

THE INFLUENCE OF THE ACADEMIC SERVICE QUALITY TOWARD STUDENT SATISFACTION

(Studies in Students of Business Administration Program, Faculty of Communication and Business, Telkom University)

Vinny Jennifer Rahareng¹, Dr. Ida Nurnida Relawan²

^{1,2}) Business Administration Program, Faculty of Communication and Business, Telkom University

Email : ¹jennifervinny@gmail.com, ²idanurnida@gmail.com

ABSTRACT

At this time, business in the industry of education in Indonesia, as in other countries, has become an arena of competition because of the growing number of colleges are serious about providing the best service to students and prospective students. In managing their home institution, colleges should be able to provide the best service quality in some aspects. The Ministry in particular academic services as a core business that can affect the level of satisfaction of students as consumers themselves. This research aims to know the influence of the academic quality of service performed by the Prodi Administration Business mahasiswa satisfaction batch of 2013. The methods used in this research is quantitative descriptive method. Sampling done by the method of probability sampling type of simple random sampling. Data analysis techniques using descriptive analysis and multiple regression analysis. Based on the results of the test t there are 2 variables berpengaruh variables i.e. Responsiveness (responsiveness) and Tangible (physical evidence), while variable Reliability (reliability), Assurance (Assurance) and Empathy (empathy) does not affect the satisfaction of the students. F test results show that the quality of service which consists of Reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), Assurance (Assurance), Empathy (empathy) and Tangible (physical evidence) take effect simultaneously and significantly to the satisfaction of the students. The conclusion is that the quality of the academic Services are basically the effect on student satisfaction, it is influenced by how the institutions managing the quality of its services.

Keywords: *Service Quality, Tangible, Empathy, Assurance, Responsiveness, Reliability, Student Satisfaction*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

(Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)

Vinny Jennifer Rahareng¹, Dr. Ida Nurnida Relawan²

^{1,2}) Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email : ¹jennifervinny@gmail.com, ²idanurnida@gmail.com

ABSTRAK

Pada saat ini, bisnis pada industri pendidikan di Indonesia sebagaimana di negara lain, sudah menjadi sebuah ajang persaingan karena semakin banyaknya perguruan tinggi yang serius memberikan pelayanan yang terbaik kepada mahasiswa maupun calon mahasiswa. Dalam mengelola institusinya, Perguruan Tinggi harus mampu memberikan mutu layanan terbaik pada beberapa aspek. Pelayanan khususnya layanan akademik sebagai bisnis inti

yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa sebagai konsumen itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan akademik yang dilakukan oleh Prodi Administrasi Bisnis terhadap kepuasan mahasiswa angkatan 2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling jenis simple random sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji t terdapat 2 variabel yang berpengaruh yaitu variabel *Responsiveness* (daya tanggap) dan variabel *Tangible* (bukti fisik), sedangkan variabel *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (empati) tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil uji F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Kesimpulannya ialah Kualitas Layanan Akademik pada dasarnya berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini dipengaruhi oleh bagaimana institusi tersebut mengelola kualitas layanannya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance, Kepuasan Mahasiswa

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

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 me nempatkan 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 (*assurance*) yang mencakup: keterpercayaan 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 1.1 Hasil Survey 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 %
Rata-Rata		68,34 %

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 persentase 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.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana Kualitas layanan akademik pada prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University?
- Bagaimana Kepuasan mahasiswa prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University?
- Bagaimana pengaruh Kualitas layanan akademik terhadap Kepuasan mahasiswa prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University?

TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2016: 27) menyatakan bahwa pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. 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.

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).

Metode Pengukuran

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

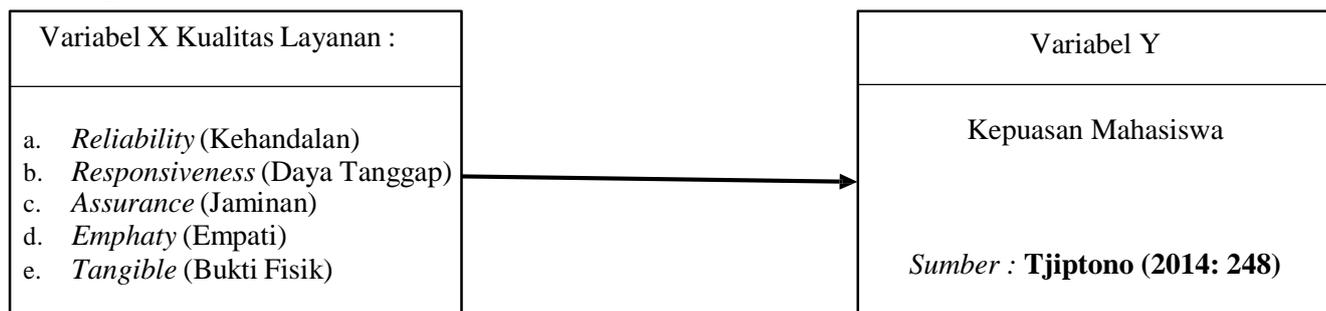
Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan

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).

Penelitian Terdahulu

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 2.1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah: “Kualitas layanan akademik berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa” S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom angkatan 2013”.

HASIL PENELITIAN

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

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan kausalitas 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 :

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

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 3.1 Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardize	t	Sig.
	B	Std. Error	d		
1 (Constant)	.910	.414		2.197	.032
KEHANDALAN	.099	.147	.102	.678	.500
DAYA	.210	.167	.231	.1998	.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

REFERENSI : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol. 5 No. 1 Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 4.10 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 :

- a. Konstanta (a) = 0,910. Menunjukkan nilai konstan, yaitu jika variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) = 0, maka kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013 tetap sebesar 0,910
- b. Koefisien X1 (b1) = 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.
- c. Koefisien X2 (b2) = 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.
- d. Koefisien X3 (b3) = 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 X4 (b4) = 0,069. Menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (Empati) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2013, dengan kata lain apabila variabel *Empathy* (Empati) ditingkatkan menjadi satu satuan, maka kepuasan mahasiswa akan bertambah 0,069.
- f. Koefisien X5 (b5) = 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)

H₀ : 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 thitung (0,678) > ttabel (1,668) dan tingkat signifikansi 0,500 > 0,05 maka H₀ diterima Disimpulkan bahwa secara parsial terdapat tidak ada pengaruh signifikan dari kehandalan (X1) terhadap kepuasan mahasiswa.
- b. Nilai t hitung variabel daya tanggap lebih besar dari t tabel. Karena nilai thitung (1,998) > ttabel (1,668) dan tingkat signifikansi 0,045 < 0,05 maka H₀ ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari daya tanggap (X2) terhadap kepuasan mahasiswa.
- c. Nilai t hitung variabel jaminan lebih kecil dari t tabel. Karena nilai thitung (0,829) > ttabel (1,668) dan tingkat signifikansi 0,410 > 0,05 maka H₀ diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel jaminan (X3) terhadap kepuasan mahasiswa.
- d. Nilai t hitung variabel daya empati lebih kecil dari t tabel. Karena nilai thitung (0,427) < ttabel (1,668) dan tingkat signifikansi 0,671 > 0,05 maka H₀ diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari empati (X4) terhadap kepuasan mahasiswa.
- e. Nilai t hitung variabel bukti fisik lebih besar dari t tabel. Karena nilai thitung (2,008) > ttabel (1,668) dan tingkat signifikansi 0,049 < 0,05 maka H₀ ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari bukti fisik (X5) terhadap kepuasan

mahasiswa.

Besarnya 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 3.2 Besarnya 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%
Pengaruh Total				51,4%

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 3.3 Tabel Anova
ANOVA^a

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 3.2 memperlihatkan hasil pengolahan data Fhitung 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*

REFERENSI : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol. 5 No. 1 Tahun 2017

(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 3.4 Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.195	.60642

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel 3.4 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), *Responsivenss* (daya tanggap), *Assurane* (Jaminan), *Emphaty* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan. Untuk menghitung R^2 menggunakan koefisiensi 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), *Responsivenss* (daya tanggap), *Assurane* (Jaminan), *Emphaty* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) sebesar 51,4 sedangkan 48,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian dari analisis deskriptif, produk Adidas memberikan kategori baik dalam variabel *Reliability* (Kehandalan) (X1) 68,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Sekretariat Akademik memiliki kemampuan dalam menangani kebutuhan mahasiswa. Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X2) 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) (X3) 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 *Emphaty* (Empati) (X4) 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) (X5) 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.

Kesimpulan dan Saran Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka diperoleh kesimpulan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability* (kehandalan), *Responsivenss* (daya tanggap), *Assurane* (Jaminan), *Emphaty* (empati) dan *Tangible* (bukti fisik) Secara Simultan Terhadap

REFERENSI : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol. 5 No. 1 Tahun 2017

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 thitung (1,998) > ttabel (1,668) dan tingkat signifikansi $0,045 < 0,05$ dan Variabel *Tangible* (Bukti Fisik) dengan hasil. thitung (2,008) > ttabel (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.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijabarkan di atas, penulis dapat memberikan beberapa saran kepada Akademik Prodi Administrasi Bisnis yang sekiranya dapat bermanfaat kelak untuk program studi (prodi) dan peneliti selanjutnya:

- a. Sekretariat Akademik agar lebih memperhatikan pengaruh dari *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), serta *Tangible* (Bukti Fisik) yang berada dalam kategori baik menjadi sangat baik. Sehingga dapat diharapkan terjadinya peningkatan kualitas layanan yang berasal dari ketiga faktor tersebut. Melalui perubahan dari ketiga faktor tersebut mahasiswa administrasi bisnis dapat merasakan manfaat dari sekretariat akademik lebih baik lagi kedepannya.
- b. Pihak Prodi khususnya pada bagian Sekretariat Akademik agar lebih memperhatikan mengenai pengaruh dari Variabel *Assurance* (Jaminan) serta *Empathy* (empati) yang masih berada dalam kategori Cukup baik agar meningkat menjadi kategori Baik,

yang perlu dijadikan fokus ialah pada faktor sekretariat akademik lebih memperhatikan lagi kebutuhan mahasiswa karenan memperoleh hasil sebesar 63,3% yang merupakan faktor empati, untuk faktor jaminan yang perlu menjadi perhatian ialah sekretariat bersikap ramah kepada mahasiswa, hal ini dikarenakan mendapat hasil sebesar 63,1%. Sehingga perlu ada perubahan dari segi melayani mahasiswanya.

- c. Prodi Administrasi Bisnis khususnya Sekretariat Akademik agar lebih memperhatikan kembali tingkat kepuasan mahasiswanya, dalam hal ini tingkat sekretariat akademik harus mampu menunjukkan pengaruh bahwa kualitas layanan yang baik akan berdampak pada tingkat kepuasan mahasiswa tidak hanya itu berdampak pula pada citra Prodi Administrasi Bisnis. Karena tingkat kepuasan mahasiswa menentukan bahwa Prodi Administrasi Bisnis memperhatikan tingkat kebutuhan mahasiswa sehingga meningkatkan rasa kepercayaan mahasiswa terhadap layanan yang diberikan.

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 Gregorious Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy Ph.D, (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta