

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Uniska Kediri

Lia Nur Hidayah

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

Ariealoph@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Strata-1 Universitas Islam Kediri Kediri. Hasil pra survei terdapat keluhan pada pelayanan staf yang lambat dan kebingungan tentang tata letak ruang di kampus. Kualitas pelayanan yang diteliti disini meliputi dimensi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang melibatkan 150 responden dari 3484 populasi yang berasal dari program studi manajemen dan akuntansi. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 0,770 + 0,204 x_1 + 0,049 x_2 + 0,153x_3 + 0,357x_4 + 0,126x_5 + e$. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan dimensi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa namun secara parsial hanya dimensi bukti langsung dan jaminan saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Islam Kediri Kediri. Berdasarkan uji determinasi diketahui bahwa Koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,548 atau 54,8%. Hal ini berarti bahwa kemampuan seluruh variabel X dalam menjelaskan variabel Y sebesar 54,8% sisanya (100% - 54,8%) 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan variabel dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa

ABSTRACT

*This study aimed to analyze the effect of service quality on student satisfaction Strata-1 Islamic University Kediri Kediri. The results of the survey, however pre complaints on the service staff were slow and confused about the layout of the room on campus. Service quality dimensions studied here include direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis involving 150 respondents from the 3484 population originating from management and accounting courses. The regression equation formed is $Y = 0.770 + 0.204 + 0.049 x_1 + x_2 + 0,153x_3 0,126x_5 0,357x_4 + + e$. Based on the survey results revealed that simultaneous dimensions of direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy significant effect on student satisfaction, but only partially direct evidence and assurance dimensions are significantly influence student satisfaction at the Islamic University of Kediri Kediri. Based on determination test is known that the coefficient of determination *Adjusted R Square* of 0.548 or 54.8%. This means that the ability of all the variables X in explaining the variable Y for the remaining 54.8% (100% - 54.8%) 45.2% influenced by other variables outside the equation variable in this study.*

Keywords: Service Quality, Student Satisfaction

PENDAHULUAN

Jasa pendidikan adalah suatu pengalaman yang tidak dapat dinilai sebelum kita mengalami atau merasakan sendiri. Dimana hasil jasa tersebut belum jelas dan nyata, sampai lulusannya dapat memperoleh pekerjaan dan menjadi seorang profesional (Lupiyoadi, 2009 : 156).

Perguruan tinggi termasuk jasa yang sifatnya jasa murni, dimana yang diberikan adalah program jasa dan didukung oleh sarana pendukung seperti ruang kelas, meja, kursi dan sebagainya. Pada dasarnya perguruan tinggi sebagai suatu sistem; dinilai dengan tolok ukur mutu layanan, mutu pengelolaan proses pembelajaran dan mutu sumber daya manusianya. Keputusan paling mendasar yang dibuat perguruan tinggi adalah program dan jasa apa yang ditawarkan pada mahasiswa, alumni, donatur dan masyarakat lainnya. Pelayanan yang sistemik, menuju kepuasan pelanggan. Persoalan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan kini menjadi semakin hal yang genting dan penting bagi perusahaan jasa. Perusahaan jasa harus mampu mengidentifikasi kesenjangan-kesenjangan yang terjadi yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa dan perilaku konsumen purnalayanan jasa. Terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa, menurut Parasuraman dkk (dalam Tjiptono : 70) persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan sarana fisik (Tangibles), kehandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), empati (Emphaty).

Universitas Islam Kediri atau UNISKA merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang menawarkan jasa pendidikan program sarjana dan pascasarjana di Kediri. Berbagai fasilitas disediakan demi memaksimalkan kualitas pelayanannya. Hasil dari pengamatan sementara (pra survei 30 orang) mahasiswa mengeluh tentang kualitas pelayanan yang

diberikan UNISKA, diantaranya berupa: pelayanannya yang lamban dan kurang sopan, ketidaksiapan fasilitas perkuliahan yang akan dipakai serta tata letak kantor yang membingungkan.

Sejalan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, masalah yang akan dikembangkan oleh peneliti adalah "Bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa pendidikan di UNISKA Kediri".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas menurut Kotler dan Keller (2009,143) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan layanan akademik dalam kurikulum pembelajaran menurut (Rosita et al., 2011:3) dalam jurnal Hery adalah upaya sistematis pendidikan untuk memfasilitasi peserta didik menguasai isi kurikulum melalui proses pembelajaran sehingga mereka mampu mencapai kompetensi standar yang diterapkan.

Terdapat lima dimensi mengenai kualitas pelayanan yang terkenal dengan sebutan SERVQUAL sebagai berikut (Parasuraman, et.all, dalam Lupiyoadi, 2001:148) :

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tersedia fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat

(*accurately*) dan kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak perlu terjadi, kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat.

d. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

e. Empati (*Empathy*)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

Kualitas pelayanan akademis yang berkualitas dapat diidentifikasi melalui kepuasan mahasiswa. Menurut Cravens (Handayani, et al., 2003) dalam jurnal Hery menyatakan bahwa untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen yang ada dalam lembaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang bersangkutan. Pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh mahasiswa merupakan awal dari kepuasan mahasiswa. Demi dapat menyediakan

pelayanan yang berkualitas maka perencanaan yang matang, fasilitas yang memadai, dan sumber daya manusia yang mendukung diperlukan untuk dapat menunjang hal-hal yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa seperti pelayanan yang baik, mulai dari proses registrasi, perkuliahan, ujian sampai dengan mahasiswa menyelesaikan kuliah. Peran orang (*people*) dari karyawan lini depan sangat penting bagi keberhasilan organisasi jasa.

Lupiyoadi (2009:75), menyatakan bahwa: “Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam *people* ini berarti sehubungan dengan seleksi, training, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia”.

Menurut Lupiyoadi (2009:75), ada 4 (empat) kriteria peranan dan pengaruh dari aspek *people* yang mempengaruhi konsumen, yaitu:

- 1) *Contactors, people* di sini berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
- 2) *Modifier*, mereka tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen, misalnya: resepsionis.
- 3) *Influencers*, mereka mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli tetapi tidak secara langsung kontak dengan konsumen.
- 4) *Isolateds, people* di sini tidak secara langsung ikut serta dalam *marketing mix* dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen. Misalnya, karyawan bagian administrasi penjualan, SDM, dan data *processing*.

a. Proses (*Process*)

Lupiyoadi (2009:76), menyatakan bahwa “Proses merupakan gabungan semua aktivitas umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, aktivitas

dan hal-hal rutin, di mana: jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen”.

Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Proses ini terjadi di luar pandangan konsumen. Konsumen tidak tahu bagaimana proses yang terjadi yang penting jasa yang ia terima harus memuaskan.

b. Pelayanan (*Customer service*)

Customer service pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi logistik, di mana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktifitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pransaksi, saat transaksi, dan pasca transaksi.

Jadi, jika kegiatan pendahuluannya baik maka konsumen akan memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.

2. Kepuasan Mahasiswa

Pemasaran bukanlah sekedar penjualan dan periklanan, tujuan pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memenuhi kebutuhan - kebutuhan tersebut dengan sangat baik. Tugas seorang pemasar tidak hanya membangkitkan minat beli konsumen dan berakhir pada konsumen memakai suatu jasa tetapi juga harus mengamati kepuasan konsumen pasca pemakaian jasa dan tindakan pasca pembelian. Jika seluruh pekerjaan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pelanggan tidak perlu banyak dibujuk. Mereka akan siap untuk membeli. Setelah membeli, mereka akan merasa puas dan siap untuk membeli dengan cara yang sama pada kesempatan berikutnya.

Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk (Kotler Keller, 2009,190). Jika pelayanan tidak memenuhi harapan, konsumen kecewa, jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan maka konsumen puas jika melebihi harapan konsumen akan sangat puas yang berarti bahwa pelayanan yang dia terima berkualitas. Pelanggan yang kecewa akan memutuskan untuk berhenti menggunakan jasa (opsi keluar) dan memperingatkan teman untuk tidak memakai jasa(opsi suara).

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan perguruan tinggi tidak tercermin dari konsumen mengulang pemakaian jasa yang sama dengan program yang sama pula. Kepuasan konsumen perguruan tinggi tercermin dari kesediaannya menyebarkan berita - berita positif dan merekomendasikan kepada orang lain, atau mengulang pemakaian jasa di fakultas yang berbeda dan atau melanjutkan ke jenjang pasca sarjana di UNISKA Kediri kemudian hari.

3. Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi adalah satuan pendidikan penyelenggara pendidikan tinggi. Peserta didik perguruan tinggi disebut mahasiswa, sedangkan tenaga pendidik perguruan tinggi disebut dosen (https://id.wikipedia.org/wiki/Perguruan_tinggi). Sedangkan arti universitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perguruan tinggi yang terdiri atas sejumlah fakultas yang menyelenggarakan pendidikan ilmiah dan atau profesional dalam sejumlah disiplin ilmu tertentu.

Menurut Lupiyoadi (2008,148) terdapat beberapa hal yang perlu dicatat mengenai karakteristik jasa perguruan tinggi, diantaranya :

- a. Perguruan tinggi termasuk kedalam kelompok jasa murni, dimana

pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata. Contoh : ruang kelas, kursi, meja, buku dan sebagainya.

- b. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), yang dalam hal ini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meski dalam perkembangannya ada juga yang menawarkan program universitas terbuka, kuliah jarak jauh dll)
- c. Penerima jasanya adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis orang, atau dalam jasa biasa disebut sistem kontak tinggi, yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan tinggi. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung.
- d. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan

Ada empat hal yang harus diperhatikan dalam peningkatan pembelajaran di perguruan tinggi menurut Sudarwan, 1995 dalam jurnal Hery, meliputi: 1) metode mengajar; 2) mutu pembelajaran; 3) tidak hanya bersifat *descriptive oriented* tetapi mencakup penerapan ilmu yang dipelajari; dan 4) kegiatan pembelajaran membentuk mahasiswa untuk dapat berdiri sendiri secara akademis melalui pola pikir analitis.

4. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Perguruan Tinggi

Sejalan dengan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor KEP/25/M.PAN/2004 terdapat 14 unsur sebagai dasar pengukuran indeks kepuasan mahasiswa sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
3. Kejelasan staf pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian staf yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
4. Kedisiplinan staf pelayanan, yaitu kesungguhan staf dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
5. Tanggungjawab staf pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab staf dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
6. Kemampuan staf pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki staf dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status mahasiswa yang dilayani;
9. Kesopanan dan keramahan staf, yaitu sikap dan perilaku staf dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa secara sopan dan ramah

- serta saling menghargai dan menghormati;
10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan mahasiswa terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
 11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
 12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
 13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
 14. Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga mahasiswa merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Adapun prinsip-prinsip pelayanan yang berkualitas (Batinggi,1999;2-15) adalah sebagai berikut:

1. Sebelum segala sesuatu dimulai, maka proses dan prosedur harus ditetapkan lebih awal.
2. Proses dan prosedur itu harus diketahui oleh semua pihak yang terlibat. Proses dan prosedur tidak boleh membingungkan dan mengandung interpretasi ganda.
3. Kualitas muncul dari orang-orang yang bekerja dalam sistem, satu mata rantai yang akhirnya membuahkan hasil. Apabila sistem itu baik, maka kecil kemungkinan kesalahan akan terjadi.
4. Peninjauan kualitas oleh para eksekutif perlu dilakukan secara periodik dalam arti perlu diadakan penyempurnaan dari prosedur kerja

jika dipandang perlu dengan memperhatikan selera pihak yang dilayani.

5. Kualitas pelayanan dapat dicapai hanya apabila para pemimpin organisasi menciptakan suatu iklim budaya organisasi yang memusatkan perhatian secara konsisten pada peningkatan kualitas dan kemudian menyempurnakannya secara berkala.
6. Kualitas berarti memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen/pelanggan.
7. Kualitas menuntut kerjasama yang erat. Setiap orang dalam organisasi hendaknya memandang orang lain sebagai partnernya yang dapat dilihat dan dihargai sebagai bagian dari penentu berhasilnya melaksanakan kewajiban

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa timbul akibat dari orang-orang yang bekerja dalam sistem, satu mata rantai yang akhirnya membuahkan keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera mahasiswa.

METODE PENELITIAN

1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *independent variable* atau variabel terikat dan *dependent variabel* atau variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebasnya. Variabel bebas terdiri dari bukti langsung (tangible), keandalan (Relability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empaty)

2. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel dependen dan kepuasan mahasiswa sebagai

variabel independen. Berikut aspek-aspek yang menjadi indikator variabel kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa.

a. Bukti langsung adalah Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal
Indikatornya meliputi :

- i. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas fisik
- ii. Kerapihan penampilan staf atau pegawai
- iii. Keselarasan dan keserasian tata ruang

b. Keandalan adalah Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
Indikatornya meliputi :

- i. Ketepatan waktu pelayanan
- ii. Penggunaan teknik dan teknologi terbaru
- iii. Keakuratan dan keandalan dalam penanganan dan penyampaian pelayanan

c. Daya tanggap adalah Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas)
Indikatornya meliputi :

- i. Cepat dan cekatan dalam melayani kebutuhan mahasiswa
- ii. Perhatian penuh dalam penyampaian pelayanan
- iii. Disiplin terhadap waktu

d. Jaminan adalah Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan

Indikatornya meliputi :

- i. Mahasiswa merasa aman dan nyaman di wilayah kampus
 - ii. Staf memiliki pengetahuan tinggi untuk melayani mahasiswa
 - iii. Adanya sanksi bagi mahasiswa dan dosen yang melanggar peraturan yang telah ditetapkan dan berlaku untuk semua mahasiswa tanpa terkecuali
- e. Empati adalah Perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen
Indikatornya meliputi :
- i. Penuh perhatian kepada masalah mahasiswa
 - ii. Pemahaman dan kesungguhan terhadap kepentingan atau perasaan mahasiswa
 - iii. Kemudahan mahasiswa dalam melakukan hubungan dan mendapatkan informasi
- f. Kepuasan mahasiswa adalah Evaluasi yang menggambarkan seseorang atas perasaan sikap senang atau tidak senang usai mengkonsumsi produk atau jasa
- i. Pelayanan UNISKA sesuai dengan harapan
 - ii. Puas terhadap pelayanan staf UNISKA
 - iii. Bersedia merekomendasikan UNISKA kepada pihak lain

3. Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2006:130) Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Sedangkan sampel adalah wakil atau sebagian populasi yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi UNISKA Fakultas

Ekonomi (data registrasi KRS , kantor Fakultas Ekonomi UNISKA) yang berjumlah 150 mahasiswa Adapun cara pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *judgment sampling* yakni pemilihan responden yang berada ditempat yang paling menguntungkan untuk memberikan informasi dan *Simple random sampling* yakni teknik mengambil sampel secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi.

4. Metode Analisis data

a. Uji Validitas

Uji kevalidan data diperlukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kesesuaian pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diperlukan.

Peneliti menguji butir-butir pertanyaan tersebut kepada 150 orang responden dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05, dari sini dapat diketahui *Degree of Freedom* sebesar 0,1697 ($df=150-2=148$) pada tabel r.

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah:

- 1) Apabila nilai korelasi $>$ nilai probabilitas, maka item kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila nilai korelasi $<$ probabilitas, maka item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan/dapat dipercaya. Pengukuran reliabilitas terhadap variabel dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach alpha.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha $>$ 0,600 maka kuesioner tersebut reliable.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha $<$ 0,600 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

c. Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui model persamaan yang terbentuk dari variabel dependen dan variabel independen.

Seberapa besar pengaruh variabel dependen kualitas pelayanan terhadap variabel independen kepuasan mahasiswa dapat diketahui menggunakan metode analisa regresi linear berganda ini. Agar hasil yang diperoleh lebih terarah, maka penulis menggunakan bantuan program *software* SPSS versi 16.

5. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Caranya dengan membandingkan koefisien alpha pada taraf signifikansi 5% tabel t dengan nilai kolom *sig.* pada tabel **Coefficients^a**. Koefisien alpha dapat diketahui dengan rumus $df=n-k$, dimana n adalah jumlah responden sementara k adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen. Maka koefisien alpha diketahui sebesar 1,656 ($df =150$ responden - 6 variabel = 144).

Ketentuan :

- 1) Jika nilai hitung t lebih besar dari α (0,05), artinya variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan dan hipotesis ditolak.
- 2) Jika nilai hitung t lebih kecil dari α (0,05), artinya variabel tersebut

berpengaruh secara signifikan dan hipotesis diterima.

6. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara simultan atau menyeluruh terhadap variabel dependen. Uji F dikenal sebagai uji *One Way Anova* pada perhitungan SPSS. Caranya dengan membandingkan koefisien alpha pada taraf signifikansi 5% tabel F dengan nilai kolom *Sig.* pada tabel **ANOVA**^b. Koefisien alpha dapat diketahui dengan rumus :

$$Df1 = k-1$$

$$Df2 = n-k$$

Dimana :

k = Jumlah variabel independen dan variabel dependen

n = Jumlah sampel

Maka diketahui nilai hitung F sebesar 2,2770 dengan menggunakan bantuan program excel [*finv(0.05,5,144)*].

7. Koefisien Determinasi

Uji determinasi dipakai untuk menguji seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain.

Nilai koefisien determinasi berkisar diantara 0 - 1 dengan ketentuan sebagai berikut:

1) jika $r^2 = 1$ akan mempunyai arti bahwa model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y

2) jika $r^2 = 0$ akan mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara regresor (X) dengan variabel Y

Misal $r^2 = 0,8$ mempunyai arti bahwa pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebesar 80%; sedang sisanya 20% dipengaruhi oleh faktor lain.

HASIL PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan, dengan membandingkan nilai hitung r dengan nilai *Probabilitas Korelasi [sig.(2-tailed)]* sebesar 0,000 , seluruh butir pertanyaan bernilai hitung r lebih besar dari pada nilai *Probabilitas Korelasi [sig.(2-tailed)]*. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada kuesioner yang telah disebarkan layak menjadi alat ukur.

Tabel 1
Uji Validitas

Dimensi	Nilai Korelasi (Pearson Correlation)
Bukti langsung	0,755
Bukti langsung	0,792
Bukti langsung	0,801
Keandalan	0,769
Keandalan	0,786
Keandalan	0,864
Daya Tanggap	0,845
Daya Tanggap	0,729
Daya Tanggap	0,784
Jaminan	0,806
Jaminan	0,777

Jaminan	0,693
Empati	0,836
Empati	0,853
Empati	0,810
Kepuasan Mahasiswa	0,820
Kepuasan Mahasiswa	0,839
Kepuasan Mahasiswa	0,823

Sumber : Data diolah (2015)

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dengan program SPSS tabel 4.14, nilai hitung Alpha lebih besar dari pada 0,600. Dengan demikian seluruh instrumen angket atau butir pertanyaan dinyatakan reliabel dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Bukti Langsung (X1)	0,680
Keandalan (X2)	0,733
Daya Tanggap (X3)	0,690
Jaminan (X4)	0,630
Empati (X5)	0,777
Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,768

Sumber : Data diolah (2015)

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan SPSS 16, persamaan yang terbentuk adalah $Y = 0,770 + 0,204 x_1 + 0,049 x_2 + 0,153x_3 + 0,357x_4 + 0,126x_5 + e$.

Artinya pengaruh yang diberikan variabel Bukti Langsung (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan variabel Jaminan (X5) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y) bernilai positif atau searah karena semua hasil penghitungan beta bernilai positif.

Hasil persamaan tersebut diatas memberikan pengertian bahwa :

1. kepuasan dasar mahasiswa mahasiswa (y) bernilai 0,0770 satuan jika terjadi perubahan terhadap dimensi kepuasan sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan mahasiswa akan mengalami peningkatan/penurunan sebesar 0,0770 satuan.
2. Bukti langsung (x1) bernilai 0,204 satuan jika terjadi perubahan terhadap dimensi bukti langsung sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka dimensi bukti langsung akan mengalami peningkatan/penurunan sebesar 0,204 satuan.
3. keandalan (x2) bernilai 0,049 satuan jika terjadi perubahan terhadap dimensi keandalan sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka dimensi keandalan akan mengalami peningkatan/penurunan sebesar 0,049 satuan.
4. Daya tanggap (x3) bernilai 0,153 satuan jika terjadi perubahan terhadap dimensi daya tanggap sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang

lain konstan, maka dimensi daya tanggap akan mengalami peningkatan/penurunan sebesar 0,153 satuan.

5. jaminan (x4) bernilai 0,357 satuan jika terjadi perubahan terhadap dimensi jaminan sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka dimensi jaminan akan mengalami peningkatan/penurunan sebesar 0,375 satuan.
6. empati (x5) bernilai 0,126 satuan jika terjadi perubahan terhadap dimensi empati sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka dimensi empati akan mengalami peningkatan/penurunan sebesar 0,126 satuan.

4. Uji T

Tabel 3
Uji T

Bukti Langsung	2.656	.009
Keandalan	.563	.575
Daya Tanggap	1.808	.073
Jaminan	4.515	.000
Empati	1.462	.146

Sumber : Data diolah (2015)

Berdasarkan tabel diatas variabel bukti langsung dan jaminan lebih kecil dari α (0,05), artinya variabel bukti langsung dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa Hipotesis1 dan hipotesis4 layak untuk diterima. Sedangkan variabel keandalan, daya tanggap dan empati menunjukkan nilai lebih besar dari α (0,05), artinya variabel keandalan, daya tanggap dan

empati berpengaruh positif namun tidak signifikan.

5. Uji F

Diketahui bahwa hasil uji F hitung menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dari pada 2,2770 (0,05), oleh karena signifikansi $< 0,05$ maka seluruh variabel X (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

6. Uji Determinasi

Diketahui Koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,548 atau 54,8%. Hal ini berarti bahwa kemampuan seluruh variabel X dalam menjelaskan variabel Y sebesar 54,8% sisanya (100% - 54,8%) 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan variabel dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan Uji T dan Uji F dari bab 4 pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan Uji T maka secara parsial hipotesis 1 dan hipotesis 4 layak untuk diterima, Hipotesis 2, hipotesis 3, hipotesis 5 harus ditolak.
2. Berdasarkan Uji F secara bersama-sama hipotesis 6 layak untuk diterima.

SARAN

Berdasarkan paparan penelitian diatas, maka penulis ingin menyampaikan saran terkait rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, yaitu :

1. Penampilan fisik gedung dan staff sudah cukup memuaskan, tata letak kantor perlu ditempatkan pada zona yang lebih strategis
2. Keberadaan staff dalam penanganan pemberkasan masih belum akurat, perlu adanya kontrol dalam menyediakan pemberkasan administrasi maupun absensi sehingga lebih update dan terarah.
3. Staff kantor fakultas ekonomi sudah cukup memuaskan
4. Pada dimensi jaminan, UNISKA masuk dalam kategori cukup memuaskan. Terbukti dengan adanya CCTV untuk memantau keamanan dan adanya akreditasi BAN-PT.
5. Pada dimensi empati, mahasiswa masih kesulitan dalam mendapatkan informasi akademik dari pihak kampus, perlu adanya penghubung yang jelas, antara mahasiswa dan pihak kampus. Maksimalisasi fungsi website atau media sosial dalam memberikan pengumuman dapat memecahkan masalah ini, dikarenakan UNISKA menyediakan kelas malam yang notabene mahasiswanya seorang pekerja yang jarang hadir ke kampus maka banyak diantaranya kekurangan informasi.
6. Telah diketahui bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh pada kualitas pelayanan di UNISKA, untuk dapat memberikan pelayanan prima maka maksimalisasi pada seluruh variabel independen sangat diperlukan.

[publik/indeks-kepuasan-masyarakat-ikm/](#) (diakses pada 1 April 2016 6:18 WIB)

Anonim.Perguruan tinggi.https://id.wikipedia.org/wiki/Perguruan_tinggi.diakses pada 16 Desember 2015 11:49 WIB)

Anonim.universitas.<http://kbbi.web.id/universitas>.diakses pada 16 Desember 2015 11:50 WIB)

Kotler, Philip Dan Kevin Keller.2008.*Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2.Jakarta : Penerbit Erlangga

Kotler, Philip Dan Kevin Keller.2009.*Manajemen Pemasaran*. Edisi 13.jilid 1.Jakarta : Penerbit Erlangga

Prasetijo, Ristiyani Dan John Joi Lhalauw.2005.*Perilaku Konsumen*.Yogyakarta : Andi Offset

Setiadi,Nugroho J,2003,*Perilaku Konsumen*,Prenadamedia Group,Jakarta

Suharsimi, Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta

Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta

DAFTAR PUSTAKA

Anonim.<http://www.uniska-kediri.ac.id>.(diakses pada 17 Maret 2016 18:43)

Anonim.*Indeks Kepuasan Masyarakat*.
<https://raninuraeni379.wordpress.com/kuliah/administrasi->

Skripsi , tesis dan jurnal

Samosir, Zurni Zahara. (2005).*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU*. Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi Vol 1 No 1

Juni.Universitas Sumatera Utara
Tersedia;

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/15727/1/pus-apr2005-%20%285%29.pdf> [2
Maret 2016]

Susanto, Hery.(2014).*Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (Upbjj) Mataram*. Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh, Vol. 15, No 2, (September) , 88-98.
Tersedia :
<http://jurnal.ut.ac.id/JPTJJ/article/download/82/76> [03 Maret 2016]

Widodo, Hendro(2014).*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar*.Skripsi yang dipublikasikan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
Tersedia:
<http://journal.uad.ac.id/index.php/JPSD/article/download/2524/1505>
[2 Maret 2016]