark that student satisfaction towards the service at STIE Sultan Agung Pematangsiantar has been fulfilled. Moreover, it will be a difficult to assess whether the service has met the urge for students or not because of the unavailability of a suggestion box by the administrator. Therefore, this study is intended, in order to the Chairman of Economics Department discovers how is the students satisfaction towards the services provided by finding out the response of students to the services that have been received all this time.

*This study is aimed to examine the effect of service quality on student satisfaction either partially or simultaneously. The test results performed by multiple linear regression analysis by using program of SPSS 17.0 known that the value of F is bigger than F table ($142.310 > 2.95$), so the H_0 hypothesis is rejected and H_a is accepted, it means independent variables consisting of reliability, assurance, tangible, empathy and responsiveness give positive affection and significant impact on the students satisfaction of STIE Sultan Agung Pematangsiantar. By having partial test, it was found that empathy (*empathy*) variable is the most dominant variable affecting students satisfaction of STIE Sultan Agung Pematangsiantar with t value 7.156 and a level of significance is 0.000, meanwhile the lowest variable is a physical variable (*tangible*) with t value 2.430 and level of significance is 0.016.*

Keywords : Service Quality and Student Satisfaction

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Perguruan Tinggi Swasta (PTS) merupakan salah satu organisasi sosial yang bergerak dalam bidang edukasi menuju penciptaan sumber daya manusia yang berkompeten dalam segala dimensi kehidupan. PTS seperti halnya dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN), berupaya untuk mengembangkan sebuah lembaga pendidikan maju

dan berkualitas. Dari sisi bisnis, kualitas dari sebuah Perguruan Tinggi menjadi daya penarik bagi masyarakat dan memberikan manfaat besar baik bagi mahasiswa maupun bagi tenaga-tenaga yang berada di dalam institusi pendidikan tersebut.

Pelayanan di Perguruan Tinggi merupakan salah satu sektor pelayanan jasa yang berkembang cukup pesat di Indonesia. Untuk itu salah satu cara yang paling efektif dan menjalin hubungan dengan

mahasiswa adalah dengan memberikan pelayanan yang bisa memuaskan atau setiap Perguruan Tinggi berusaha untuk memberikan pelayanan yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten.

Pada proses belajar mengajar di Perguruan Tinggi Swasta yang merupakan salah satu industri pelayanan, mahasiswa sebagai pelanggan internal selalu berharap untuk mendapat pelayanan pendidikan yang terbaik dari Perguruan Tinggi tersebut, yang mencakup tentang pelayanan seperti: kehandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangibles*), empati (*Empathy*), dan daya tanggap (*Responsiveness*).

STIE Sultan Agung merupakan salah satu dari sekian banyak Perguruan Tinggi Swasta yang ada di kota Pematangsiantar. Perguruan Tinggi Swasta ini lahir ketengah-tengah masyarakat dengan misi dan niat tulus untuk berpartisipasi memberikan pelayanan jasa pendidikan dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan oleh konstitusi.

STIE Sultan Agung sebagai lembaga pendidikan sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan misalnya kedisiplinan waktu para dosen disaat mengajar, jaminan seperti kenyamanan selama berkonsultasi dengan dosen dan pegawai, bukti fisik seperti sarana dan prasarana yang ada di STIE Sultan Agung, empati seperti hubungan akrab antara dosen dengan mahasiswa dan daya tanggap seperti kemampuan para dosen dan staf administrasi dalam melayani mahasiswa, yang telah diberikan selama ini.

Jumlah mahasiswa STIE Sultan Agung terus bertambah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2008/2009 baru dibuka program studi baru S1 Akuntansi, pada saat itu juga terjadi penurunan mahasiswa dari D3 Akuntansi karena beralih ke program studi S1 Akuntansi. Namun program studi yang lain mengalami peningkatan jumlah mahasiswanya.

Tetapi peningkatan jumlah mahasiswa ini belum bisa dijadikan patokan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan di STIE Sultan Agung Pematangsiantar telah tercapai. Apalagi tidak tersedianya kotak saran oleh pihak pengelola maka akan sulitlah untuk menilai apakah pelayanan selama ini telah memenuhi keinginan mahasiswa.

Disamping itu juga terlihat bahwa mahasiswa lebih senang mendiskusikan masalah ketidakpuasan diantara para mahasiswa itu sendiri ketimbang melaporkannya kepada pihak pengelola. Hal ini terjadi karena ketakutan dan keraguan yang mana apabila dilaporkan akan memiliki pengaruh terhadap nilai maupun kelangsungan pendidikan mereka di lembaga tersebut di kemudian hari.

Jika hal ini terus dibiarkan tanpa ada solusi maka akan merusak nama STIE Sultan Agung di mata masyarakat yang pada akhirnya akan mengakibatkan merosotnya jumlah mahasiswa ataupun mahasiswi di kemudian hari.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalahnya adalah :

- a. Apakah kehandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangibles*), empati (*Empathy*), dan daya tanggap (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara parsial?
- b. Apakah kehandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangibles*), empati (*Empathy*), dan daya tanggap (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar dan tingkat kepuasan mahasiswa. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangibles*), empati (*Empathy*), dan daya tanggap (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara parsial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangibles*), empati (*Empathy*), dan daya tanggap (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan.

4. Metode Penelitian

Desain penelitian mengungkapkan jenis penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian eksplanatori yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis, yakni menjelaskan pengaruh variabel bebas (*reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) terhadap variabel tidak bebas (kepuasan). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah berupa Dokumentasi dan Kuesioner. Tehnik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Metode Deskriptif Kualitatif dan Metode Deskriptif Kuantitatif.

B. LANDASAN TEORI

Lembaga pendidikan merupakan organisasi *non profit*. Menurut Alma (2003:46) “pemasaran jasa pendidikan adalah kegiatan lembaga pendidikan dalam memberikan pelayanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada pengguna jasa dengan cara yang memuaskan”.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Menurut Oliver yang dikutip oleh Tjiptono (2005:196) “kepuasan

adalah penilaian bahwa bentuk/model produk atau jasa, atau produk/jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan”.

Pelanggan merupakan konsep utama mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Defenisi pelanggan dalam pandangan tradisional menurut Tjiptono (2002:5) “pelanggan suatu perusahaan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut”. Sedangkan pelanggan dalam pandangan modern menurut Tjiptono (2002:6) bahwa dalam pandangan modern, konsep pelanggan mencakup pelanggan eksternal dan internal. Pelanggan eksternal adalah setiap orang yang membeli produk dari perusahaan, sedangkan pelanggan internal adalah semua pihak dalam organisasi yang sama, yang menggunakan jasa suatu bagian/departemen tertentu (termasuk pemroses selanjutnya dalam produksi bertahap).

Menurut Day yang dikutip oleh Nasution (2004:104) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192), ada 4 (empat) faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas produk atau jasa, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Harga produk, yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
3. Kenyamanan prosedur, pelanggan akan merasa puas jika dalam mendapatkan prosedur pelayanan relatif murah, nyaman, dan efisien.
4. Dukungan konsumen, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk atau jasa yang cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena dari produk atau jasa, melainkan nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek atau pelayanan tertentu.

Menurut Bowen yang dikutip oleh Alma (2005:69), bahwa mahasiswa yang masuk sebuah Perguruan Tinggi tentu mempunyai banyak harapan seperti adanya kesempatan kerja, pengembangan karir, dan adanya kepuasan, kesenangan, dan kebanggaan sebagai mahasiswa di Perguruan Tinggi tersebut.

Pengorbanan yang dikeluarkan oleh mahasiswa berupa uang untuk membayar segala biaya pendidikan, waktu yang dihabiskan yang dapat

dihitung sebagai *opportunity cost*, dan jerih payah mereka mengikuti perkuliahan, harus diimbangi dengan layanan yang diberikan Perguruan Tinggi. Semua rantai nilai yang ada dalam lembaga pendidikan, harus menciptakan nilai tambah bagi mahasiswa. Semua personil, serta proses pendidikan sebagai rantai nilai utama harus dapat memberikan kepuasan dalam layanan kepada para mahasiswa, Alma (2005:100).

Menurut Tjiptono (2008:1), *service* (jasa) umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangibile*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi dan seterusnya. Sebagai layanan, *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok). Salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*).

Kualitas jasa layanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan jika konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2007:59) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Salah satu implementasi operasional layanan sehari-hari, dikenal dengan konsep *Service Quality* (ServQual). Konsep ini diperkenalkan oleh A. Parasuraman, Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithamal untuk menganalisis sejauh mana tingkat layanan yang telah diberikan kepada pelanggan. *Service Quality* (ServQual) adalah salah satu konsep layanan perusahaan yang dapat diandalkan untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

ServQual terdiri dari lima elemen menurut Kartajaya (2009:8), yaitu *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* yang biasa disingkat RATER. Dalam risetnya, mereka bertiga menemukan bahwa dimensi *Reliability* dianggap sebagai elemen yang paling penting oleh pelanggan, disusul *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness*. Jika kelima elemen tersebut terpenuhi, maka pelanggan akan merasa puas. Inilah dasar dari konsep *customer satisfaction*.

Berdasarkan pemahaman konsep RATER, maka ada tiga hal yang penting terkait dengan pengaruh layanan terhadap dampaknya, yaitu: pertama, RATER penting bagi perusahaan untuk menciptakan *value*, tetapi tidak cukup jika hanya memiliki layanan standar namun harus memiliki diferensiasi. Inilah yang disebut *Branded Service*, dimana layanan memiliki keunikan dan diferensiasi disbanding pesaing. Yang kedua, tidak semua dimensi layanan penting, sehingga perusahaan harus mengidentifikasi mana yang penting dan dapat diterima oleh pelanggan. Ketiga, selain itu, dimensi

layanan di perusahaan yang satu akan berbeda tingkat *performance* dan dampaknya.

Menurut Kartajaya (2009:9) terdapat lima elemen kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Dimensi Reliability*

Merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat kepada pelanggan. Untuk mengevaluasi dimensi *reliability*, ada beberapa hal yang harus dievaluasi oleh perusahaan: Apakah Anda mengetahui layanan yang seharusnya Anda berikan kepada para pelanggan? Atau, Apakah Anda menyampaikan janji perusahaan kepada pelanggan?

2. *Dimensi Assurance*

Merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

3. *Dimensi Tangible*

Merupakan dimensi yang menggambarkan segala sesuatu yang bersifat *tangible* dan mempengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan seperti kerapian tempat kerja, kelengkapan fasilitas bagi pelanggan dan penampilan fisik staf.

4. *Dimensi Empathy*

Merupakan dimensi yang menggambarkan perhatian perusahaan kepada pelanggannya. Untuk mengevaluasi dimensi *empathy*, ada beberapa hal yang harus dievaluasi oleh perusahaan seperti: Apakah Anda memahami pelanggan Anda? Atau, Apakah Anda mau mendengarkan pelanggan Anda?

5. *Dimensi Responsiveness*

Merupakan dimensi yang menggambarkan bentuk tindakan yang responsive dan tepat waktu kepada pelanggan. Untuk mengevaluasi dimensi *responsiveness*, ada beberapa hal yang harus dievaluasi oleh perusahaan, seperti keingintahuan terhadap kesulitan yang dihadapi pelanggan, kesanggupan, dan jenis bantuan yang dapat diberikan ke pelanggan.

C. PEMBAHASAN

1. Analisis

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar Program Strata I (satu) jurusan Manajemen yang telah menyelesaikan minimal dua semester atau angkatan 2009/2010 keatas sebanyak 218 orang.

Dari hasil analisa dengan program SPSS pada tabel di atas dapat dilihat model regresi yang dihasilkan sebagai berikut: $Y = 0,461 + 0,496 X_1 + 0,326 X_2 + 0,343 X_3 + 0,633 X_4 + 0,326 X_5$.

Persamaan regresi yang diperoleh diatas dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif antara *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Artinya semakin tinggi tingkat kehandalan (*reliability*) maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi, semakin tinggi tingkat jaminan (*assurance*) maka kepuasan mahasiswa akan meningkat, semakin baik bukti fisik

maka kepuasan mahasiswa akan semakin meningkat, semakin tinggi tingkat empati (*empathy*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa dan semakin tinggi daya tanggap (*responsiveness*) maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi juga. Dan pengaruh yang paling dominan diantara kelimanya adalah empati (*empathy*).

Pengujian hipotesa ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik yaitu Uji t. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau individual. Untuk menguji hasil perhitungan regresi dapat dilakukan pembuktian hipotesa untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat secara Parsial.

Adapun hipotesa yang akan diuji secara parsial adalah:

H0 :Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

H1 :Ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan kriteria pengujian adalah:

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas signifikansi $> \alpha$ (5%), maka H0 diterima.

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas signifikansi $< \alpha$ (5%), maka H0 ditolak.

Dengan bantuan program SPSS pada tabel di atas, maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat bahwa :

a. Hasil pengujian variabel *reliability* diperoleh t_{hitung} 4,587 dengan probabilitas signifikan 0,000 lebih kecil dari tingkat keyakinan (*level of significant*) $\alpha = 0,05$. Maka keputusan yang diambil adalah menolak H0 dan menerima H1, artinya secara Parsial *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar.

b. Hasil pengujian variabel *assurance* diperoleh t_{hitung} 2,528 dengan probabilitas signifikan 0,012 lebih kecil dari tingkat keyakinan (*level of significant*) $\alpha = 0,05$. Maka keputusan yang diambil adalah menolak H0 dan menerima H1, artinya secara Parsial *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar.

c. Hasil pengujian variabel *tangible* diperoleh t_{hitung} 2,430 dengan probabilitas signifikan 0,016 lebih kecil dari tingkat keyakinan (*level of significant*) $\alpha = 0,05$. Maka keputusan yang diambil adalah menolak H0 dan menerima H1, artinya secara Parsial *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar.

d. Hasil pengujian variabel *empathy* diperoleh t_{hitung} 7,156 dengan probabilitas signifikan 0,000 lebih kecil dari tingkat keyakinan (*level of significant*) $\alpha = 0,05$. Maka keputusan yang diambil adalah menolak H0 dan menerima H1, artinya secara Parsial *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar.

- e. Hasil pengujian variabel *responsiveness* diperoleh t_{hitung} 2,715 dengan probabilitas signifikan 0,007 lebih kecil dari tingkat keyakinan (*level of significant*) $\alpha = 0,05$. Maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_1 , artinya secara Parsial *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar.
- f. Dari kelima variabel bebas diatas, dapat dilihat bahwa variabel *empathy* berpengaruh paling tinggi atau dominan ($t_{hitung} = 7,156$) terhadap kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar.

Pengujian hipotesa satu dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik yaitu Uji F. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan atau serempak terhadap variabel terikat. Untuk menguji hasil perhitungan regresi dapat dilakukan pembuktian hipotesa untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat secara Simultan.

Adapun hipotesa yang akan diuji secara simultan adalah:

H_0 :Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

H_1 :Ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun kriteria pengujian adalah:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas signifikansi $F < \alpha$ (5%), maka H_0 diterima,
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas signifikansi $F < \alpha$ (5%), maka H_0 ditolak

Dengan bantuan program SPSS, maka hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2715,138 | 5 | 543,028 | 142,310 | ,000 ^b |
| | Residual | 808,954 | 212 | 3,816 | | |
| | Total | 3524,092 | 217 | | | |

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Reliability, Empathy, Assurance, Tangible
b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dimana nilai F_{hitung} sebesar 142,310 adalah lebih besar dari F_{tabel} untuk $\alpha = 5\%$ sebesar 2,95, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan dari variabel bebas (*reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) terhadap variabel terikat (Kepuasan Mahasiswa) secara Simultan.

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) yang ditunjukkan tabel berikut dengan pengolahan SPSS :

Tabel 2
Koefisien Korelasi dan Determinasi

| Model Summary ^a | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,878 ^b | ,770 | ,765 | 1,95241 |

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Reliability, Empathy, Assurance, Tangible
b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Sumber: pengolahan data

Dari tabel diatas, perhitungan koefisien determinasi diatas menunjukkan bahwa *reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*

Dari tabel diatas diperoleh $R^2 = 0,770$, artinya variabel bebas dapat menjelaskan kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar sebesar 77%, dan sisanya 23% dapat dijelaskan oleh faktor lain seperti kualitas produk atau jasa, harga produk, kenyamanan prosedur, dukungan konsumen, dan faktor lainnya.

2. Evaluasi

a. Tingkat Kepuasan Mahasiswa pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Tingkat kepuasan mahasiswa pada STIE Sultan Agung dapat dilihat dari berbagai faktor seperti yang terdapat dalam pertanyaan kuesioner. Adapun hasil yang diperoleh untuk variabel kepuasan mahasiswa adalah sebanyak 4% sangat tidak puas, 7% dalam tingkatan tidak puas, 30% dalam tingkatan cukup, 46% dalam tingkatan puas, serta 13% dalam tingkatan berkategori sangat puas.

b. Keandalan (*Reliability*) pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Dimensi *reliability* merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat kepada pelanggan. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

Dimensi *reliability* pada STIE Sultan Agung dapat dilihat dari berbagai faktor seperti yang terdapat dalam pertanyaan kuesioner. Adapun hasil yang diperoleh untuk variabel *reliability* adalah sebanyak 1% masih dalam tingkatan sangat tidak baik, 3% dalam tingkatan tidak baik, 25% tingkatan cukup, 52% tingkatan baik, serta 18% berkategori sangat baik.

c. Jaminan (*Assurance*) pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Dimensi *assurance* merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Dimensi *assurance* pada STIE Sultan Agung dapat dilihat dari berbagai faktor seperti yang terdapat dalam pertanyaan kuesioner. Adapun hasil yang diperoleh untuk variabel *assurance* adalah sebanyak 5% masih dalam tingkatan sangat tidak baik, 7% dalam tingkatan tidak baik, 26% tingkatan cukup, 47% tingkatan baik, serta 15% berkategori sangat baik.

d. Bukti Fisik (*Tangible*) pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Dimensi *tangible* merupakan dimensi yang menggambarkan segala sesuatu yang bersifat *tangible* dan mempengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan seperti kerapuhan tempat kerja, kelengkapan fasilitas bagi pelanggan dan penampilan fisik staf.

Dimensi *tangible* pada STIE Sultan Agung dapat dilihat dari berbagai faktor seperti yang terdapat dalam pertanyaan kuesioner. Adapun hasil yang diperoleh untuk variabel *tangible* adalah sebanyak 2% masih dalam tingkatan sangat tidak baik, 6% dalam tingkatan tidak baik, 28% tingkatan cukup, 47% tingkatan baik, serta 17% berkategori sangat baik.

e. Empati (*Empathy*) pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Dimensi *empathy* merupakan dimensi yang menggambarkan perhatian perusahaan kepada pelanggannya, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Dimensi *empathy* pada STIE Sultan Agung dapat dilihat dari berbagai faktor seperti yang terdapat dalam pertanyaan kuesioner. Adapun hasil yang diperoleh untuk variabel *empathy* adalah sebanyak 1% masih dalam tingkatan sangat tidak baik, 4% dalam tingkatan tidak baik, 28% tingkatan cukup, 50% tingkatan baik, serta 17% berkategori sangat baik.

f. Daya Tanggap (*Responsiveness*) pada STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Dimensi *responsiveness* merupakan dimensi yang menggambarkan bentuk tindakan yang responsive dan tepat waktu kepada pelanggan. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan.

Dimensi *responsiveness* pada STIE Sultan Agung dapat dilihat dari berbagai faktor seperti yang

terdapat dalam pertanyaan kuesioner. Adapun hasil yang diperoleh untuk variabel *responsiveness* adalah sebanyak 3% masih dalam tingkatan sangat tidak baik, 6% dalam tingkatan tidak baik, 29% tingkatan cukup, 52% tingkatan baik, serta 10% berkategori sangat baik.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dari seluruh uraian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan (*Reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Strata 1 (satu) jurusan Manajemen atas pelayanan yang diberikan STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian regresi yang menunjukkan tanda positif pada persamaan sebagai berikut: $Y = 0,461 + 0,496 X_1 + 0,326 X_2 + 0,343 X_3 + 0,633 X_4 + 0,326 X_5$
- b. Secara Simultan atau bersamaan (uji F) kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Strata 1 (satu) jurusan Manajemen STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Artinya jika kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) secara bersamaan meningkat maka kepuasan mahasiswa akan meningkat.
- c. Secara Parsial (uji t), variabel *reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Strata 1 (satu) jurusan Manajemen atas pelayanan yang diberikan STIE Sultan Agung Pematangsiantar. Artinya semakin tinggi tingkat kehandalan (*reliability*) maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi, semakin tinggi tingkat jaminan (*assurance*) maka kepuasan mahasiswa akan meningkat, semakin baik bukti fisik maka kepuasan mahasiswa akan semakin meningkat, semakin tinggi tingkat empati (*empathy*) maka semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa dan semakin tinggi daya tanggap (*responsiveness*) maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi juga.
- d. Diantara kelima variabel yang diteliti, variabel empati (*empathy*) berpengaruh paling tinggi atau dominan, ini berarti pelayanan yang diberikan oleh STIE Sultan Agung Pematangsiantar dari segi empati yang lebih memuaskan mahasiswa Program Strata 1 (satu) jurusan Manajemen. Dari segi bentuk fisik (*tangible*) menunjukkan nilai yang terendah, ini berarti fasilitas fisik STIE Sultan Agung masih perlu dibenahi.
- e. Kepuasan mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar, sebesar 77% (uji Determinasi, $R^2 = 0,770$) dapat dijelaskan oleh *reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*, dan sisanya (23%) dapat dijelaskan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti

kualitas produk atau jasa, harga produk, kenyamanan prosedur, dukungan konsumen, dan faktor lainnya.

2. Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Variabel-variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, maka STIE Sultan Agung Pematangsiantar dalam memberikan pelayanan agar lebih memperhatikan bentuk fisik (*tangible*) seperti kerapian kampus, kebersihan kampus, kelengkapan fasilitas bagi mahasiswa dan penampilan fisik staf dan dosen. Dan tak kalah pentingnya pengaksesan fasilitas yang dimiliki oleh STIE Sultan Agung dapat diakses oleh semua mahasiswa tanpa terkecuali.
- b. Saran penulis agar STIE Sultan Agung Pematangsiantar dapat menyediakan kotak saran supaya dapat mengetahui bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang telah diberikan.
- c. Kemampuan variabel-variabel bebas, seperti *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* dapat menjelaskan kepuasan mahasiswa sebesar 77%, sedangkan sisanya 23% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti. Oleh karena itu diharapkan peneliti berikutnya agar menggali variabel-variabel lain yang dimungkinkan memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga dapat memberikan kontribusi khususnya untuk

kalangan Perguruan Tinggi Swasta dalam memenuhi kepuasan mahasiswanya.

- d. Waktu pelaksanaan penelitian ini sangat terbatas (3 bulan). Saran penulis bagi peneliti berikutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini adalah agar melaksanakan penelitian dengan waktu yang lebih lama lagi, agar diperoleh hasil yang lebih akurat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. Pemasaran Strategik Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2005. Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Kartajaya, Hermawan. 2009. *Service Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. Nur. 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Gahlia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Jasa. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*, Mewujudkan Layanan Prima. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.