

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Oleh: Abror

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the service quality and its influence to the student satisfaction in the State University of Padang (UNP). This research used five dimensions of SERVQUAL with the sample of 400 respondents from 27,997 students. With the descriptive analysis, UNP has to improve the service quality to make higher student satisfaction in the future. By using Regression analysis, it is found that five dimensions of SERVQUAL significantly influence the student satisfaction. Partially, only reliability and empathy have significant effect to the student satisfaction.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, mahasiswa

I. PENDAHULUAN

Orientasi kepada konsumen tidak hanya menjadi moto dalam bisnis, pada saat ini organisasi nirlaba seperti perguruan tinggi juga memberikan perhatian yang sama terhadap konsumennya. Perhatian perguruan tinggi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa, sebagai salah satu konsumen perguruan tinggi, merupakan suatu keharusan dalam pengelolaan pendidikan tinggi saat ini. Sebagai penyedia jasa, perguruan tinggi harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya.

Kondisi persaingan yang semakin ketat dalam bidang pendidikan saat ini, memaksa setiap perguruan tinggi ataupun penyelenggara pendidikan tinggi harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik serta berbeda dengan para saingan. Hal ini dimaksudkan agar perguruan tinggi bisa memenangkan persaingan yang ada. Dalam sektor

jasa dikenal beberapa dimensi kualitas pelayanan seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry¹ yaitu dimensi berwujud (*tangible*), keandalan dalam menyampaikan jasa (*reliability*), ketanggapan dalam memberikan jasa (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*) serta kemampuan untuk memberikan perhatian tulus pada pelanggan (*empathy*).

Universitas Negeri Padang (selanjutnya disebut UNP) merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang berasal dari perubahan Institut Keguruan Ilmu Pendidikan (IKIP) menjadi universitas. UNP harus berani bersaing dalam

¹Parasuraman, Zeithaml, V.A. Berry, Leonard. 1998. "SERVQUAL: A multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64. No.1.

mendapatkan mahasiswa baru, untuk itu UNP perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang mampu diberikan kepada semua pihak yang berkepentingan.

Universitas Negeri Padang memiliki 7 fakultas yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Bahasa Sastra dan Seni (FBSS), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Ilmu Sosial (FIS), dan Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK) dengan jumlah mahasiswa sebanyak 27.997 orang. Universitas secara keseluruhan harus mampu memberikan pelayanan berkualitas yang bisa memenuhi kebutuhan mahasiswa dan diharapkan mahasiswa mau merekomendasikan UNP sebagai perguruan tinggi yang harus dipilih oleh orang lain sebagai tempat belajar.

Kondisi riil di lapangan terlihat masih banyak pelayanan yang diberikan oleh Universitas dinilai sebagian mahasiswa belum maksimal. Hal ini terlihat pada prosedur pengurusan akademis di tingkat jurusan, fakultas maupun universitas, pelayanan dosen yang masih dinilai kurang, pelayanan BAAK, Puskom dan Perpustakaan yang masih berbelit-belit, serta kurangnya sarana dan prasarana pendukung pembelajaran. Penilaian seperti ini perlu dilakukan pembuktian lebih lanjut dan pendapat sebagian mahasiswa tersebut belum tentu bisa mewakili kenyataan yang sebenarnya.

Kondisi kualitas pelayanan yang ada akan berdampak terhadap tingkat kepuasan/ketidakpuasan mahasiswa terhadap universitas itu

sendiri. Hal seperti ini harus bisa diantisipasi bila UNP mau melakukan perbaikan. Agar hal ini bisa terjawab perlu dilakukan suatu penelitian tentang penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan. Dengan dilakukannya penelitian ini, UNP akan mengetahui persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan yang telah diberikan dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan serta sekaligus sebagai bahan evaluasi ke depan.

Dari uraian di atas penulis dapat merumuskan permasalahan dalam kajian ini, yaitu: "Sejauhmana kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa UNP".

II. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Kepuasan Pelanggan

Dalam dekade terakhir banyak sekali model yang dikembangkan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, salah satu konsep yang ada adalah teori diskonfirmasi. Menurut Johnston² teori diskonfirmasi memperlihatkan bahwa kepuasan sangat berhubungan dengan pengalaman diskonfirmasi dimana diskonfirmasi tersebut tergantung pada ekspektasi awal dari seorang pelanggan. Teori ini sangat mirip dengan model kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan merupakan hasil dari persepsi pelanggan atas

²Johnston, Robert. 1995. "The zone of tolerance: Exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service". *International Journal of Service Industry Management*. Vol 6. No.2. p.46-61

jasa yang diterimanya. Jika persepsi konsumen sesuai dengan harapan konsumen, diharapkan konsumen atau pelanggan akan puas dan sebaliknya jika tidak terpenuhi maka konsumen akan merasa tidak puas.

Menurut Oliver³ kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal, pertama adalah harapan prapembelian, yaitu keyakinan tentang kinerja yang diantisipasi dari suatu produk/jasa dan yang ke dua adalah perbedaan antara harapan pembelian dengan persepsi purnapembelian. Proses ini akan mengkonfirmasi ekspektasi awal konsumen.

Jika konsumen puas maka ia akan melakukan pembelian kembali atau setidaknya merekomendasikan produk kepada orang lain. Namun jika terjadi ketidakpuasan konsumen mungkin akan pindah ke produk lain. Hal itulah yang menyebabkan mengapa kepuasan konsumen perlu diteliti secara berkala karena tingkat kepuasan yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional dengan merek tertentu, dan hal ini menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi. Berdasarkan penelitian tentang *Customer Satisfaction* yang dilakukan Kelsey dan Bond⁴ diperoleh beberapa atribut yang menentukan kepuasan konsumen terhadap suatu lembaga pendidikan, antara lain:

1. Kepuasan akan pelayanan staf yang diberikan.
2. Perhatian yang diberikan staf pengajar akan apa yang dipelajari.
3. Kelengkapan fasilitas yang diberikan.
4. Biaya pendidikan terjangkau.
5. Respon dalam menghadapi keluhan.
6. Lembaga memberikan informasi dan solusi bagi setiap masalah yang dihadapi.
7. Latar belakang staf pengajar.
8. Promosi yang dilakukan lembaga pendidikan.
9. Imej lembaga pendidikan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas bersifat relatif, tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Menurut *American society for Quality Control*⁵, kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Menurut Lupiyoadi⁶ pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang harus konsisten satu sama lain yaitu persepsi konsumen, produk atau jasa dan proses. Dimana untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, karena produknya adalah proses itu sendiri.

Pendekatan kualitas pelayanan/jasa yang banyak digunakan dalam

³ Kotler, Philip. Keller, Helen Len. 2009. *Marketing Management*. 13th Edition. Prentice Hall. New Jersey.

⁴ Kelsey, K.D. Bond, J.A. 2001. "A Model for Measuring Customer Satisfaction within An Academic Center of Excellence". In *Journal of Managing Service Quality*. Vol. 11 No. 5. p. 359-367.

⁵ Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik* Salemba Empat. Jakarta.

⁶ *Ibid*

riset pemasaran adalah model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry. SERVQUAL dibangun dengan membandingkan dua faktor utama yaitu layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan konsumen. Menurut Parasuraman dkk.⁷ ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangible* (berwujud)
Berwujud atau bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini ditunjukkan oleh penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan yang diberikan tersebut meliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability* (keandalan)
Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang ditampilkan harus sesuai dengan harapan pelanggan seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik sertadengan tingkat akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (ketanggapan)
Ketanggapan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada

⁷ Parasuraman, Zeithaml, V.A. Berry, Leonard. 1998. *Op cit.*

pelanggan serta cepat mengakomodasi keluhan pelanggan.

4. *Assurance* (jaminan)
Jaminan yang ditampilkan bisa berupa pengetahuan yang dimiliki, kesopansantunan dan kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya para pelanggannya terhadap perusahaan. Hal ini terlihat dalam komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. *Empathy* (empati)
Empati merupakan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dalam upaya memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Pada suatu perguruan tinggi atau lebih khususnya sebuah fakultas, pelayanan yang diberikan akan meliputi pelayanan akademik dan administrasi. Pelayanan akademik akan melibatkan staf pengajar dan staf akademik lain dan prasarana penunjang kegiatan akademik yang tersedia, sedangkan pelayanan administrasi akan melibatkan pelayanan administrasi oleh pegawai administrasi di fakultas dan prodi.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan adalah penelitian tentang penilaian kualitas jasa pada sekolah bisnis yang dilakukan oleh Pariseau dan Mc Daniel⁸. Penelitian ini dilakukan pada dua universitas di daerah North-East Region USA.

⁸ Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R.1997. "Assesing Service Quality in Schools of Business". *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 14. No.3. p. 204-218

Studi ini membandingkan antara harapan dan persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah bisnis, yang meliputi pelayanan dosen, materi yang diberikan dan pelayanan non akademik. Dalam penelitian ini digunakan lima variabel seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman yaitu variabel *tangibles*, *reliability*, *empathy*, *responsiveness* dan *assurance*, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai bahwa sekolah bisnis harus memiliki tingkat *assurance/jaminan* yang tinggi kemudian baru diikuti oleh variabel *responsiveness*, hal ini juga telah sesuai dengan persepsi manajemen sekolah bisnis.

Lee et.al.⁹ juga telah melakukan penelitian yang sama namun pada objek yang berbeda yaitu pada perusahaan entertainment, kursus aerobik dan perusahaan jasa investasi, Lee menemukan bahwa variabel *tangibility* merupakan factor yang penting pada industri berbasis peralatan dan *responsiveness* pada industri berbasis manusia. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sureshchandar¹⁰ menemukan adanya hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas pelayanan maka besar

kemungkinan konsumen akan semakin puas. Kelsey dan Bond¹¹ juga menggunakan dimensi kualitas pelayanan sebagai faktor penentu kepuasan konsumen dalam sebuah *Academic Centre of Excellence*. Disamping itu, McDougall dan Levesque¹² menemukan bahwa *service quality* dan *perceived value* merupakan pendorong utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada 4 bisnis jasa yaitu dokter gigi, service kendaraan, restoran dan salon.

Abror dan Patrisia¹³ telah melakukan penelitian yang sama pada Fakultas Ekonomi UNP. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ternyata mahasiswa menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh fakultas Ekonomi UNP masih belum cukup baik. Tingkat kepuasan mahasiswa juga dinilai masih kurang. Kualitas pelayanan secara bersama-sama, ditemukan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, namun secara parsial hanya variabel empati dan *tangible* yang dinilai berpengaruh secara signifikan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausatif untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap

⁹Lee, Hasik. Lee, Yongki. Yoo, Dongkeun. 2000. "The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction". *Journal of Services Marketing*. Vol 14. No. 3. p.217-231

¹⁰Sureshchandar, G.S. Rajendran, Chandrasekharan. Anantharaman, R.N. 2002. "The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: A Factor Specific Approach. In *Journal of Services Marketing*. Vol16 No. 4. p. 363 – 379

¹¹ Kelsey, K.D. Bond, J.A. 2001. *Op cit*.

¹²McDougall, G. and Levesque, T. 2000. "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation". In *Journal of Service Marketing*. Vol 14 No.5. p.392-410

¹³Abror, Patrisia, Dina. 2008. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa FEUNP". *Laporan Penelitian*. Padang: LPUNP.

variabel terikat, dan diteliti dengan menggunakan jawaban responden. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat *cross-sectional* yang diambil dengan melakukan *survey* pada waktu tertentu. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang menunjukkan dimensi kualitas pelayanan sebagai variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari: *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (tangapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati).

Kepuasan sebagai variabel terikat diukur berdasarkan penilaian responden secara keseluruhan atas dimensi kualitas pelayanan yang diukur dengan pernyataan mulai dari sangat tidak puas sampai dengan sangat puas.

Data dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat kuantitatif. Data tersebut merupakan data primer yang dikumpulkan melalui survei langsung kepada responden dengan menggunakan sejumlah pertanyaan yang tersusun dalam bentuk lembar kusioner.

Pertanyaan yang diajukan dalam daftar pertanyaan dijawab oleh responden dengan jawaban yang menggunakan skala Likert. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UNP yang terdaftar pada tahun ajaran 2008/2009 minimal telah berada di tahun ke dua yaitu sebanyak 27.997 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara bertahap yaitu dari 7 fakultas dipilih 4 fakultas sebagai sampel yaitu FIP, FMIPA, FIS dan FE, dari masing-masing fakultas diambil 100 orang sampel. Rumus yang digunakan

untuk mencari sampel adalah rumus Slovin¹⁴.

Penelitian ini adalah penelitian kausatif, oleh karena itu dalam melakukan analisis dipergunakan beberapa teknik analisis statistik yang sesuai. Pada tahap awal untuk melihat validitas dan reliabilitas pertanyaan penelitian, dilakukan uji coba kusioner kepada 30 orang responden. Dengan menggunakan nilai *cronbach alpha* ditemukan dimensi *tangibles* nilainya 0,67, *reliability* 0.76, *responsiveness* 0.817, *assurance* sebesar 0.85 dan *empathy* sebesar 0.94.

Analisis selanjutnya dilakukan dengan *confirmatory factor analysis* untuk mengkonfirmasi validitas masing masing variabel. Analisis regresi berganda merupakan analisis lebih lanjut yang harus dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS 13

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNP minimal telah duduk di semester 3. Berdasarkan jenis kelamin, yang menjadi responden terdiri dari 68 orang laki-laki dan 324 orang wanita, 8 orang tidak mengisi sehingga jumlah total 400 orang responden. IPK rata rata responden antara 2,60 sampai dengan 3,50.

¹⁴Umar, Husein. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Berdasarkan tabel deskriptif berikut terlihat bahwa tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan masih belum cukup baik yang ditandai dengan nilai rata-ratanya masih 3,30. Penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dinilai juga masih

belum begitu baik, hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-ratanya masih di bawah 4. Kualitas pelayanan berdasarkan 5 dimensinya dinilai responden cukup baik dengan rata-rata untuk masing-masing dimensi sudah di atas 3.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

		Statistics					
		Tangible	Reliability	Assurance	Empathy	Responsiveness	Kepuasan
N	Valid	400	400	399	389	400	375
	Missing	0	0	1	11	0	25
Mean		3.6261	3.5340	3.4598	3.3115	3.2136	3.3033
Median		3.6667	3.5833	3.4737	3.3077	3.2727	3.2500
Mode		4.00	3.63	4.00	3.00	4.00	3.00

2. Confirmatory Factor Analysis

Berdasarkan hasil confirmatory factor analysis ditemukan bahwa untuk variabel *Tangible*, dari 15 pertanyaan yang digunakan ternyata hanya 10 indikator yang dinilai layak untuk dianalisis lebih lanjut. Indikator yang tidak layak tersebut adalah, ketersediaan ruang kuliah, ketersediaan media pembelajaran, perpustakaan di tingkat universitas dan fakultas serta ketersediaan sistem informasi akademik. Hal ini dianggap sudah merupakan keharusan bagi sebuah perguruan tinggi sebagai penyedia jasa pendidikan.

Pada Variabel *Reliability*, semua pertanyaan dinilai layak untuk masuk ke dalam analisis setelah dilakukan tes dengan

confirmatory factor analysis. Variabel berikut adalah *Responsiveness*, dari 11 pertanyaan juga ditemukan tidak ada yang tidak layak masuk dalam analisis. Variabel *Assurance* memiliki 19 pertanyaan, terdapat 1 pertanyaan yang tidak layak masuk dalam analisis yaitu tentang sistem online memenuhi kebutuhan mahasiswa. Terakhir pada variabel *Empathy*, dari 13 pertanyaan semuanya juga layak untuk di analisis.

Regresi Berganda

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji homogenitas

Berdasarkan uji homogenitas yang dilakukan dengan menguji residual, terlihat bahwa data sudah homogen ditandai dengan nilai signifikansinya di atas 0.05.

Tabel 2: Hasil Uji Homogenitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.533	.118		-21.457	.000
	EMPATHY	.286	.217	.119	1.318	.188
	RESPONSIVENESS	.042	.217	.018	.196	.845
	ASSURANCE	-.184	.248	-.077	-.742	.459
	RELIABILITY	.048	.198	.020	.241	.810
	TANGIBLE	-.137	.170	-.058	-.809	.419

a. Dependent Variable: Lnres

2) *Uji Multikolinearitas*

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai condition index, multikolinearitas terjadi jika nilai condition index lebih

dari 30. Berdasarkan ketetapan tersebut, data dalam penelitian ini masih bebas dari multikolinearitas karena nilainya masih dibawah 30.

Tabel 3: Uji Multikolinearitas

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	EMPATHY	RESPONSIVENESS	ASSURANCE	RELIABILITY	TANGIBLE
1	1	3.749	1.000	.00	.02	.02	.01	.02	.02
	2	1.000	1.936	1.00	.00	.00	.00	.00	.00
	3	.545	2.623	.00	.09	.03	.01	.09	.58
	4	.291	3.591	.00	.37	.12	.06	.55	.03
	5	.246	3.902	.00	.01	.69	.03	.34	.37
	6	.169	4.706	.00	.51	.14	.88	.00	.00

a. Dependent Variable: KEPUASAN

3) *Uji Normalitas*

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov test, berdasarkan uji tersebut dinilai data dalam penelitian ini belum normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi Kolmogorov-smirnov yang lebih kecil dari 0.05. Meskipun nilai signifikansi KS lebih kecil dari 0,05, dengan jumlah sampel yang

lebih besar dari 30 diasumsikan "approximate to normal".

Hasil Regresi

Berdasarkan analisis regresi, semua variable bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat. Hal ini terlihat dari tabel ANOVA yang memperlihatkan nilai yang signifikan (lebih kecil dari 0.05).

Tabel 5: ANOVA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.377	5	11.675	28.945	.000 ^a
	Residual	158.924	394	.403		
	Total	217.301	399			

a. Predictors: (Constant), TANGIBLE, RELIABILITY, EMPATHY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini sebesar 26,9 %. Hal ini terlihat dari nilai *R Square* dan ada faktor lain yang berpengaruh sebesar 73,1%.

Tabel 6: Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.518 ^a	.269	.259	.63511	.269	28.945	5	394	.000	1.945

a. Predictors: (Constant), TANGIBLE, RELIABILITY, EMPATHY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Secara individual terlihat ada dua variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel Empati dan *Reliability*. Tiga variabel lain meskipun secara bersama-sama signifikan berpengaruh ternyata secara individual tidak berpengaruh secara signifikan.

Tabel 7: Koefisien

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.309	.032		104.202	.000						
	EMPATHY	.117	.058	.156	2.003	.046	.468	.100	.086	.308	3.251	
	RESPONSIVENESS	.053	.058	.070	.901	.368	.439	.045	.039	.310	3.223	
	ASSURANCE	.095	.067	.126	1.420	.156	.477	.071	.061	.234	4.271	
	RELIABILITY	.132	.053	.177	2.479	.014	.467	.124	.107	.365	2.740	
	TANGIBLE	.045	.046	.061	.992	.322	.368	.050	.043	.494	2.025	

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Pembahasan

Penilaian mahasiswa tentang kualitas pelayanan UNP berdasarkan hasil penelitian terlihat belum cukup baik. Hal ini terlihat dari rata-rata nilai ke lima dimensi kualitas pelayanan. Nilai tertinggi diberikan pada dimensi *Tangible*, meskipun secara fisik UNP sudah cukup bagus meskipun masih banyak yang perlu diperbaiki. Penilaian terendah diberikan pada

dimensi *responsiveness*, artinya UNP belum cukup tanggap terhadap pelayanan mahasiswa. Berdasarkan penelitian Pariseau dan McDaniel¹⁵, mahasiswa sangat mementingkan variable *assurance* dan *responsiveness*, jika hal ini tetap terus

¹⁵ Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R. 1997. *Op cit.*

terjadi maka kepuasan mahasiswa akan rendah.

Secara keseluruhan dimensi *tangible* dinilai cukup bagus dengan rata-rata 3,63, namun pada dimensi *tangible* masih terlihat ada indikator yang dianggap masih rendah, yaitu ketersediaan ruang kuliah. Hal ini terlihat dari kurangnya ruang kuliah yang memadai seperti ruang kuliah yang bising dan panas. Kondisi ini akan menyebabkan ketidaknyamanan bagi mahasiswa untuk belajar. Sejalan dengan temuan Lee et.al¹⁶, yang menyatakan dimensi *tangible* merupakan faktor yang penting untuk industri berbasis peralatan, sedangkan perguruan tinggi yang lebih banyak berbasis pada sumberdaya manusia kurang memperhatikan hal tersebut, namun hal ini harus diperhatikan untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang baik. Mahasiswa menilai tingkat pendidikan dosen dan penampilan pimpinan fakultas sudah baik.

Dimensi yang ke dua adalah dimensi *reliability*. Penilaian responden terhadap dimensi *reliability* diperlihatkan oleh rata-rata penilaian responden sebesar 3,53. Dimensi *Reliability* merupakan sebuah dimensi yang penting bagi sebuah jasa karena dimensi ini akan menunjukkan komitmen UNP dalam memberikan pelayanan yang handal.

Staf administrasi dinilai tidak konsisten dalam memberikan pelayanan terhadap mahasiswa oleh karena itu perlu dilakukan pembenahan terhadap proses administrasi dengan prosedur dan penanggung

jawab yang jelas serta perlu kontrol pimpinan agar tugas staf administrasi bisa dilakukan secara baik dan benar, hal ini terlihat dari rata-rata penilaian terhadap indikator ketepatan pelayanan administrasi di tingkat universitas hanya 3 dan di tingkat fakultas hanya 3.18.

Dimensi berikutnya adalah dimensi *responsiveness*, penilaian mahasiswa terhadap dimensi *responsiveness* terlihat masih belum cukup tinggi yaitu 3.21, terutama kecepatan staf administrasi tingkat universitas dalam menanggapi keluhan mahasiswa, daya tanggap petugas perpustakaan tingkat universitas, serta ketersediaan waktu dosen untuk berkonsultasi. Sejalan dengan temuan Lee et.al¹⁷ dimensi *responsiveness* seharusnya memiliki kinerja yang bagus karena untuk bisnis yang berbasis sumberdaya manusia haruslah memiliki tingkat *responsiveness* yang tinggi. Pariseau dan Daniel¹⁸, Kelsey dan Bond¹⁹ juga menemukan bahwa *responsiveness* merupakan dimensi kedua terpenting dalam penilaian kualitas pelayanan pada sebuah sekolah bisnis.

Dimensi ke empat adalah dimensi *assurance*, Secara keseluruhan penilaian mahasiswa masih belum cukup bagus dengan rata-rata 3.46, terutama untuk kemampuan sistem *online* memenuhi kebutuhan mahasiswa, kemampuan pimpinan fakultas memahami kebutuhan mahasiswa

¹⁶ Lee, Hasik. Lee, Yongki. Yoo, Dongkeun. 2000. *Op cit*.

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R. 1997. *Op cit*.

¹⁹ Kelsey, K.D. Bond, J.A. 2001. *Op cit*.

serta kemampuan staf administrasi tingkat universitas dalam berkomunikasi dengan mahasiswa. Perlu diberikan pengarahan dan pelatihan bagi staf administrasi tentang pelayanan prima sehingga di masa datang UNP mampu memberikan jaminan pelayanan yang lebih baik terhadap mahasiswa. Pariseau dan Daniel²⁰ menemukan dimensi *assurance* ini merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling menentukan bagi sebuah sekolah bisnis. Kelsey dan Bond²¹ juga menggunakan dimensi ini sebagai faktor penentu bagi kepuasan konsumen.

Dimensi terakhir adalah dimensi *empathy*, secara keseluruhan untuk dimensi *empathy* responden menilai belum cukup baik dengan rata-rata 3.3. Hal ini terutama pada perhatian yang tulus dari staf administrasi tingkat universitas serta ketulusan staf perpustakaan universitas dalam melayani mahasiswa. UNP harus mampu dan memiliki niat untuk lebih memberikan perhatian yang tulus dalam memberikan pelayanan agar mahasiswa yang pada saat ini ragu dengan sikap ketulusan UNP bisa berubah menjadi yakin akan hal tersebut. Dosen, staf administrasi dan pimpinan harus berusaha berempati dengan mahasiswa dan mencoba melakukan pendekatan secara komprehensif. Menurut Pariseau dan Daniel²² dimensi ini merupakan dimensi ke tiga yang secara signifikan berpengaruh terhadap penilaian

kualitas pelayanan pada sekolah bisnis.

Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan UNP juga masih belum begitu baik yang diperlihatkan oleh nilai rata-rata kepuasan 3,3 atau masih dibawah 4. Hal ini berarti mahasiswa masih belum cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Sureshchandar²³ dan McDougall²⁴, jika kualitas pelayanan masih belum baik, ini akan berdampak terhadap tingkat kepuasan. Kepuasan sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan, semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa.

Johnston²⁵ juga mengemukakan kepuasan sangat berhubungan dengan pengalaman diskonfirmasi, diskonfirmasi juga tergantung kepada ekspektasi awal dari seorang pelanggan. Kepuasan ataupun ketidakpuasan yang terjadi menurut Kotler dan Keller²⁶, ditentukan oleh dua hal yaitu harapan pra pembelian serta perbedaan antar harapan dengan persepsi purna pembelian, hal ini lah yang telah terjadi pada kualitas pelayanan UNP. Mahasiswa memiliki harapan yang tinggi

²⁰ Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R. 1997. *Op cit.*

²¹ Kelsey, K.D. Bond, J.A. 2001. *Op cit.*

²² Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R. 1997. *Op cit.*

²³ Sureshchandar, G.S. Rajendran, Chandrasekharan. Anantharaman, R.N. 2002. *Op cit.*

²⁴ McDougall, G. and Levesque, T. 2000. *Op cit.*

²⁵ Johnston, Robert. 1995. "The zone of tolerance: Exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service". *International Journal of Service Industry Management*. Vol 6. No.2. p.46-61

²⁶ Kotler, Philip. Keller, Helen Len. 2009. *Op cit.*

terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan dalam kenyataan dilapangan, UNP belum mampu memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang dijanjikan.

Kualitas pelayanan secara keseluruhan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini sejalan dengan temuan Lee at.all²⁷ yang meneliti pada perusahaan *entertainment*, kursus aerobik dan jasa investasi dan juga sesuai dengan temuan Abror dan Patrisia²⁸. Secara sendiri-sendiri, variabel yang berpengaruh secara signifikan adalah variabel empati dan *reliability*. Variabel empati memberikan pengaruh yang paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga didukung oleh temuan Kelsey dan Bond²⁹ yang meneliti kepuasan konsumen pada lembaga pendidikan, dalam penelitian tersebut ternyata perhatian yang diberikan staf pengajar merupakan penentu bagi kepuasan pelanggan.

Variabel *tangible*, *responsiveness* dan *assurance*, ternyata secara parsial dinilai tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya, penyebab terjadinya hal tersebut bisa berasal dari harapan mahasiswa terhadap dimensi *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* adalah sebuah keharusan bagi sebuah lembaga pendidikan. Mahasiswa menilai yang bisa membedakan satu

lembaga dengan lembaga lain adalah dari kemampuan lembaga memberikan empati kepada mahasiswa serta yang terlihat dari daya tanggap lembaga terhadap kebutuhan mahasiswa.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Dari temuan dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan

- 1) Kualitas pelayanan secara bersama-sama, dinilai berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, namun secara parsial hanya variabel empati dan *tangible* yang dinilai berpengaruh secara signifikan
- 2) Mahasiswa masih menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh UNP belum cukup baik, ditandai dengan masih belum cukup tingginya rata-rata penilaian terhadap 4 dimensi kualitas pelayanan
- 3) Tingkat kepuasan mahasiswa juga dinilai masih kurang, berdasarkan rata-rata penilaian terhadap kepuasan secara keseluruhan dan hal ini perlu diperbaiki

Saran

Saran yang bisa diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

- 1) UNP perlu meningkatkan kualitas pelayanannya kepada mahasiswa, karena tuntutan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan semakin tinggi. Hal ini bisa dilakukan dengan menerap-

²⁷ Lee, Hasik. Lee, Yongki. Yoo, Dongkeun. 2000. *Op cit*.

²⁸ Abror, Patrisia, Dina. 2008. *Op cit*.

²⁹ Kelsey, K.D. Bond, J.A. 2001. *Op cit*.

kan standar-standar yang telah ditetapkan secara konsisten serta memberikan pemahaman lebih kepada sumberdaya manusia yang terlibat agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan.

- 2) Untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa, UNP perlu memastikan setiap standar yang menjadi harapan mahasiswa bisa tercapai, terutama pada dimensi empati dan *reliability*. Kedua dimensi/variabel ini adalah yang paling besar kontribusinya terhadap peningkatan kepuasan mahasiswa. Semua pihak yang terlibat dalam pemberian layanan perlu memahami kebutuhan mahasiswa dan membe-

rikan perhatian serius dan tulus terhadap kebutuhan mahasiswa.

- 3) Apabila UNP ingin meningkatkan kepuasan mahasiswa dimasa datang, perlu dilakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terutama pada variabel empati dan *reliability*. Meskipun demikian bukan berarti 3 variabel lain tidak perlu diperhatikan.
- 4) Pimpinan di UNP perlu memberikan perhatian khusus terhadap kualitas SDM, terutama pada staf administrasi serta staf perpustakaan agar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap mahasiswa.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abror, Patrisia, Dina. 2008. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa FEUNP". *Laporan Penelitian*. Padang: LPUNP.
- Johnston, Robert. 1995. "The zone of tolerance: Exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service". *International Journal of Service Industry Management*. Vol 6. No.2. p.46-61
- Kelsey, K.D. Bond, J.A. 2001. "A Model for Measuring Customer Satisfaction within An Academic Center of Excellence". In *Journal of Managing Service Quality*. Vol. 11 No. 5. p. 359-367.
- Kotler, Philip. Keller, Helen Len. 2009. *Marketing Management*. 13th Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- McDougall, G. and Levesque, T. 2000. "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation". In *Journal of Service Marketing*. Vol 14 No.5. p.392-410
- Lee, Hasik. Lee, Yongki. Yoo, Dongkeun. 2000. "The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction". *Journal of Services Marketing*. Vol 14. No. 3. p.217-231
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik Salemba Empat*. Jakarta.

- Parasuraman, Zeithaml, V.A. Berry, Leonard.1998.SERVQUAL: A multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64. No.1.
- Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R. 1997. "Assesing Service Quality in Schools of Business". *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 14. No.3. p. 204-218
- Sureshchandar, G.S. Rajendran, Chandrasekharan. Anantharaman, R.N. 2002. "The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: A Factor Specific Approach. In *Journal of Services Marketing*. Vol16 No. 4. p. 363 – 379
- Umar, Husein. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.