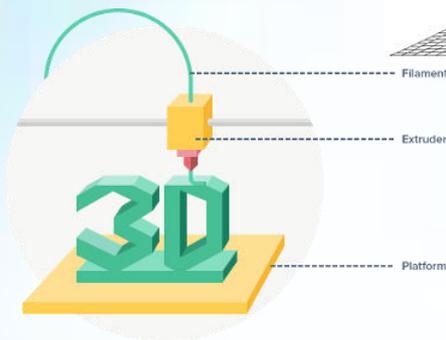
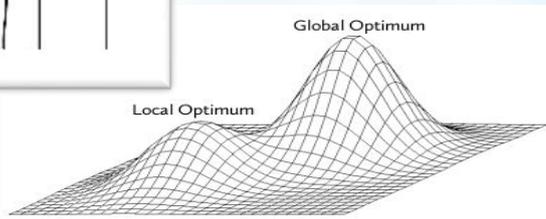
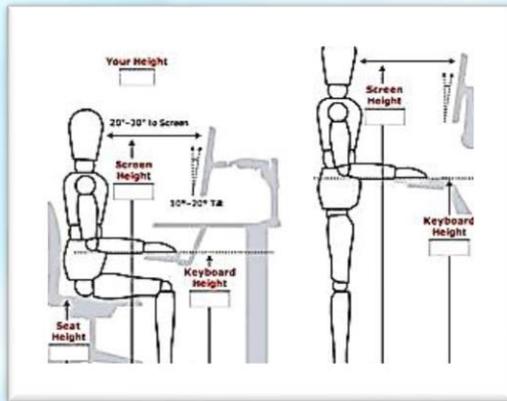


JURNAL REKAVASI

Jurnal Rekayasa & Inovasi Teknik Industri



Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta

Jurnal REKAVASI	Vol. 5	No. 1	Hlm. 1-58	Yogyakarta Mei 2017	ISSN: 2338-7750
--------------------	--------	-------	--------------	------------------------	--------------------

DAFTAR ISI

OPTIMALISASI VEHICLE ROUTING PROBLEM DENGAN PENDEKATAN METODE SAVING MATRIX DAN CLARKE & WRIGHT SAVING HEURISTIC <i>Andi Arifudin, Petrus Wisnubroto, Cyrilla Indri Parwati</i>	1-9
INTEGRASI METODE SERVQUAL, QFD, DAN KANO UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA PERGURUAN TINGGI IAIM NU KOTA METRO <i>Arief Zohir, Cyrilla Indri Parwati, Joko Susetyo</i>	10-17
STUDI KELAYAKAN BISNIS TAS TENUN DENGAN PEMANFAATAN KAIN TENUN KHAS MAMASA DAN INOVASI PRODUK GUNA PENINGKATAN DAYA SAING USAHA <i>Evanita Lestari, Winarni, Cyrilla Indri Parwati</i>	18-24
ANALISIS KEGAGALAN TURBINE GUIDE BEARING MENGGUNAKAN METODE RELIABILITY CENTERED MAINTENANCE (RCM) <i>Fadhli Hakim Akbar, Titin Isna Oesman, Endang Widuri Asih</i>	25-31
EVALUASI KESEHATAN & KESELAMATAN KERJA (K3) UNTUK PENILAIAN PRODUKTIVITAS DENGAN METODE SWOT DAN BALANCED SCORECARD PADA PT. MITRA REKATAMA MANDIRI <i>Muhammard Yogie, Petrus Wisnubroto, Titin Isna Oesman</i>	32-37
USULAN PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN METODE WILSON (STUDI KASUS DI USAHA CERAH BAKERY) <i>Toloni Gulo, Joko Susetyo, Muhammad Yusuf</i>	38-44
USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN INTEGRASI METODE SERVQUAL DAN KANO (STUDI KASUS DI STAI KI AGENG PEKALONGAN) <i>Wawan Agung Darmawan, Cyrilla Indri Parwati, Winarni</i>	45-52
PENILAIAN KINERJA DENGAN METODE HUMAN RESOURCES SCORECARD DAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS PG. GONDANG BARU KLATEN) <i>Elen Dapu, Winarni, Joko Susetyo</i>	53-58

USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN INTEGRASI METODE SERVQUAL DAN KANO (STUDI KASUS DI STAI KI AGENG PEKALONGAN)

Wawan Agung Darmawan, Cyrilla Indri Parwati, Winarni
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta
Jl. Kalisahak No. 28 Yogyakarta
E-mail : a_nu2@yahoo.com

ABSTRACT

One important factor in attracting prospective students to choose Higher education is a factor of the quality of service, because of the good service to the students, in addition to the things that need to be considered in mendesai services is to be in accordance with the needs and interests of consumers / students. This study aimed to analyze the quality of existing services on the STAI Ki Ageng Pekalongan, identify service facilities on campus that affect student satisfaction and identify the results of the student preferences by using servqual and canoeing. Servqual method used to measure the quality of service and has its five dimensions to categorize the attributes of service, and methods canoes were used to categorize the service attributes based on how well the attributes capable of satisfying the needs of customers. From the research based methods servqual the overall quality of services provided by the college student has not met expectations. Is still a gap that is negative to the value of the average quality of service 0.68683 below a value of 1, based on the method of canoeing there are 3 attributes that are included in the category Must be the highest value attribute number 4 (availability of library space with a value of 0.596) and lowest attribute ie number 9 (Staff finances quickly serve primarily as students registasi too much to the value of 0.553) and there are six attributes in the category One-dimensional, attributes that have the highest value is twofold (availability of means of information retrieval with a value of 0.792), and (Availability of facilities Internet with a value of 0.792)), and the attributes that have the lowest value ie (Clarity delivery of information related to rent PMB by the Committee with a value of 0.648).

Keywords: Kano, Service, Servqual

INTISARI

Salah satu faktor penting dalam menarik calon mahasiswa untuk memilih perguruan Tinggi adalah faktor kualitas pelayanannya, karena pelayanan yang baik kepada mahasiswa, selain itu hal yang perlu dipertimbangkan dalam mendesai pelayanan jasa adalah harus sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan konsumen/mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang sudah ada pada STAI Ki Ageng Pekalongan, mengidentifikasi fasilitas layanan kampus yang berpengaruh pada kepuasan mahasiswa dan mengidentifikasi hasil preferensi pihak mahasiswa dengan menggunakan metode servqual dan kano. Metode servqual digunakan untuk mengukur kualitas layanan dan memiliki lima dimensinya untuk mengkategorikan atribut-atribut pelayanan, dan metode kano digunakan untuk mengkategorikan atribut jasa berdasarkan seberapa baik atribut tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Dari hasil penelitian berdasarkan metode servqual secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh kampus belum memenuhi harapan mahasiswa. Masih terdapat kesenjangan yang bernilai negatif dengan nilai kualitas pelayanan rata-rata 0,68683 di bawah nilai 1, berdasarkan metode kano ada 3 atribut yang termasuk dalam kategori *Must be* dengan nilai tertinggi atribut nomor 4 (tersedianya ruang perpustakaan dengan nilai 0,596) dan atribut terendah yaitu nomor 9 (Staff keuangan dengan cepat melayani terutama saat mahasiswa registasi terlalu banyak dengan nilai 0,553) dan ada 6 atribut di kategori *One dimensional*, atribut yang mempunyai nilai tertinggi ada dua yaitu tersedianya sarana penelusuran informasi dengan nilai 0,792, dan tersedianya Fasilitas Internet dengan nilai 0,792, dan atribut yang mempunyai nilai terendah yaitu kejelasan penyampaian informasi terkait Iklan PMB oleh Panitia dengan nilai 0,648.

Kata Kunci : Kano, Pelayanan dan Servqual

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Perguruan Tinggi merupakan lembaga penyedia jasa layanan masyarakat di bidang pendidikan. Jasa layanan itu sering dinyatakan (dalam bentuk janji) kepada masyarakat untuk diterima dan didukung. Kelangsungan hidup perguruan tinggi tidak lepas dari masyarakat pendukung maupun masyarakat yang berkepentingan dengannya (*stakeholder*). Masyarakatlah yang memberikan masukan sumber daya dan

dana yang diperlukan bagi penyelenggaraannya, dan masyarakat pula yang nantinya akan menerima atau memanfaatkan hasil pelayanan yang diberikan oleh perguruan tinggi. Ada hubungan dan pertukaran saling memberi (*take and give*) antara perguruan tinggi dengan masyarakat dan sebaliknya. Karena itu, wajar apabilaperguruan tinggi dituntut tanggung jawabnya atas jasa layanan yang dinyatakan (dijanjikan) kepada masyarakat. Tanggung jawab itu dinyatakan sebagai akuntabilitas perguruan tinggi atas peran dan fungsi yang dijalankan, atas kinerja penyelenggaraannya, atas pelayanan yang diberikan (Sari dkk, 2013).

Kualitas dan pelayanan memainkan peranan penting dalam pemasaran dan menjadi hal yang penting dalam Perguruan Tinggi Swasta karena merupakan pembeda yang paling efektif. Perguruan Tinggi Swasta bergerak dalam bidang jasa bersaing berdasarkan kualitas jasanya. Salah satu perguruan Tinggi Swasta yang saat ini bersaing untuk meningkatkan kualitas jasanya yaitu STAI Ki Ageng Pekalongan. Perguruan Tinggi Swasta ini membuka program studi strata satu. Program studi yang tersedia antara lain Jurusan Tarbiyah dengan prodi Manajemen Pendidikan Islam dan Jurusan Syariah dengan prodi Ekonomi Syariah.

STAI Ki Ageng Pekalongan yang tergolong Perguruan Tinggi baru berkembang dengan usia lima tahun berdiri ditengah-tengah banyaknya perguruan tinggi yang ada di Pekalongan maka perlu untuk secara aktif mengawasi, dan mengevaluasi kualitas jasa dan berkomitmen terhadap perbaikan mutu pelayanan secara berkesinambungan. Dengan melihat keadaan fasilitas-fasilitas yang ada pada STAI Ki Ageng Pekalongan masih perlu melakukan perbaikan kualitas dan pelayanan jasanya dengan tujuan meningkatkan jumlah mahasiswa, mahasiswa bagi Perguruan Tinggi

BAHAN DAN METODE (MATERIALS AND METHODS)

Pengertian Kualitas

Menurut Wijaya (2011), kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Dalam ISO 8402 dan SNI (Standar Nasional Indonesia). Pengertian Kualitas yang lain, adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar.

Pengertian Jasa

Menurut Wijaya (2011), jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Wijaya (2011) juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Jasa pendidikan adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan. Konsumen utamanya adalah mahasiswa. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku, sehingga perguruan tinggi ditutup karena ketidak kemampuan para pengelolanya.

Servqual

Model kualitas layanan 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. Menurut Wijaya (2011), metode *servqual* adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Dalam metode *servqual* terdapat sepuluh faktor utama atau dimensi *Servqual* yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (hal-hal nyata secara fisik). Misalnya, lantai, seragam staf, tata letak barang, interior.
2. *Reliability* (konsistensi, keterandalan). Misalnya, janji yang ditepati, mutu produk, kebersihan produk, jam buka, bekerja tidak sambil ngobrol.
3. *Responsivenees* (tanggap, tanggung jawab). Misalnya, respon staf yang dapat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dihadapi konsumen.
4. *Comptence* (cakap, ahli, terampil). Misalnya, staf terampil dalam bekerja, menguasai produk knowledge.
5. *Creadibility* (dipercaya). Misalnya, kejujuran, dapat dipercaya.
6. *Courtesy* (rasa hormat). Misalnya, kesopanan staf.

7. *Security* (keamanan). Misalnya, konsumen merasa bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, tidak bahaya, merasa aman secara fisik dan finansial.
8. *Access* (mudah dicapai, dihubungi). Misalnya, staf mudah di telfon, manajer mudah ditemui, konsmen tidak lama menunggu.
9. *Communication* (komunikasi). Misalnya, bahasa yang dapat dimengerti, informasi yang tepat tentang layanan.
10. *Understanding the customer* (mengerti pelanggan). Misalnya, staf memahami kebutuhan pelanggan, hal-hal yang berkaitan dengan perhatian pribadi konsumen.

Dimensi layanan diringkas menjadi lima dimensi *Servqual* oleh Parasuraman dalam (Wijaya, 2011). Lima dimensi tersebut meliputi:

1. Bukti langsung (*tangible*), yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
5. Empati, yang meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Lima kesenjangan/*gap* yang dikemukakan Parasuraman (Wijaya, 2011) adalah:

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.
2. Pada kenyataannya, pihak manajemen perusahaan tidak selalu merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya, manajemen tidak mengetahui bagaimana jasa seharusnya disain dan jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan konsumen.
3. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.
4. Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi tidak menyusun standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa karena tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau kelebihan permintaan.
5. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
6. Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini. Misalnya, karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja melampaui batas, kurang/tidak dapat memenuhi standar kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.
7. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
8. Sering harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklim dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Risiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.
9. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut. Gap ini mewakili dari semua gap yang ada.

Model *Servqual* ini mendefinisikan bahwa kesenjangan atau *gap* (G) untuk faktor kualitas jasa atau pelayanan tertentu adalah

$$G = P (\text{Perceptions}) - E (\text{Expectation}) \quad \dots\dots(1)$$

Kano

Menurut Wijaya (2011), metode Kano adalah metode yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik atribut tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Atribut-atribut tersebut dapat dibedakan menjadi beberapa kategori sebagai berikut:

- a. *Attractive/excitment needs*
Pada kategori ini konsumen akan merasa lebih puas dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi, penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan.
- b. *One dimensional*
Apabila kategori ini terpenuhi maka kepuasan pelanggan meningkat. Jika sebaliknya, akan menyebabkan menurunnya kepuasan. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan berhubungan

- linier dengan kinerja atribut. Artinya, menurunnya kinerja atribut akan menurunkan pula tingkat kepuasan pelanggan.
- c. *Must be/basic needs*
Jika layanan itu ada, pelanggan tidak meningkat kepuasannya. Sebaliknya, jika tidak ada, pelanggan tidak puas. Kategori ini merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa bagi konsumennya. Namun bila meningkatkan kinerja kategori ini, perusahaan tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen. Walaupun kepuasan konsumen tidak akan meningkat dengan atribut-atribut pada kategori ini, tetapi atribut-atribut ini wajib dipenuhi perusahaan. dengan kata lain, atribut tersebut harus ada pada setiap produk/jasa agar dapat diterima.
 - d. *Indifferent*
Ini merupakan kategori yang tidak memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen.
 - e. *Reverse*
Kategori ini merupakan kebalikan dari kategori one dimensional, yaitu derajat kepuasan konsumen lebih tinggi jika layanan berlangsung tidak semestinya, bila dibandingkan kepuasan terhadap layanan yang berjalan dengan baik.
 - f. *Qustionable*
Kadangkala konsumen puas/tidak puas jika layanan itu diberikan atau tidak diberikan.

Dari keenam kategori Kano tersebut yang biasanya dapat dirasakan secara nyata adalah kategori *must be, one dimensional, and attrative*. Ketidaktahuan terhadap kategori atribut layanan ini dapat menimbulkan akibat negatif bagi perusahaan pemberi jasa. Jika pemberi jasa tidak menyadari bahwa keinginan konsumen berbeda-beda dan kategori pelanggan tersebut bersifat dinamis, secara spesifik atribut *attrative* akan menjadi *one-dimensional* dan akhirnya *must be*.

Modifikasi Skala Likert (Skala Sikap)

Menurut Putra (2014) skala *likert* (skala sikap) merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan (*statement*) yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang telah disediakan. Modifikasi terhadap skala *likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat.

Dalam skala *likert* tingkat kesetujuan responden terhadap (*statement*) dalam angket kuesioner diklasifikasikan sebagai berikut:

- SB = Sangat Baik
- BA = Baik
- BI = Biasa (Cukup Baik)
- TB = Tidak Baik
- STB = Sangat Tidak Baik

Penentuan Jumlah Sampel

Menurut Arikunto (2010), jika hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi.

Pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel penelitian dengan rumus slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan

- N = Populasi
- n = ukuran sampel
- e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Sebelum pengambilan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan. Dengan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur tertentu dalam melakukan fungsi ukurannya. Semakin tinggi validitas suatu atribut maka pengujian tersebut semakin mengenai sasarannya dan semakin menunjukkan apa yang harus ditunjukkannya.

Menurut Salafudin (2010), validitas berarti tingkat ketepatan hasil suatu pengukuran. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas atribut dapat dihitung dengan rumus *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)} \times \sqrt{(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots\dots(3)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Indeks korelasi antara x dengan y
- N = Banyak Responden atau Sampel Penelitian
- Σx² = Jumlah kuadrat x
- Σy² = Jumlah kuadrat y
- X = Variabel X
- Y = Variabel Y
- Σ = Jumlah

Setelah diketahui nilai koefisien korelasi (r), kemudian baru dibandingkan dengan r tabel. Atribut dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi (r) lebih besar dari nilai r tabel. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*statistical packege for social science*).

Menurut Azwar (2000), untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel r *product moment*.

Kriteria penilaian uji validitas, adalah sebagai berikut:

- a) Apabila r hitung > r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila r hitung < r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Menurut Santoso (2000), ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner, yaitu keharusan sebuah kuesioner untuk valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Dimana validitas data diukur dengan membandingkan r hasil dengan r tabel (*r product moment*), jika:

- a) r hasil > r tabel, data valid
- b) r hasil < r tabel, data tidak valid

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Sehingga reabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan dapat berarti berapapun atribut-atribut kuesioner tersebut dinyatakan pada responden yang berlainan, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden. Atau dengan kata lain, reliabilitas dapat menunjukan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Menurut Azwar (2000), cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus koefisiensi *Cronbach Alpha* yaitu:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - r)r^2} \dots\dots(4)$$

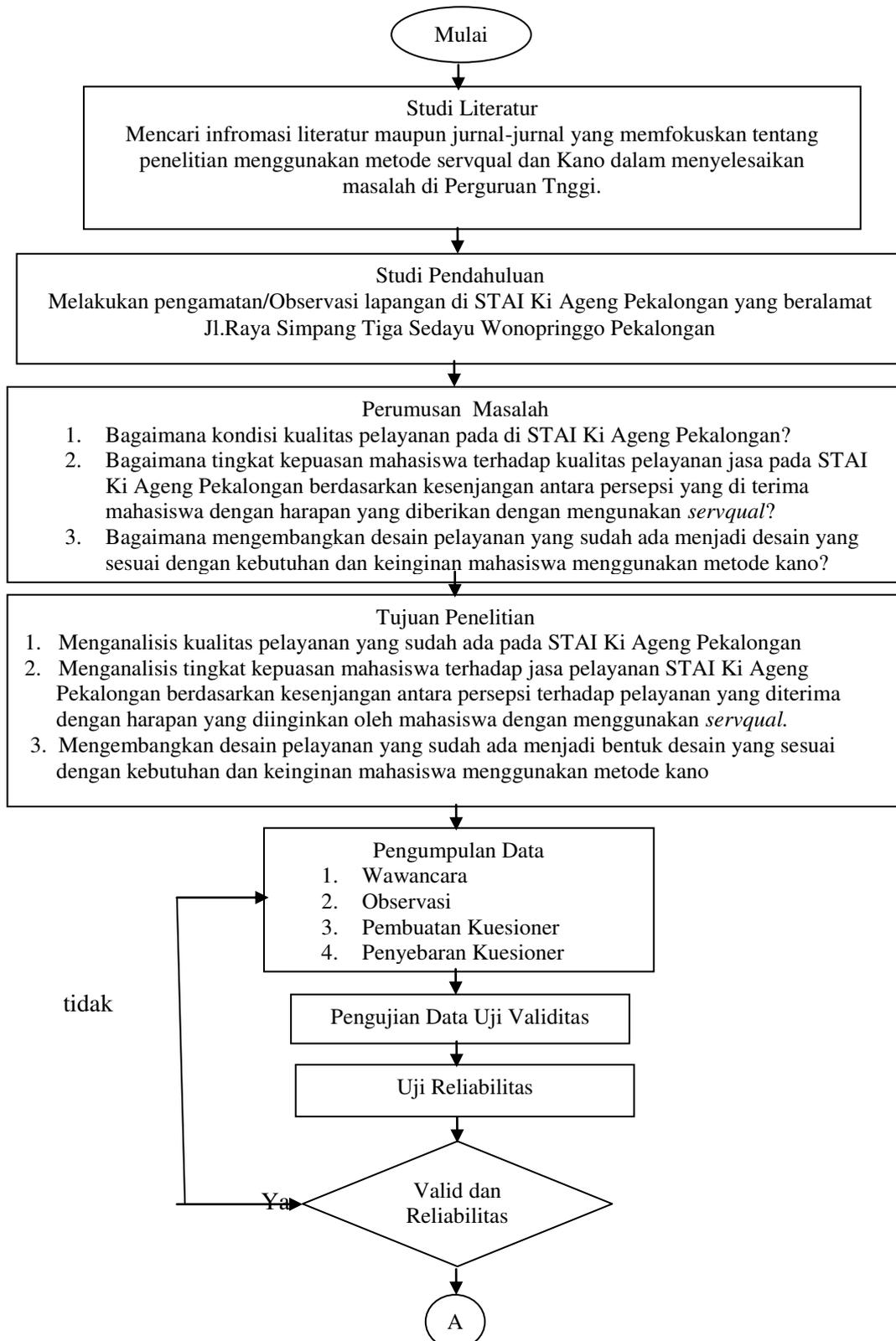
Keterangan:

- a = Koefisien Crambach Alpha
- k = Jumlah item valid
- r = Renta korelasi antar item
- 1 = Konstanta pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan

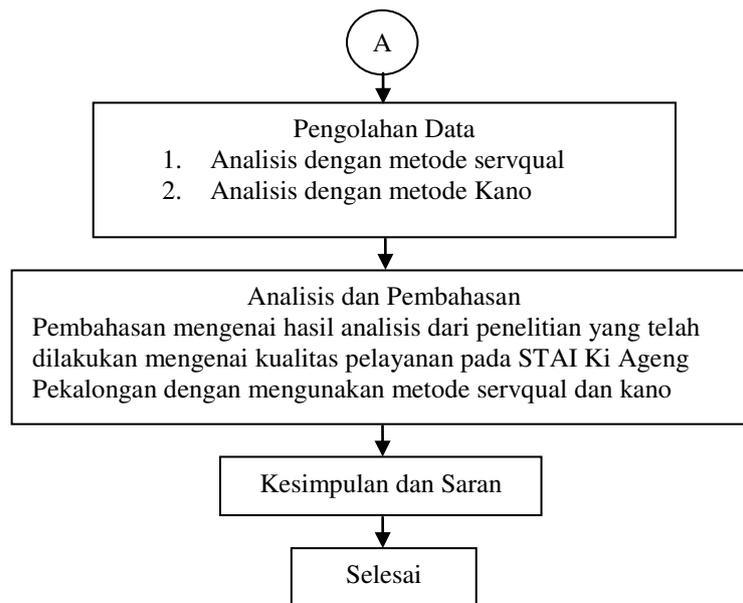
menggunakan rumus koefisien *cronbach alpha*.

Menurut Ghozali (2001), daftar pertanyaan yang diuji akan dikatakan reliabel bila nilai *cronbach alpha* ≥ 0.6 , syarat suatu alat ukur menunjukkan kehandalan yang semakin tinggi adalah apabila koefisien reliabilitas (α) yang mendekati angka satu. Apabila koefisien alpha (α) lebih besar dari 0.6 maka alat ukur dianggap andal atau terdapat internal *consistency reliability* dan sebaliknya bila α lebih kecil dari 0.2 maka dianggap kurang handal atau tidak terdapat internal *consistency reliability*.

Diagram alir penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian



Lanjutan Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULT AND DISCUSSIONS)

Pada hasil pengujian validitas dan reliabilitas data yang telah dilakukan ketiga jenis kuesioner yaitu kuesioner kepentingan, harapan dan kepuasan, tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan didapatkan hasil satu perhitungan uji validitas yang tidak valid pada atribut kuesioner tingkat kepuasan yaitu atribut ke 12 (Ruang laboratorium komputer yang nyaman). Hal ini dikarenakan setelah dilakukan perhitungan uji validitas menggunakan software SPSS 20.0 nilai r hitung lebih kecil dari r tabel ($0,046 < 0,0179$), sehingga atribut tersebut harus dihilangkan.

Perhitungan pada metode servqual gap ke-5 gap antara jasa yang diterima dan jasa yang diharapkan pelanggan berdasarkan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa STAI Ki Ageng Pekalongan untuk nilai rata-rata gap lima dimensi *tangibel* -1.148, *reliability* -1.271, *Responsivness* -1.478, *Assurance* -1004.5 dan *Empaty* -1.449.

Analisis hasil pengolahan data terdiri dari analisis kualitas pelayanan dengan metode servqual. Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan STAI Ki Ageng Pekalongan terhadap mahasiswa dapat dilihat pada tabel 4.16. tabel tersebut menunjukkan adanya kesenjangan (gap) yang bernilai negatif antara kinerja pelayanan STAI Ki Ageng Pekalongan dan harapan mahasiswa. Secara keseluruhan skor kinerja pelayanan STAI Ki Ageng Pekalongan berada dibawah skor harapan mahasiswa.

Hal ini juga ditunjukkan dengan rendahnya nilai kualitas pelayanan yang diberikan STAI Ki Ageng Pekalongan, misalnya pada dimensi assurance yang memiliki nilai kualitas pelayanan (Q) tertinggi yaitu sebesar 0,748182. Kemudian dimensi di urutkan berikutnya yaitu dimensi tangible dengan nilai kualitas 0,719521, Reliability dengan nilai 0,694103, Empaty 0,643455 dan dimensi yang memiliki kualitas pelayanan terendah adalah Responsiveness 0,628363 tabel 4.16. menunjukkan bahwa nilai-nilai kualitas untuk semua dimensi servqual masih dibawah nilai satu, dengan nilai kualitas rata-rata 0,68683.

Berdasarkan data tersebut, maka secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh kampus belum memenuhi harapan mahasiswa. Masih terdapat kesenjangan yang bernilai negatif dengan nilai kualitas pelayanan rata-rata 0,68683.

Pada model kano digunakan untuk mengetahui seberapa baik jasa mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Data mengenai faktor kepentingan diperoleh berdasarkan tingkat kepentingan pada hasil kuesioner, dimana hasil kuesioner tingkat kepentingan dibagi menjadi dua jenis yaitu tingkat kepentingan implisit dan tingkat kepentingan eksplisit. Data kepentingan implisit didapatkan dari hasil perhitungan koefisien korelasi antara satu atribut dengan keseluruhan atribut dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 20.0 tentang analisis *bivariate* yaitu korelasi *Spearman*. Sedangkan untuk kepentingan eksplisit data didapatkan dari nilai tingkat kepentingan pada penyebaran kuesioner tingkat kepentingan.

Hasil data implisit dan eksplisit tersebut kemudian dimasukkan dan dibuat kedalam diagram klasifikasi kepentingan sehingga menghasilkan peta kuadran Kano. Berdasarkan peta kuadran kano didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa atribut-atribut pelayanan yang masuk dalam kategori *Must Be* diurutkan berdasarkan nilai tertinggi sampai nilai terendah yang didapatkan dari hasil perhitungan

koefisien korelasi antara satu atribut dengan keseluruhan atribut dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 20.0 tentang analisis *bivariate* yaitu korelasi *Spearman*, pertama (tersedianya ruang perpustakaan dengan nilai 0,596), kedua (jam buka pelayanan bagian administrasi sesuai dengan kebutuhan dan ketersediaan waktu mahasiswa dengan nilai 0,565) dan ketiga (staff keuangan dengan cepat melayani terutama saat mahasiswa registasi terlalu banyak dengan nilai 0,553). Atribut yang masuk dalam kategori *One Dimensional* yang mempunyai prioritas kepentingan dari yang tertinggi yaitu (tersedianya sarana penelusuran informasi dengan nilai 0,792), (tersedianya fasilitas internet dengan nilai 0,792), (kebersihan ruangan kelas dengan nilai 0,725), (kemampuan staff keuangan merekap laporan administrasi dengan teliti dengan nilai 0,672), (tersedianya laboratorium komputer dengan nilai 0,653), (kejelasan penyampaian informasi terkait iklan PMB oleh panitia dengan nilai 0,648).

KESIMPULAN (CONCLUSION)

Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan kampus STAI Ki Ageng Pekalongan belum memenuhi harapan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kesenjangan kinerja Kampus dan harapan mahasiswa yang bernilai negatif dan nilai kualitas pelayanan yang berada di bawah nilai 1.

Untuk atribut yang dibutuhkan oleh mahasiswa yakni tersedianya laboratorium komputer, tersedianya sarana penelusuran informasi, tersedianya fasilitas internet, kebersihan ruangan kelas, kemampuan staff keuangan merekap laporan administrasi dengan teliti, kejelasan penyampaian informasi terkait iklan PMB oleh panitia.

Setelah dilakukan penelitian menggunakan metode kano dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan yang didapatkan dari hasil perhitungan koefisien korelasi antara satu atribut dengan keseluruhan atribut dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 20.0 tentang analisis *bivariate* yaitu korelasi *Spearman*, didapatkan nilai tertinggi dari kategori *must be* yaitu atribut nomor 4 (tersedianya ruang perpustakaan dengan nilai 0,596) dan Atribut terendah yaitu nomor 9 (staff keuangan dengan cepat melayani terutama saat mahasiswa registasi terlalu banyak dengan nilai 0,553) sedangkan dalam kategori *one dimensional* atribut yang mempunyai nilai tertinggi ada dua yaitu (tersedianya sarana penelusuran informasi dengan nilai 0,792), dan (tersedianya fasilitas Internet dengan nilai 0,792)), sedangkan atribut yang mempunyai nilai terendah yaitu (kejelasan penyampaian informasi terkait Iklan PMB oleh panitia dengan nilai 0,648).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S 2010, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar, S 2000, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Belajar, Yogyakarta
- Ghozali, I 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Putra, PP 2014, 'Usulan Pengembangan Desain Kemasan Produk Dengan Integrasi Metode Kano Dan QFD (Quality Function Deployment)-(Studi Kasus UD Sutinah, Bantul Karang, Ringinharjo, Kabupaten Bantul, Yogyakarta)', Skripsi, Institut Sains dan Teknologi AKPRIND, Yogyakarta.
- Salafudin 2010, *Statistika Terapan Untuk Penelitian Sosial*, Gema Media, Yogyakarta
- Sari, DSN, Singgih, ML, dan Karningsih, PD 2013, 'Integrasi Metode Servqual, QFD dan TOPSIS Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan', *Simposium Nasional Teknologi Terapan (SNTT)*, ISSN 2339-028X, pp. I-78 – I-82.
- Santoso, S 2000, *Buku Latihan Spss Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Wijaya, T 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, PT. Indeks, Jakarta.