

# **THE INFLUENCE OF THE ACADEMIC SERVICE QUALITY TOWARD STUDENT SATISFACTION**

**(Study on Students of Business Administration of Telkom University)**

**Vinny Jennifer Rahareng dan Nurnida Relawan**

*Business Administration, Telkom University*

*Email : jennifervinny@gmail.com , idanurnida@gmail.com*

## **ABSTRACT**

*This research aims to identify the influence of quality of academic service owned by the Prodi Administration Business toward consumer satisfaction batch 2013. This research used quantitative descriptive method. The type of data required for research is the primary data and secondary data. Sampling done by the method of probability sampling type of simple random sampling with 72 responden. Data were analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Based on the results of T test here are two variables that effect i.e. variable Responsiveness (responsiveness) and Tangible (physical evidence), while variable Reliability (reliability), Assurance (Assurance) and Emphaty (empathy) does not affect the satisfaction of the students. The result of this research was based on the F-test is the quality of service which consists of Reliability (reliability), the Responsiveness (responsiveness), Assurance (Assurance), Emphaty (empathy) and Tangible (physical evidence) take effect simultaneously and significantly to student satisfaction*

*Keywords : Service quality, student satisfaction*

---

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA**

**(Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan akademik yang dimiliki oleh Prodi Administrasi Bisnis terhadap kepuasan mahasiswa angkatan 2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling jenis simple random sampling, dengan jumlah responden sebanyak 72 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji T terdapat 2 variabel yang berpengaruh yakni variabel *Responsiveness* (daya tanggap) dan variabel *Tangible* (bukti fisik), sedangkan variabel *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (Jaminan) dan *Emphaty* (empati) tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji F adalah Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan mahasiswa

## PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor yang sangat penting dalam kelangsungan hidup manusia. Proses pendidikan tidak lepas dari belajar sebab tanpa belajar manusia tidak mungkin dapat mengembangkan minat, bakat dan cita-cita yang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Perkembangan dunia pendidikan pada saat ini tergolong dalam keadaan maju dimana tidak hanya dilihat dari bagaimana seorang pengajar tersebut mentransfer pengetahuan yang dimilikinya namun dilihat juga bagaimana para peserta didik mampu menerima pengetahuan yang diberikan tersebut. Bidang pendidikan juga menjadi sebuah ajang persaingan hal ini di karena kan semakin banyaknya perguruan tinggi yang mulai memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa maupun calon mahasiswa, dengan maksud perguruan tinggi tersebut mampu memenangkan persaingan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Kotler ( 2006:105) menyatakan bahwa *“Salah satu cara menempatkan sebuah perusahaan jasa lebih unggul daripada pesaingnya ialah dengan memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan para pesaingnya.*

Pengelolaan kualitas layanan yang baik dan benar dapat menjadi daya tarik bagi mahasiswa.

Dalam kegiatannya, Perguruan Tinggi harus mampu mengelola system mutu layanan maupun administrasinya. Ruang lingkup yang seperti ini akan menghasilkan sebuah system layanan yang transparan, tepat waktu, tepat jumlah dan tepat mutu. Apabila aspek-aspek seperti itu dilaksanakan dengan baik maka akan menimbulkan image keterpercayaan (*reliability*) dan keterjaminan (*assurqnce*) yang mencakup: keteroercayaan terhadap penyelenggaraan, ketepatan waktu pendidikan, dan keterjaminan berhasilnya pendidikan (Lupiyoadi 2008: 163). Dari ketiga aspek tersebut akan merefleksikan sejauh mana mutu layanan dan manajemen dari Perguruan Tinggi tersebut. Dapat dilihat bahwa perguruan tinggi sebagai salah satu pengelola jasa juga harus memperhitungkan tingkat kepuasan konsumennya agar mampu menjalankan kegiatan perkuliahan dengan baik.

Berikut ini merupakan data-data hasil penelitian menurut survei mengenai Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan Akademik yang dilakukan oleh SAI Universitas Telkom pada periode Semester 7 Tahun 2016, yakni :

Tabel 1 Hasil Survei Kepuasan Mahasiswa Semester 7 Tahun 2016

No.	Indikator	Kepuasan Mahasiswa ( dalam persentase)
1.	Kemudahan dalam melakukan proses pendaftaran TA/PA/Thesis	67,1 %
2.	Kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang jadwal perkuliahan, kehadiran, dan nilai secara on line	70,9 %
3.	Petugas administrasi fakultas responsif dan informatif dalam menanggapi pertanyaan dan/ keluhan mahasiswa dengan baik	66,6 %
4.	Kemudahan dalam proses registrasi, proses perwalian secara on line	68 %
5.	Kemudahan proses layanan bimbingan dan konseling melalui dosen wali	69,1 %
<b>Rata-Rata</b>		<b>68,34 %</b>

Sumber: SAI Universitas Telkom

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa rata-rata persentasenya sebesar 68,34% dalam hal ini tingkat presentasi tersebut belum dapat digolongkan kategori tinggi, namun juga tidak termasuk dalam kategori rendah. Oleh karena itu, penulis memilih melakukan penelitian lebih lanjut lagi mengenai kualitas layanan akademik yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa administrasi bisnis khususnya angkatan 2013.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tjiptono (2014), menyatakan bahwa Kualitas Layanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2016: 27) menyatakan bahwa pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. Manajemen pemasaran dipandang Kotler dan Keller (2016: 27) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

### Jasa

Menurut Gronos dalam Lupiyoadi (2008: 05) Layanan adalah serangkaian kegiatan yang berwujud maupun tidak berwujud yang berlangsung antara interaksi dengan pelanggan maupun layanan tenaga kerja yang disediakan sebagai solusi untuk menanggapi masalah konsumen. Kegiatan Jasa tidak dapat dilepaskan dari kegiatan pemasaran tersebut hal ini dikarenakan kegiatan jasa yang tidak berwujud

sehingga konsumen harus merasakan interaksi tersebut dan menunjukkan puas maupun tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa itu sendiri

### Karakteristik Jasa

Secara garis besar, karakteristik tersebut terdiri dari *intangibility*, *inseparability*, *variability/heterogeneity*, *perishability*, dan *lack of ownership* (Tjiptono, 2014: 28-33) Berikut ialah penjelasan mengenai karakteristik jasa:

- a. *Intangibility* (Tidak berwujud Jasa)
- b. *Inseparability* (Ketidakterpisahan Jasa)
- c. *Variability/Heterogeneity* (Keragaman Jasa)
- d. *Perishability* (Tidak Tahan Lamanya Jasa)
- e. *Lack of Ownership* (Berkurangnya Kepemilikan Jasa)

### Kualitas Layanan

Menurut (Tjiptono, 2007: 59). kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam pemenuhan jasa, sebagai pemberi jasa juga harus memperhatikan setiap keinginan dari konsumen tersebut, hal ini dikarenakan konsumen menjadi faktor yang penting dalam penilaian kriteria jasa tersebut baik dari segi kualitas layanan yang ditawarkan, jasa, maupun kemampuan perusahaan dalam memenuhi jasa tersebut.

### Model Servqual

Pada kegiatannya Model ServQual dibangun berdasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal atau sempurna untuk masing-masing atribut dari kualitas layanan. Dalam kegiatan pelaksanaannya, model servqual menganalisis adanya gap antara jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. (Tjiptono, 2014: 280-281)

### Dimensi Servqual

Perkembangan selanjutnya, ketiga pakar tersebut oleh Parasuraman, dkk dalam Lupiyoadi (2008:182) menyempurnakan dan

merangkum dimensi-dimensi tersebut. Dengan demikian terdapat lima dimensi utama yang dikenal dengan ServQual yang terdiri dari :

- a. *Reability* (kehandalan)
- b. *Responsiveness* (daya tanggap)
- c. *Assurance* (jaminan)
- d. *Emphaty* (empati)
- e. *Tangible* (bukti fisik)

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan, menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2008: 192). Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan ( Tjiptono & Chandra 2012: 115).

### Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan

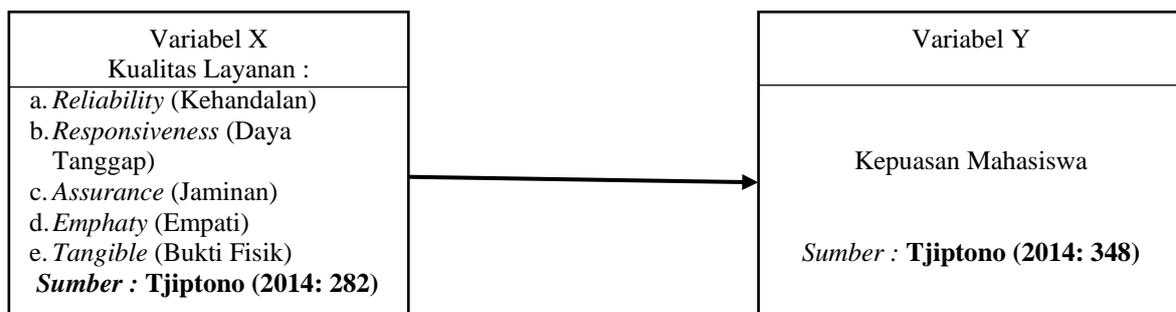
pelanggan. Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2014: 369-370) :

- a. Sistem Keluhan dan Saran
- b. *Ghost/Mystery Shopping*
- c. *Lost Customer Analysis*
- d. Survei Kepuasan Pelanggan

### Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan dimana kepuasan pelanggan dapat menimbulkan kualitas jasa. Salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa, Cronin dan Taylor (dalam Tjiptono, 2014: 295-296). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tjiptono (2014) , menyatakan bahwa Kualitas Layanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa”.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah:

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun populasi dalam

penelitian ini adalah mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom angkatan 2013 sebanyak 247 orang. Karena jumlah populasi sudah diketahui, maka untuk menghitung jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Presentase kelonggaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10%. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, berikut perhitungannya:

$$n = \frac{247}{1+247(10\%)^2} = 71,182$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel 71,182 yang kemudian dibulatkan menjadi 72 orang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2013.

Tabel 2 Analisis Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.910	.414		2.197	.032
	KEHANDALAN	.099	.147	.102	.678	.500
	DAYA TANGGAP	.210	.167	.231	1.998	.045
	JAMINAN	.166	.200	.160	.829	.410
	EMPATI	.060	.140	.069	.427	.671
	BUKTI FISIK	.232	.115	.266	2.008	.049

a. Dependent Variable: KEPUASAN MAHASISWA  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan Tabel tersebut dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 0,910 + 0,102X_1 + 0,231X_2 + 0,160X_3 + 0,069X_4 + 0,266X_5$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- Konstanta (a) = 0,910. Menunjukkan nilai konstan, yaitu jika variabel kehandalan (X<sub>1</sub>), daya tanggap (X<sub>2</sub>), jaminan (X<sub>3</sub>), empati (X<sub>4</sub>), dan bukti fisik (X<sub>5</sub>) = 0, maka kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013 tetap sebesar 0,910
- Koefisien X<sub>1</sub> (b<sub>1</sub>) = 0,102. Menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (Kehandalan) berpengaruh secara positif terhadap

kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013 dengan kata lain apabila variabel

*Reliability*

(Kehandalan) ditingkatkan menjadi satu satuan, maka kepuasan mahasiswa akan bertambah 0,102.

- Koefisien X<sub>2</sub> (b<sub>2</sub>) = 0,231. Menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013, dengan kata lain apabila variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ditingkatkan menjadi satu satuan, maka kepuasan mahasiswa akan bertambah 0,231.
- Koefisien X<sub>3</sub> (b<sub>3</sub>) = 0,160. Menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (Jaminan) berpengaruh secara positif terhadap

- kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013, dengan kata lain apabila variabel *Assurance* (Jaminan) ditingkatkan menjadi satu satuan, maka kepuasan mahasiswa akan bertambah 0,160.
- e. Koefisien  $X_4$  ( $b_4$ ) = 0,069. Menunjukkan bahwa variabel *Emphaty* (Empati) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013, dengan kata lain apabila variabel *Emphaty* (Empati) ditingkatkan menjadi satu satuan, maka kepuasan mahasiswa akan bertambah 0,069.
  - f. Koefisien  $X_5$  ( $b_5$ ) = 0,266. Menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (Bukti Fisik) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013, dengan kata lain apabila variabel *Tangible* (Bukti Fisik) ditingkatkan menjadi satu satuan, maka kepuasan mahasiswa akan bertambah 0,266.

#### Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

$H_0$ : Kualitas Layanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

$H_a$ : Kualitas Layanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

Berdasarkan tabel 3.1 dapat dilihat bahwa :

- a. Nilai t hitung variabel Kehandalan lebih kecil dari t tabel. Karena nilai  $t_{hitung}$  (0,678)  $>$   $t_{tabel}$  (1,668) dan tingkat signifikansi 0,500  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima Disimpulkan bahwa secara parsial terdapat tidak ada pengaruh

signifikan dari kehandalan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan mahasiswa.

- b. Nilai t hitung variabel daya tanggap lebih besar dari t tabel. Karena nilai  $t_{hitung}$  (1,998)  $>$   $t_{tabel}$  (1,668) dan tingkat signifikansi 0,045  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari daya tanggap ( $X_2$ ) terhadap kepuasan mahasiswa.
- c. Nilai t hitung variabel jaminan lebih kecil dari t tabel. Karena nilai  $t_{hitung}$  (0,829)  $>$   $t_{tabel}$  (1,668) dan tingkat signifikansi 0,410  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel jaminan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan mahasiswa.
- d. Nilai t hitung variabel daya empati lebih kecil dari t tabel. Karena nilai  $t_{hitung}$  (0,427)  $<$   $t_{tabel}$  (1,668) dan tingkat signifikansi 0,671  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari empati ( $X_4$ ) terhadap kepuasan mahasiswa.
- e. Nilai t hitung variabel bukti fisik lebih besar dari t tabel. Karena nilai  $t_{hitung}$  (2,008)  $>$   $t_{tabel}$  (1,668) dan tingkat signifikansi 0,049  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan mahasiswa.

#### Pengaruh Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Secara Parsial.

Analisis besarnya pengaruh secara parsial ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis korelasi parsial berdasarkan hasil SPSS sebagai berikut:

Tabel 3 Besaran Pengaruh Secara Parsial

Variabel	Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
<i>Reliability</i> (Kehandalan)(X1)	0,02	0,314	0,083	8,3%
<i>Responsivenss</i> (Daya Tanggap)(X2)	0,051	0,396	0,160	16%
<i>Assurance</i> (Jaminan)(X3)	0,160	0,416	0,065	6,5%
<i>Emphaty</i> (Empati)(X4)	0,069	0,380	0,052	5,2%
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)(X5)	0,266	0,401	0,240	24%
<b>Pengaruh Total</b>				<b>51,4%</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil besarnya pengaruh *Reliability* (Kehandalan) (X1) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 8,3%, besarnya pengaruh *Responsivenss* (Daya Tanggap) (X2) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 3,7% dan pengaruh *Assurance* (Jaminan) (X3) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 10,2%, besarnya pengaruh *Emphaty* (Empati) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 5,2%, dan besarnya pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 24% Jadi total keseluruhan pengaruh *Reliability* (kehandalan) (X1), *Responsivenss* (daya tanggap) (X2), *Assurane* (Jaminan) (X3), *Emphaty* (empati) (X4) dan *Tangible* (bukti

fisik) (X5) terhadap Kepuasan Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013 sebesar 51,4%. Hal tersebut dapat terlihat dari nilai koefisien determinasi.

#### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

$H_0$  = Kualitas Layanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

$H_a$  = Kualitas Layanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 4. Hasil Anova

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.181	5	1.636	4.449	.001
	Residual	24.271	66	.368		
	Total	32.453	71			

a. Dependent Variable: KEPUASAN MAHASISWA

b. Predictors: (Constant), BUKTI FISIK, KEHANDALAN, EMPATI, DAYA TANGGAP, JAMINAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel diatas memperlihatkan hasil pengolahan data  $F_{hitung}$  sebesar 4,449 dengan tingkat signifikansi 0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $4,449 > 2,35$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan) , *Responsivenss* (daya tanggap), *Assurane* (Jaminan) , *Emphaty* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) atau nilai  $R$  *Square* ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) yaitu : Kualitas Layanan yang terdiri dari dari

Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Mahasiswa. Hasil perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan SPSS 22 *for Windows* yang dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut :

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 <sup>a</sup>	.514	.195	.60642

a. Predictors: (Constant), BUKTI FISIK, KEHANDALAN, EMPATI, DAYA TANGGAP, JAMINAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai  $R$  sebesar 0,717 dan nilai  $R$  *square* ( $R^2$ ) adalah 0,514. Angka tersebut digunakan untuk melihat seberapa besar Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan) , *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan) , *Empathy* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan. Untuk menghitung  $R^2$  menggunakan koefisien determinasi (KD) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,717)^2 \times 100\% \\ &= 51,4\% \end{aligned}$$

Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan) , *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan) , *Empathy* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) sebesar 51,4 sedangkan 48,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian dari analisis deskriptif, produk Adidas memberikan kategori baik dalam variabel *Reliability* (Kehandalan) ( $X_1$ ) 68,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Sekretariat Akademik memiliki kemampuan dalam menangani kebutuhan mahasiswa. Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) ( $X_2$ ) mendapatkan hasil presentase sebesar 70,1% dalam kategori baik, dalam hal ini Sekretariat sudah mampu melayani mahasiswa baik dari tingkat cepat pelayanan hingga dalam

menanggapi keluhan. Variabel *Assurance* (Jaminan) ( $X_3$ ) dengan hasil persentase sebesar 65,9% berada dalam kategori cukup baik hal ini dikarenakan pihak sekretariat akademik masih kurang dalam memberikan jaminan layanan terhadap mahasiswanya seperti halnya informasi yang ada di kampus. Variabel *Empathy* (Empati) ( $X_4$ ) berada dalam kategori cukup baik yakni sebesar 64,4%, hal ini dipengaruhi oleh saran maupun keluhan mahasiswa belum ditangani dengan baik. Dan variabel yang mendapatkan presentase tertinggi adalah *Tangible* (Bukti Fisik) ( $X_5$ ) sebesar 75,8%, hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi fisik sekretariat akademik sudah baik dan sesuai dengan keinginan dari mahasiswa.

Kepuasan Mahasiswa secara keseluruhan mendapatkan presentase sebesar 65,8% berada dikategori cukup baik. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menyebabkan mahasiswa cukup puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Sekretariat Akademik, salah satu faktor yang mempengaruhi ialah bagaimana Sekretariat dalam menanggapi setiap kebutuhan mahasiswanya.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka diperoleh kesimpulan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan) , *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan) , *Empathy* (empati) dan

*Tangible* (bukti fisik) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013. Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan) , *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan) , *Empathy* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) memiliki pengaruh terhadap tingkat Kepuasan Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013 yakni sebesar 51,4 sedangkan 48,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan secara parsial hanya Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) dengan hasil  $t_{hitung} (1,998) > t_{tabel} (1,668)$  dan tingkat signifikansi  $0,045 < 0,05$  dan Variabel *Tangible* (Bukti Fisik) dengan hasil.  $t_{hitung} (2,008) > t_{tabel} (1,668)$  dan tingkat signifikansi  $0,049 < 0,05$  memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Untuk variabel kualitas layanan seperti *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler&Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia*. Salemba empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing 14th Edition*. England:Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Keller, Kevine Lane. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United State of America: Pearson Education Limited
- Lupiyoadi, Rahmat. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*.Salemba Empat. Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy Ph.D, (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta