

ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KEBIJAKAN PELAYANAN DI STP AVIASI JAKARTA

Oleh:

Anita Dyah Juniarti

(Dosen STP Aviasi Jakarta)

Yanto Azie Setya

(Dosen Manajemen Fak. Ekonomi Univ. Sultan Ageng Tirtayasa Banten)

Abstrak

Kepuasan mahasiswa merupakan tujuan yang ingin dicapai melalui pelayanan yang diberikan dan melalui kepuasan diharapkan akan tercipta loyalitas konsumen (masyarakat pengguna jasa pendidikan) dalam jangka panjang terhadap STP Aviasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasilnya ada beberapa hal yang belum sesuai dengan keinginan dan harapan mahasiswa terhadap pelayanan yang telah diberikan yaitu wujud fisik dan daya tanggap serta menurut tingkat kepentingannya mahasiswa menganggap kehandalan dan daya tanggap merupakan bagian yang penting dari pelayanan yang ingin mereka rasakan.

Kata kunci: Kepuasan, pelayanan, harapan, tingkat kepentingan.

A. PENDAHULUAN

Pendidikan berasal dari kata didik, merupakan proses pengubahan sikap dan tatalaku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Kata “proses” di sini berarti pendidikan merupakan satu kesatuan yang utuh antara masukan (input), pengolahan (*process*), dan keluaran (*output*) yang membutuhkan waktu tertentu yang tersusun secara sistematis untuk dilalui oleh seseorang untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diinginkan. Masukkan (input) dan pengolahan (*process*) akan mempengaruhi kualitas keluaran (*output*). Jika masukkan baik tetapi pengolahannya kurang begitu baik maka kualitas output yang dihasilkan tidak akan sesuai dengan harapan.

Untuk bisa mengikuti pendidikan, seseorang dapat mengikuti pendidikan formal, nonformal ataupun informal. Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah mengenai pendidikan formal yang memiliki kurikulum dan jenjang waktu tertentu yang harus ditempuh dan diselesaikan oleh individu. Penyelenggaraan pendidikan formal ini dapat selenggarakan oleh pemerintah melalui sekolah dan

universitas negeri ataupun oleh pihak nonpemerintah (swasta) yang memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh departemen pendidikan nasional.

Banyaknya lembaga pendidikan formal baik itu milik pemerintah maupun nonpemerintah, mendorong mereka bersaing dan berlomba untuk memberikan proses pendidikan yang terbaik bagi para siswa atau mahasiswanya. Tidak hanya dalam proses pengajaran itu sendiri namun juga hal lain yang berpengaruh dan masuk dalam lingkungan pendidikan lembaga bersangkutan. Kualitas pelayanan yang tinggi merupakan salah satu hal pokok yang ingin dicapai oleh setiap lembaga pendidikan, dengan harapan dapat menimbulkan kepuasan kepada siswa didiknya yang pada akhirnya akan menginformasikan keunggulan tersebut kepada masyarakat selaku pengguna (*users*).

Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesesuaian kinerja dan harapan yang diinginkan oleh para pelanggan lembaga pendidikan bersangkutan. Jika kinerja tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka cepat atau lambat lembaga tersebut tidak akan lagi mampu untuk menarik pelanggan (masyarakat) pengguna jasa mereka.

Tjiptono dan Chandra dalam bukunya yang berjudul 'Service, Quality & Satisfaction' mengatakan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing bagi setiap organisasi, baik organisasi manufaktur maupun industri penyedia jasa, seperti industri pendidikan. Kualitas pelayanan pada akhirnya juga dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Dalam studi mengenai kualitas pelayanan, terdapat beberapa model yang digunakan untuk menjabarkan kualitas pelayanan. Model kualitas pelayanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (service quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa yaitu reparasi peralatan rumah

tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. Model SERVQUAL ini dikembangkan dengan maksud membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas pelayanan jasa.

Lebih lanjut, menurut Parasuraman dkk. terdapat lima kesenjangan yang terjadi dalam *service quality*. Kesenjangan yang pertama adalah kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen. Kesenjangan ini disebabkan karena ketidakcukupan komunikasi antara petugas di *level front line service* dengan manajemen. Kesenjangan yang kedua adalah kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas pelayanan di mata konsumen. Kesenjangan ini disebabkan karena tidak adanya penyampaian standarisasi yang jelas dari pihak manajemen kepada pihak konsumen dan juga karena tidak ada standarisasi tugas kepada pihak *front line service*. Kesenjangan yang ketiga adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan kenyataan *delivery service* di tingkat *front line service*. Faktor-faktor kunci yang menjadi penyebab utama antara lain karena *role ambiguity*, yaitu kecenderungan yang menimpa front line service terhadap kondisi bimbang dalam memberikan pelayanan karena tidak adanya standarisasi tugas yang jelas dari pihak manajemen, kurangnya sistem kontrol dari manajemen, serta kurangnya *teamwork*. Kesenjangan yang keempat adalah kesenjangan antara kenyataan *delivery service quality* dengan komunikasi eksternal kepada pelanggan. Penyebab utama kesenjangan ini adalah ketidakpastian komunikasi horizontal antar bagian dalam institusi. Kesenjangan yang terakhir adalah kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi tentang pelayanan.

Mempelajari kesenjangan dan penyebab utama kesenjangan pada service quality, dapat diambil kesimpulan bahwa permasalahan utama yang menyebabkan kesenjangan service quality adalah kurangnya komunikasi, baik secara vertikal dari level manajemen ke level di bawahnya, maupun secara horizontal, dari bagian satu ke bagian lain dalam institusi. *Miscommunication* ini dapat menyebabkan kurangnya pemahaman karyawan akan tugas-tugasnya sehingga penyampaian pelayanan kepada pihak konsumen tidak maksimal. Kurangnya komunikasi juga

menyebabkan kurangnya kontrol dari pihak manajemen terhadap bawahannya sehingga karyawan tidak mengetahui bagian mana dalam pekerjaannya yang harus diperbaiki. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STP Aviassi Jakarta dilihat dari Ukuran Harapan (*Expectation*), untuk mengetahui Kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STP Aviassi Jakarta dilihat dari Ukuran Kinerja (*Performance*), Untuk mengetahui Kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STP Aviassi Jakarta dilihat dari Ukuran Derajat Kepentingan (*Expectation*), untuk mengetahui kesesuaian Kinerja karyawan (*Performance*) dengan harapan (*Expectation*) responden dan untuk mengetahui kesesuaian Kinerja karyawan (*Performance*) dengan tingkat kepentingan (*Importance*)

Untuk dapat mendukung tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Oleh karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. (Sugiyono, 2002: 305). Hipotesis dalam penelitian ini merupakan hipotesis deskriptif terhadap permasalahan penelitian, yaitu :

1. Kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STP Aviassi Jakarta dilihat dari Ukuran Harapan (*Expectation*) sudah memenuhi harapan.
2. Kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STP Aviassi Jakarta dilihat dari Ukuran Kinerja (*Performance*) sudah baik
3. Kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STP Aviassi Jakarta dilihat dari Ukuran Derajat Kepentingan (*Importance*) sudah sesuai dengan tingkat kepentingannya.
4. Kinerja karyawan (*Performance*) sudah memenuhi harapan (*Expectation*) responden
5. Kinerja karyawan (*Performance*) sudah sesuai dengan tingkat kepentingan (*Importance*)

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah

berlangsung pada saat riset dilaksanakan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu dalam suatu populasi. Beberapa alat analisis deskriptif yang digunakan dalam metode deskriptif ini adalah mean (rata-rata), modus (nilai yang sering muncul), median (nilai tengah), standar deviasi, variansi, range (selisih nilai maksimum dan minimum), dan tabel distribusi frekuensi. Selain itu juga akan dilihat kesesuaian antara derajat kepentingan (importance) dengan kinerja dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* yang ditunjukkan melalui grafik. Jumlah keseluruhan mahasiswa di STP Aviassi Jakarta adalah sebanyak 300 orang, yang merupakan populasi penelitian. Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling, dengan asumsi tidak ada karakter khusus yang membedakan mahasiswa dari masing-masing angkatan dan mempengaruhi hasil penelitian. Sedangkan untuk mengetahui jumlah sampel yang akan dijadikan responden menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003: 108) Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal yang dianggap mewakili dari populasi mahasiswa STP Aviassi Jakarta adalah sebanyak 75 orang

B. PEMBAHASAN

1. Kebijakan Pelayanan

Kebijakan pelayanan adalah suatu strategi perusahaan dalam mencari respon atau tanggapan yang berguna bagi perusahaan di masa sekarang ataupun di masa yang akan datang dalam menjalankan tujuan perusahaan, karena sebenarnya apabila kita memberikan pelayanan yang baik, maka tidak menutup kemungkinan bahkan berpotensi untuk dapat mendatangkan pelanggan yang lebih banyak lagi mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dan apabila pelanggan kita bertambah maka otomatis akan menambah jumlah investasi yang perusahaan miliki.

Kebijakan-kebijakan pelayanan yang mungkin bisa diambil oleh perusahaan dapat dikelompokkan sebagai berikut :

a. Keramahan Petugas

Suatu perusahaan yang menyediakan jasa harus benar-benar bisa menjaga hubungan baik dengan pelanggan karena sikap atau karakteristik

pelanggan itu berbeda. Untuk itu, petugas atau perusahaan harus bisa memahami masing-masing karakter pelanggan karena walau bagaimanapun pelanggan atau konsumen adalah raja yang harus selalu dipuaskan.

b. Kecepatan dalam Melakukan Pelayanan

Kecepatan dalam melakukan pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan proses administrasi dan petugas atau perusahaan senantiasa diharapkan dapat memberikan tanggapan/respon yang cepat terhadap pelanggan.

c. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor yang sangat sulit untuk dipertimbangkan sebagai kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam rangka memuaskan konsumen itu tidak mudah, hal ini karena kemajemukan/keberagaman perilaku dan kebutuhan masing-masing individu dalam konsumen itu sendiri, oleh karena itu penting kiranya perusahaan agar dapat menterjemahkan atau mendefinisikan apa sebetulnya kepuasan itu.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil kinerja perusahaan terhadap produk atau jasa yang diberikan, sebagaimana yang telah didefinisikan. Engel, et al. mengatakan dalam Fandy Tjiptono (2001:146) bahwa :

“Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan”.

Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Philip Kotler (2000:42) :

“Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara resepsi merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil/kesan terhadap kinerja/hasil/kesan suatu produk dan harapan-harapan”.

3. Hubungan Kebijakan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hubungan pelayanan terhadap peningkatan kepuasan mahasiswa sangat penting untuk dikaji dan hal ini dapat dilihat dari bagaimana caranya sebuah perusahaan menerapkan kualitas manajemen pelayanan pada organisasi pendidikan. Dan diantaranya suatu organisasi pendidikan akan mengeluarkan kebijakan-kebijakan diantaranya :

- a. Perbaikan terus-menerus
- b. Perbaikan proses
- c. Rekayasa ulang proses administrasi

Kebijakan-kebijakan tersebut diatas menunjukkan bahwa proses bisnis atau kebijakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa selalu berorientasi kepada kepuasan pelanggan/mahasiswa. Karena perusahaan ingin meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dirasakan oleh mahasiswa melalui suatu kebijakan yang perbaikan kualitas pelayanannya secara terus menerus, agar pelanggan dapat merasakan pelayanan yang selalu mengalami peningkatan dan dapat menciptakan kepuasan mahasiswa dan menarik minat beli terhadap produk/jasa yang ditawarkan (pendidikan).

4. Kualitas Pelayanan

Ada lima determinan kualitas pelayanan menurut pendapat konsumen, yaitu:

- a. *Tangibles (wujudnya)*: tampilan fisik, perlengkapan, tenaga kerja, dan alat-alat komunikasi.
- b. *Reliability (Kehandalan)*: kemampuan melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya.
- c. *Responsiveness (daya tanggap)*: kemauan untuk menolong konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- d. *Assurance (jaminan)*: pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki pegawai/karyawan serta kemampuan mereka menunjukkan sikap percaya diri dan dapat dipercaya.
- e. *Empathy (empati)*: memberikan perhatian secara individual kepada setiap pelanggan.

5. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur (Husein Umar, 2004: 58). Yang berarti juga adalah kemampuan dari setiap item pertanyaan dalam kuesioner untuk mengambil data yang akan diolah menjadi informasi yang diinginkan oleh peneliti dan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

Variabel Harapan (*Expectation*)

Item Pertanyaan	Harga Koefisien r	Syarat r	Kesimpulan
X1	0,403	0,300	Valid
X2	0,552	0,300	Valid
X3	0,533	0,300	Valid
X4	0,488	0,300	Valid
X5	0,638	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Variabel Kinerja (*Performance*)

Item Pertanyaan	Harga Koefisien r	Syarat r	Kesimpulan
X6	0,329	0,300	Valid
X7	0,731	0,300	Valid
X8	0,771	0,300	Valid
X9	0,706	0,300	Valid
X10	0,481	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Variabel Derajat Kepentingan (*Importance*)

Item Pertanyaan	Harga Koefisien r	Syarat r	Kesimpulan
X11	0,629	0,300	Valid
X12	0,779	0,300	Valid
X13	0,653	0,300	Valid
X14	0,778	0,300	Valid
X15	0,563	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari hasil pengujian validitas terhadap kuesioner dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan valid (sahih) karena memiliki nilai-nilai yang lebih dari 0,300.

6. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran (Husein Umar, 2004: 57). Yang berarti juga bahwa instrumen pengukuran yang digunakan (kuesioner) dapat menghasilkan kesimpulan penelitian yang sama atau hampir sama jika dilakukan pengambilan data pada periode waktu yang berlainan.

Variabel	Harga Koefisien Alpha (α)	Syarat Reliabilitas Alpha (α)	Kesimpulan
X1 Harapan (<i>Expectation</i>)	0.8267	0,300	Reliabel
X2 Kinerja (<i>Performance</i>)	0.8329	0,300	Reliabel
X3 Derajat Kepentingan (<i>Importance</i>)	0.9053	0,300	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari hasil pengujian reliabilitas terhadap kuesioner dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan reliabel (dapat diandalkan) karena memiliki nilai-nilai yang lebih dari 0,300.

7. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadran analysis* (Brandt, 2000 dan Lata & Everett, 2000). *IPA* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003).

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *IPA* menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *IPA* sangat mudah, dimana grafik *IPA* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance*.

8. Importance Performance Analysis untuk Harapan dengan Kinerja

Analisis ini diperoleh melalui perhitungan nilai rata-rata kinerja dengan harapan. Garis batasan horizontal dan vertikal (garis tebal) diperoleh melalui perhitungan rata-rata secara keseluruhan dari variable kinerja dengan variable harapan.

Ada empat kuadran yang menunjukkan keterkaitan antara variable kinerja dengan variable harapan, yaitu:

Kuadran Pertama, “Pertahankan Kinerja” (*high importance & high performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

Kuadran Kedua, “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*)

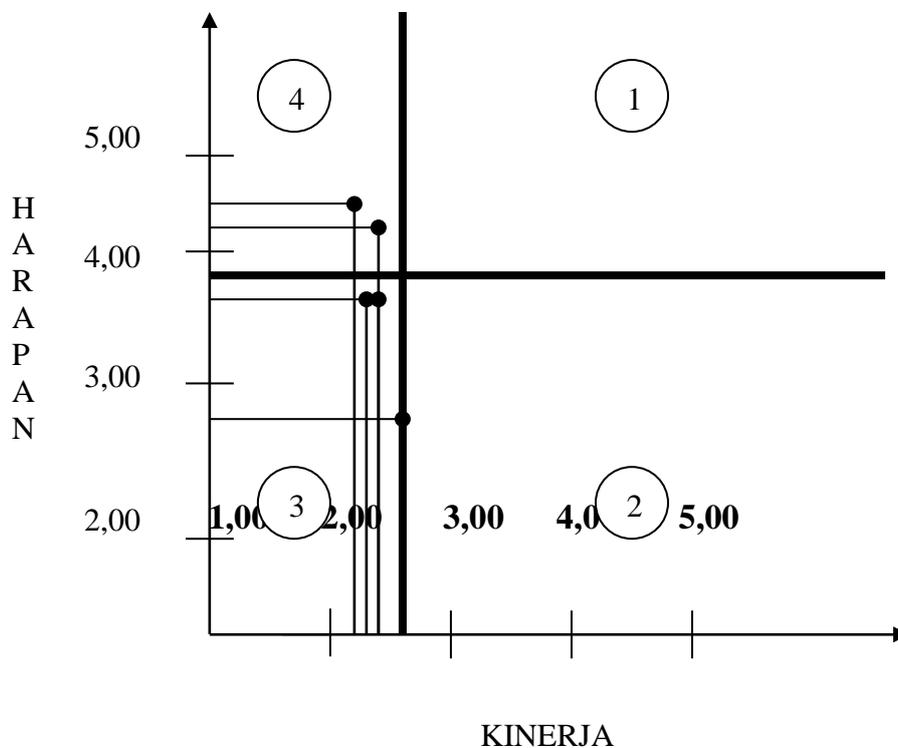
Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran keempat.

Kuadran Ketiga, “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

Kuadran Keempat, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh konsumen namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.



Grafik Kuadran Importance Performance Analysis Harapan dan Kinerja

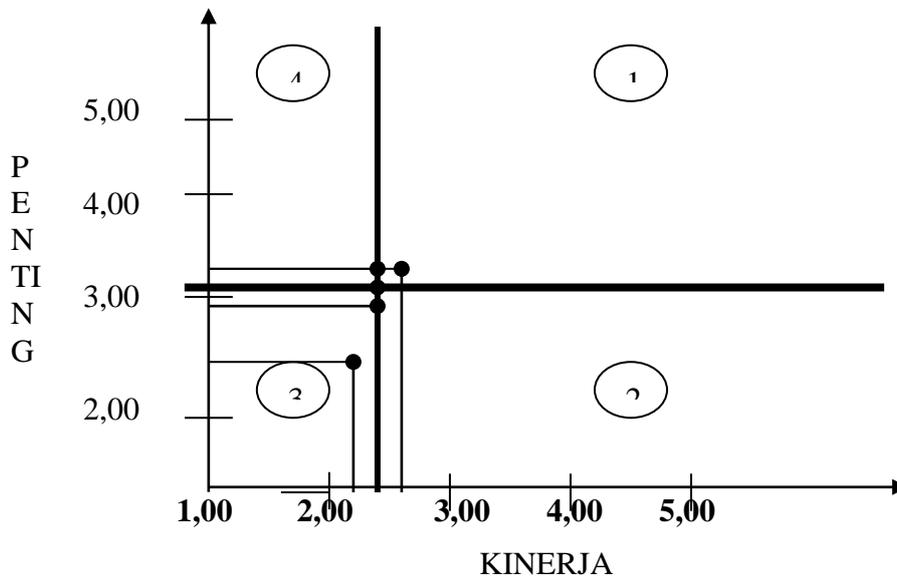
Jika melihat dari grafik di atas, maka ada dua nilai rata-rata yang terletak pada kuadran 4 yaitu pada wujud fisik dan daya tanggap terhadap keinginan responden. Hal ini mencerminkan adanya harapan yang tinggi dari mahasiswa terhadap pelayanan akademik dan nonakademik, namun tidak dibarengi oleh kinerja yang baik. Oleh karena itu pihak manajemen STP Aviasi harus meningkatkan kinerja para karyawannya.

Selain itu terdapat tiga nilai rata-rata yang terdapat pada kuadran 3, yaitu kehandalan, empati, dan jaminan. Hal ini berarti Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen STP Aviassi tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

Tabel Kuadran Importance Performance Analysis untuk Harapan dan Kinerja

	Dimensi	Harapan	Kinerja	Kesesuaian %	Kuadran
1.	Wujud fisik	4,31	2,33	54,06	Kuadran 4
2.	Daya tanggap	4,15	2,36	56,86	Kuadran 4
3.	Kehandalan	3,57	2,36	66,11	Kuadran 3
4.	Empati	3,57	2,14	59,94	Kuadran 3
5.	Jaminan	2,76	2,61	94,56	Kuadran 3
	Rata-rata	3,67	2,36	64,31	

Importance Performance Analysis untuk Tingkat Pentingnya dengan Kinerja



Grafik Kuadran Importance Performance Analysis Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Jika melihat dari grafik di atas, maka ada dua nilai rata-rata yang terletak pada kuadran 4 yaitu pada kehandalan dan daya tanggap terhadap keinginan responden. Hal ini mencerminkan bahwa kehandalan dan daya tanggap sangat penting bagi mahasiswa, namun tidak dibarengi oleh kinerja yang baik. Oleh karena itu pihak manajemen STP Aviase harus meningkatkan kinerja para karyawannya.

Selain itu terdapat tiga nilai rata-rata yang terdapat pada kuadran 3, yaitu wujud fisik dan empati. Hal ini berarti Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepentingan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen STP Aviase tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut. Sedangkan jaminan terletak pada kuadran 1, yang berarti bahwa menurut responden (mahasiswa), STP Aviase telah menganggap penting faktor tersebut dan prestasi ini harus dipertahankan.

Tabel Kuadran Importance Performance Analysis untuk Harapan dan Kinerja

	Dimensi	Tingkat Pentingnya	Kinerja	Kesesuaian %	Kuadran
1.	Wujud fisik	2,94	2,33	79,25	Kuadran 3
2.	Daya tanggap	3,31	2,36	71,29	Kuadran 4
3.	Kehandalan	3,15	2,36	74,92	Kuadran 4
4.	Empati	2,61	2,14	81,99	Kuadran 3
5.	Jaminan	3,31	2,61	78,85	Kuadran 1
	Rata-rata	3,06	2,36	77,12	

C. PENUTUP

1. Kualitas Pelayanan dilihat dari Ukuran Harapan (*Expectation*)

Harapan mahasiswa yang paling tinggi adalah kepemilikan kampus terhadap peralatan dan teknologi yang terbaru (mutakhir) dengan nilai 4,80 . Hal ini sangatlah wajar mengingat para lulusan dari STP Aviase ini akan bersaing dengan lulusan dari lembaga lainnya atau bahkan dari luar negeri. Sedangkan rata-rata nilai yang diberikan oleh mahasiswa terhadap ukuran harapan ini adalah sebesar 4,082.

2. Kualitas Pelayanan dilihat dari Ukuran Kinerja (*Performance*)

Mahasiswa menilai bahwa kampus sudah cukup memberikan pelayanan yang baik di mana mahasiswa memberikan nilai rata-rata sebesar 2,89. Meskipun ada yang harus diperbaiki yaitu masalah kinerja staf dan kampus dalam kesediaan membantu mahasiswa yang memiliki permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan akademik yang mereka jalani dengan nilai sebesar 2,59.

3. Kualitas Pelayanan dilihat dari Ukuran Derajat Kepentingan (*Importance*)

Mahasiswa menilai pentingnya perilaku staf yang sopan di dalam melakukan kegiatan pelayanan terhadap mahasiswa dengan nilai 4,12. Sedangkan rata-rata nilai yang diberikan untuk ukuran derajat kepentingan adalah sebesar 3,740.

4. Kesesuaian Kinerja karyawan (*Performance*) dengan harapan (*Expectation*) responden

Wujud fisik dan daya tanggap karyawan STP Aviase dianggap belum memenuhi atau sesuai dengan keinginan responden (mahasiswa). Sedangkan untuk kehandalan, empati, dan jaminan, responden tidak terlalu mempersoalkannya, namun sebaiknya pihak manajemen STP Aviase meningkatkan kinerjanya sehingga bisa memenuhi harapan responden (mahasiswa).

5. Kesesuaian Kinerja karyawan (*Performance*) dengan tingkat kepentingan (*Importance*)

Kehandalan dan daya tanggap dianggap sebagai bagian yang penting bagi responden. Wujud fisik dan empati merupakan bagian yang tidak terlalu dianggap

penting oleh responden, sedangkan jaminan dianggap sudah memenuhi keinginan responden dan perlu ditingkatkan lagi ke arah yang lebih baik.

Untuk memperbaiki atau membuat lebih baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa, maka lembaga harus melakukan beberapa hal berikut:

1. Memberikan pelatihan pelayanan kepada para staf administrasi secara berkala.
2. Memberikan penghargaan (reward) atas prestasi kerja para staf administrasi yang signifikan.
3. Membuat kotak saran, opini, dan usulan, yang dibahas secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

Engel, F, Roger D, Blakwell, dan Paul W, Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara Jakarta

Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi ke-7, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta

Nazir, M, 1988, *Metode Penelitian*, Cetakan ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta

Setiawan, Rudi, 2005, *Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Kerata api Komuter Surabaya – Sidoarjo*

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, CV, Alfabeta, Bandung

Tjiptono, Fandy, 2004, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Tirtayasa Ekonomika, 2006, Vol 2, No,1 Yogyakarta

Umar, Husein, 2004, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan ke-6, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta