PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA (UNIKOM)

Poni Sukaesih Kurniati[*] dan Tatik Fidowaty[*]

Abstract

This study aims to determine the influence of service quality on student satisfaction . Based on the observation / early observations that researchers do in the field visible phenomena problems that students do not tell the nice things about the educational institutions and students tend to often complain about the facilities and infrastructure provided by the Master. Student dissatisfaction over not optimal due to the service that is given to students from the Master .. The theory used in this study is from Fandy Tjiptono who say that the principal dimensions contained in the quality of services is reliability, responsiveness , assurance, empathy , and tangible . The method used in this research is explanatory research quantitative approach . Sampling technique used is simple random sampling . Data was collected by questionnaires , non-participant observation , literature , interviews and documentation . Questionnaires were distributed to 100 students in UNIKOM. Data analysis methods used by researchers is the quantitative data analysis with Likert scale . To determine the level of the relationship using the Pearson product moment while to determine the influence of using the coefficient of determination . The results showed that the quality of service significantly influence student satisfaction in UNIKOM , with a value of 18.92 % , and based on the responses of respondents quality of services provided UNIKOM located in good category .

Keywords: Quality, Service, Student Satisfaction

Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan merupakan sebuah institusi yang diharapkan mampu menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten pada berbagai bidang ilmu. Sebuah perguruan tinggi diharapkan dapat menghasilkan lulusan dengan standar mutu yang optimal. Ketersediaan sumber daya manusia atau SDM yang berkualitas dan kompeten di bidangnya saat ini merupakan satu persoalan penting. Kualitas SDM yang rendah menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya keunggulan bangsa Indonesia di dunia internasional. Oleh sebab itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan kualitas SDM.

[*] Poni Sukaesih Kurniati adalah Dosen Tetap pada Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Komputer Indonesia, dapat dihubungi melalui e-mail : poni_sk@yahoo.com

[*] Tatik Fidowaty adalah Dosen Tetap pada Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Komputer Indonesia, dapat dihubungi melalui e-mail : novi_me@yahoo.co.id

Unikom akan dikatakan buruk. Untuk itu Unikom harus memberikan pelayanan yang berkualitas. Kepuasan mahasiswanya akan terbentuk apabila harapan yang diinginkan mahasiswa sesuai dengan kenyataan yang diperolehnya setelah merasakan jasa Unikom tersebut. Kualitas pelayanan sangatlah penting untuk memberikan kesan yang baik kepada mahasiswanya supaya mahasiswa tetap konsisten sebagai mahasiswa Unikom dan tidak pindah ke universitas lain.

Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada mahasiswa maka banyak pihak yang terlibat di dalamnya yaitu seluruh civitas akademika Unikom, baik itu para pimpinan perguruan tinggi yang mengeluarkan berbagai macam kebijakan, para dosen yang mengajar, karyawan yang melayani secara administrasi, *security* yang bertugas menjaga keamanan dan *cleaning service* yang bertugas dalam bidang kebersihan. Berdasarkan data dari Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Unikom tahun 2013, saat ini mahasiswa Unikom berjumlah 11517 orang (yang regitrasi semester ganjil 2013), dengan jumlah dosen tetap berjumlah 152 orang, dosen magang berjumlah 12 orang dan karyawan berjumlah 151 orang yang terdiri dari staf administrasi, *security* dan *cleaning service* baik yang berstatus karyawan tetap, magang maupun *outsorching*. Selain civitas akademika, fasilitas (sarana dan prasarana) yang di dapatkan oleh mahasiswa selama kuliah juga seperti ruang kelas yang di gunakan, kebersihan, kenyamanan, *hot spot* mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan pengamatan/observasi awal yang peneliti lakukan di lapangan terlihat fenomena masalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa tidak menceritakan hal yang menyenangkan tentang lembaga pendidikannya.
2. Mahasiswa cenderung sering mengeluh tentang sarana dan prasarana yang diberikan oleh pihak Unikom.

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas oleh tiptono maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapatkan dari pelayanan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

Menurut Gronross dalam Hutt dan Speh yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono, menyatakan bahwa ada tiga komponen utama dalam kualitas total suatu pelayanan atau jasa, yaitu[3] :

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) pelayanan atau jasa yang diterima pelanggan. *Technical Quality* menurut Parasuraman, et al. (dalam Bojanic) yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono dalam bukunya "Manajemen Jasa" diperinci lagi menjadi:
   a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
   b. *Experiencequality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkomnsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu kecepatan pelayanan dan kerapian hasil.
   c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaliuasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa.Misalnya kualitas operasi jantung
2. *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa
3. *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

[3] Ibid, 60.

humas, *word of mouth* dan *physical image*) yang dikombinasikan dengan pengalaman yang dialamai pelanggan.

d. *Price* (harga)

Karakteristik jasa yang *intangible*, sehingga sulit diketahui sebelum pembelian jasa mengakibatkan harga sering dianggap sebagai indikator yang akan mempengaruhi kualitas.

Pada dasarnya persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian menyeluruh atas keunngulan suatu pelayanan atau jasa yang didasarkan atas performasi perusahaan terhadap pelayanan atau jasa yang pelanggan harapkan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi pokok yang terdapat dalam kualitas jasa menurut Fandy Tjiptono adalah[5] :

1. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberi pelayanan dengan tanggap
3. *Assurance* (Jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat, dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguraguan.
4. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan karyawan.

Pada dasarnya, definisi kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas

[5] Fandy Tjiptono, Op.Cit, 70.

Menurut Fandy Tjiptono, sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pelanggan antara lain[8] :

1. Tidak sesuai dengan kenyataan
2. Layanan dalam proses menikmati jasa tidak memuaskan
3. Perilaku personil yang kurang memuaskan
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
5. *Cost* terlalu tinggi dan jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
6. Promosi atau iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Jika kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan dirasakan berada di bawah harapan pelanggan. Maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya jika kualitas pelayanan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas atau senang. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi ketidakpuasan dari pelanggan perusahaan itu sendiri

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Phillip Kotler pelanggan yang puas akan menunjukkan perilaku yang dengan sedirinya merupakan ukuran kepuasan pelanggan sebagai berikut[9] :

1. Membeli kembali
2. Membicarakan hal yang baik kepada orang mengenai perusahaan
3. Kurang memperhatiakn merek yang bersaing dan iklannya
4. Membeli produk atau jasa lain dari perusahaan.

[8] Fandy Tjiptono, Op.cit, 286.

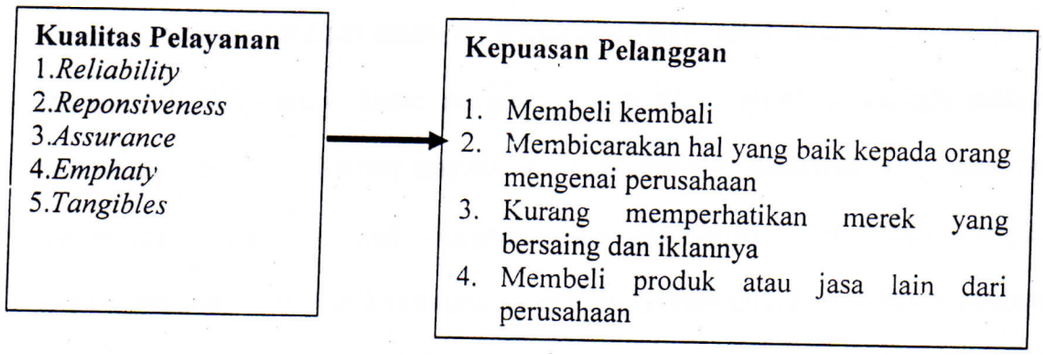
[9] Philip Kotler, Op.cit 23.

demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen dan pelanggannya secara konsisten" [12].

Berdasarkan hal tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pelanggan dan pelayanan yang telah diberikan oleh penyedia jasa untuk memenuhi keinginan/ harapan konsumen (pelanggan) secara konsisten sehingga model kerangka pemikiran hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1

Model Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut: Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*. Peneliti menggunakan *explanatory research,* karena penelitian ini mempunyai tujuan mengunji hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan, dengan variabel dependen yaitu kepuasan mahasiswa. Berdasarkan metode tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang

[12] Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta : Salemba Empat, 2001) 139.

mengukur Kurang memperhatikan merek yang bersaing dan iklannya, 2 item pertanyaan untuk mengukur Membeli produk atau jasa lain dari perusahaan.Pertanyaan tersebut diberikan 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu: a (skornya 5), b (skornya 4), c (skornya 3), d (skornya 2), dan e (skornya 1).

Pertanyaan tersebut diberikan 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu: a (skornya 5), b (skornya 4), c (skornya 3), d (skornya 2), dan e (skornya 1).

Apabila dilihat dari kelima sub Variabel dari kualitas pelayanan yaitu *reliability, responsiviness, assurance, emphaty* dan *tangible* dari 100 orang responden, yang mendapatkan jumleh persentase skor paling tinggi adalah sub variabel *asurance* sebesar 68,16 %, akan tetapi secara keseluruhan ruang lingkup informasi termasuk dalam karegori baik. Untuk lebih jelasnya akan terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X

No.	Sub Variabel	% Skor	Kriteria
1.	*Reliability*	62,53	Baik
2.	*Responsiviness*	65,2	Baik
3.	*Assurance*	68,16	Baik
4.	*Emphaty*	63,5	Baik
5.	*Tangible*	64,73	Baik

Sumber: Hasil Penelitian Tahun 2011 (Diolah)

Apabila dilihat dari keempat sub Variabel dari kepuasan mahasiswa yaitu membeli kembali, membicarakana hal yang baik kepada orang lain mengenai perusahan, kurang memperhataikan merek yang bersaing dan iklannya dan membeli produk atau jasa lain dari perusahaan dari 100 orang responden, yang mendapatkan jumlah persentase skor paling tinggi adalah sub variabel Membicarakana hal yang baik kepada orang lain mengenai

1. Jika nilai probabilitas atau signifikasi > 0.1, maka hubungan data dari kedua varibel yang dipasangkan tidak linier.
2. Jika nilai probabilitas atau signifikasi < 0.1, maka hubungan data dari kedua varibel yang dipasangkan linier

Hasil uji linearitas menunjukan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayananterhadakepuasan mahasiswa Unikom terbukti linier (X mempengaruhi Y), dimana nilai signifikasi dari tabel Anova untuk kualitas pelayanan sebesar 0.051 lebih kecil dari 0.1. dan nilai signifikasi dari tabel Anova untuk kepuasan mahasiswa sebesar 0.012 lebih kecil dari 0.1

Tabel 1.3

ANOVA

Kualitas Pelayanan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3040.652	24	126.694	1.661	.051
Within Groups	5721.388	75	76.285		
Total	8762.040	99			

Kepuasan Mahasiswa

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1563.235	34	45.978	1.918	.012
Within Groups	1558.075	65	23.970		
Total	3121.310	99			

sebesar 0.435, Berdasarkan kriteria keeratan hubungan, maka hubungan variabel kualitas pelayanandengankepuasan mahasiswa Unikom termasuk dalam kategori hubungan sedang/cukup kuat.

Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan seberapa besar pengaruh antara efektifitas kuliah online terhadap prestasi akademik maka, dilakukan pengujian dengan hipotesis statistik sebagai beriku:

H0 : $\rho = 0$ Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayananterhadapkepuasan mahasiswa Unikom

H1 : $\rho \neq 0$ Ada pengaruh antara kualitas pelayanandengankepuasan mahasiswa Unikom

Untuk menguji hipotesis di atas digunakan statistik uji t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t = 0{,}435\sqrt{\frac{100-2}{1-(0{,}435)^2}}$$

$$t = 0{,}435\sqrt{\frac{98}{1-(0{,}189225)}}$$

$$t = 0{,}435\sqrt{\frac{98}{0{,}810775}}$$

$$t = 0{,}435\sqrt{120.87201}$$

$$t = 4{,}782$$

Menurut tabel distribusi t-student untuk tingkat signifikasi 10 % ($\alpha = 0.1$) dan derajad bebas 98 (n-2) diperoleh nilai $t_{tabel} = 1.661$, berdasarkan kriteria pengujian hipotesis di atas $t_{hitung} = 4.782 > t_{tabel} = 1.661$. Jadi H0 di tolak dan H1 diterima, artinya adalah Ada pengaruh antara kualitas pelayanandengankepuasan mahasiswa Unikom.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh kualitas pelayanandengankepuasan mahasiswa Unikom. Koefisien determinasi diperoleh dari nilai

2. Pengembangan secara terus menerus dan berkelanjutan guna perbaikan kualitas pelayanan di Unikom.
3. Meningkatkan pemberian penghargaan kepada dosen dan karyawan yang berprestasi sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras mereka.

Referensi

Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayu Media, 2004.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Edisi Milenium*, Yogyakarta : Prenhalindo.

Buchari Alma, *Manajemen dan Pemasaran Jasa Ed. 5*, Bandung : Alfabeta, 2002.

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat, 2001.

Gempur Santoso, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta : Prestasi Pustaka, 2005.

Riduawan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2004.

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta, 2004.

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : PT Rineka Cipta, 1998.

Mohammad Nazir, *Metode Penelitian,* Jakarta : Ghalia, 1999.

Usman Husaini dan Purnomo Setiayadi Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008.

Andi Supangat, *Statistiska untuk Ekonomi dan Bisnis*, Bandung : Penerbit Pustaka, 2005.