

KEPUASAN AKADEMIK MAHASISWA PADA PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS LANCANG KUNING) PEKANBARU

Arizal.N¹, Wita Dwika Listihana²

Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning
Jln. D.I. Panjaitan KM 8 Rumbai Pekanbaru
E-mail : arizal@unilak.ac.id

diterima: 24/7/2020; direvisi: 24/7/2020; diterbitkan: 26/9/2020

Abstract: This study aims to see the application of service quality and empirically how the influence of the quality of academic services provided by the service manager to its customers, namely students of the Faculty of Economics, University of Lancang Kuning.

This study uses descriptive methods with qualitative and quantitative research designs. The data used are primary data and secondary data. The population is all active students of the Faculty of Economics, University of Lancang Kuning. Because of the large population, a sample of 200 people was taken. The sampling technique uses Purposive sampling technique. Adapun analysis tool used is SPSS.

The implementation of service quality has good category results and there is a significant influence between service quality and student satisfaction. Meanwhile, the results of R Square show that the contribution of service quality to satisfaction is 76.40%.

Keywords: *Service Quality and Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan lembaga tertinggi dalam penyelenggaraan pendidikan. Pada pelaksanaannya perguruan tinggi mempunyai beberapa fakultas, jurusan dan program studi. Demikian juga dengan Universitas Lancang Kuning yang salah satu fakultasnya adalah Fakultas ekonomi.

Keberhasilan perguruan tinggi dalam menjalankan aktivitasnya sangat tergantung dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat.

Fakultas pada dasarnya menjalankan aktivitasnya dalam 3 bidang utama yaitu bidang akademik, bidang keuangan dan administrasi serta bidang kemahasiswaan. Maka pihak fakultas dituntut untuk dapat memberikan pelayanan kepada bidang-bidang tersebut.

Perusahaan dan organisasi baik bergerak dalam bidang profit maupun

non profit pada umumnya mempunyai tujuan untuk menghasilkan menghasilkan produksinya yang dapat berupa barang maupun berupa jasa. Salah satu produk jasa adalah jasa perguruan tinggi.

Lovelock (2010:16) menyatakan jasa yaitu merupakan suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pihak dalam hal ini perusahaan atau organisasi kepada pihak lain yang dalam hal ini pelanggan atau pengguna.

Keberhasilan jasa sangat ditentukan oleh kualitas pelayan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas pelayanan merupakan ukuran bagi pelanggan dan harapan dari jasa yang dapat memberikan manfaat. Dimana kualitas pelayan akan mendatangkan suatu kepuasan bagi pelanggan. Puas yang dirasakan pelanggan yaitu terdapatnya manfaat yang diperoleh setelah dibandingkan dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh pelanggan dalam hal mendapatkan jasa. Oleh karena itu

setiap perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh kepuasan dari pelanggan, sehingga menjadi pelanggan tetap. Kualitas jasa yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan adalah kualitas jasa yang mempunyai keunggulan, sangadji & sopiah (2013:99-100).

TINJAUAN PUSTAKA

Jasa adalah “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Produk jasa juga dapat berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Kotler dalam Tjiptono & Chandra (2011:17).

Tjiptono (2011:34-48) mengemukakan ada 5 karakteristik jasa yang utama yaitu;

- a) Tidak berwujud.
Bahwa jasa tersebut adalah bersifat tidak dapat dilihat, tidak dapat diraba, tidak dapat dicium, tidak dapat dirasakan dan tidak dapat didengar sebelum dilakukan pembelian oleh konsumen.
- b) Berubah-ubah.
Jasa bersifat berubah-ubah dan tidak mempunyai standar artinya bahwa jasa tersebut tidak mempunyai ukuran yang standar, dan hal ini sesuai dengan siapa yang menggunakan jasa tersebut. Hal ini juga tergantung kepada kapan jasa itu digunakan dan dimana jasa itu dihasilkan.
- c) Tidak dapat dipisahkan.
Bahwa jasa tersebut tidak dapat dipisahkan dari penyedia jasa tersebut, sehingga jasa itu tidak dapat dibawa-dibawa.
- d) Tidak tahan lama.
Berarti bahwa jasa tersebut bersifat tidak tahan lama atau cepat untuk dikonsumsi. Jasa

yang telah digunakan tidak dapat digunakan berulang atau digunakan kembali.

Kualitas jasa yang diharapkan dan yang diinginkan oleh pelanggan adalah kualitas jasa yang mempunyai keunggulan, dalam sangadji dan Sopiah (2013:99-100).

Kotler (2000) dalam Alma (2014:284-285) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terdapat beberapa dimensi yaitu 5 dimensi yang biasa disingkat dengan TERRA seperti:

- 1) Tangible (berwujud), hal ini merupakan segala bentuk fisik atau penampilan dari pada jasa tersebut yang dapat dilihat dan diraskan oleh keberadaannya. Misalnya bentuk gedung, bentuk ruangan, prasarana dan sarana, perlengkapan, baju seragam, tempat parkir dan lain sebagainya.
- 2) Empaty, merupakan rasa peduli terhadap pelanggan yang diberikan oleh penyedia jasa. Yaitu adanya rasa kepedulian yang tulus dari karyawan terhadap pelanggan.
- 3) Responsiviness (cepat tanggap), yaitu adanya kemauan dari karyawan dengan cepat tanggap terhadap beberapa keluhan, pengaduan yang disampaikan kepada penyedia jasa.
- 4) Reliabiliy (keandalan), bagaimana perusahaan mempunyai kelebihan terhadap berbagai pelayanan yang terpercaya dan konsisten.
- 5) Assurance (jaminan), yaitu bagaimana penyedia jasa dapat memberikan atau meyakinkan pelanggan tentang apa yang telah dijanjikan kepada pelanggan tersebut sesuai dengan harapan.

Hal ini senada pendapat Pasuraman et al dalam Wahjono (2010:22) yang mengatakan untuk mengukur kepuasan jasa dapat menggunakan atribut sebagai berikut;

- a) Reliability yaitu kehandalan dari penyedia jasa yang dapat memberikan pelayanan secara cepat dan akurat.
- b) Responsiviness, yaitu adanya keinginan dari penyedia jasa dan membdeikan tanggapan dengan cepat kepada pelanggan.
- c) Asuransi, yakni adanya jaminan dari penyedia jasa terhadap pelaggan mengenai jasa yang diberikan.
- d) Emphaty, yakni adasnya rasa saling membantu dari penyedia jasa kepada palnggan.
- e) Tangible, yaitu meliputi semua bukti phisik yang dimiliki oleh penyedia jasa yang dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kotler (1997) dalam Lupiyoadi (2014:228), kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja produk dengan jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Anderson dan Mittal (2000) juga dalam Lupiyoadi (2014:229), menyatakan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap profit. Dimana meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Maka ini akan mempertahankan pelanggan dan selanjutnya akan menghasilkan profit yang lebih besar.

Loveloch, Zeithaml dan Bitner (2010), Kotler dan Keller (2012), menjelaskan tentang kepuasan pelanggan yang merupakan suatu tingkat emosi dari pelanggan atas penggunaan produk atau jasa yang dibandingkan dengan kinerja produk dan harapannya dimana alternatif pilihan dapat kurang atau sama dengan harapannya. Apabila sama atau lebih berarti konsumen akan puas, demikian pula sebaliknya jika harapan dari pelanggan lebih kecil dari kinerja produknya, maka konsumen tidak merasa puas.

Kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai penilaian tentang kinerja dari produk setelah pembelian dan pemakaian dengan membandingkan antara imbalan yang diperoleh dengan biaya pembelian atau pengorbanan yang dilakukan melebihi dari harapan pelanggan.

Menurut Dutka 1994 dalam Subroto (2013:42) secara umumnya terdapat 3 dimensi dari kepuasan yaitu;

- 1) Attibutes related of product, yaitu dimensi yang berhubungan dengan produk yang dihasilkan oleh penyedia jasa, seperti harga, kemampuan produk memberi manfaat kepada pelanggan dan memberikan kepuasan.
- 2) Attibute related of sevice, yaitu dimensi yang berhubungan dengan kepuasan tentang apa yang diberikan oleh perusahaan atau penyedia jasa kepada pelangganyang berkaitan dengan layanan. Misalnya terhadap jaminan yang diberikan, penyelesaian masalah, proses dalam pelayanan dan lain sebagainya.
- 3) Attibutes related of purchase, yaitu dimensi yang berhubungan dengan kepuasan yang diterima pelanggan dalam proses pembelian terhadap produk barang dan jasa. Misalnya kemudahan dalam memperoleh informasi, reputasi perusahaan, kesopanan karyawan dan lain sebagainya.

Gultom, dkk 2014, hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan Santoso 2011, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan. Demikian juga penelitian dari Tuti, dkk, membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa juga mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan nasabah, untuk dimensi tangible dan empathy tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini analisis data menggunakan metode deskriptif dan verivikatif. Disain penelitian adalah kualitatif, yaitu untuk melihaat bagaimana pelaksanaan dari kualitas pelayanan dan juga tentang bagaimana kepuasan dari mahasiswa. Disamping itu juga menggunakan disain kuantitatif, yaitu untuk melihat bagaimana hubungan dan pengaruh dari kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan mahasiswa. Untuk mengadakan pengolahan data pada analisis verivikatif menggunakan alat olahan data SPSS.

Sebagai populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning. Karena besarnya populasi, ditetapkan sampel sebanyak 200 orang yang dianggap telah memenuhi syarat sebagai sampel dan syarat dalam pengolahan data. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling, dimana salah satu metodenya adalah metode purposive samling, yaitu metode pengambilan sampel yang berdasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan dari subyektif peneliti.

Teknis analisis data adalah menggunakan metode angket. Dimana setiap angket penelitian diambil dari setiap indikator penelitian dan setiap jawaban diberi skor dengan nilai 5 sampai denga 1. Dimana 5 adalah nilaai yang tertinggi yaitu sangat setuju dan 1 nilai terendah yaitu sangat tidak setuju. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk melihat penerapan dari variabel-variabel penelitian. Selanjutnya analisis juga dilakukan secara verivikatif yaitu analisis pengaruh antara variabel dalam penelitian ini. Alat analisisdalam

pengolahan data adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk melihat bagaimana tanggapan responden tentang penerapan kualitas pelayanan akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning adalah sebagai berikut;

Tabel 1. Rekapitulasi dan skor skor Jawaban Responden Responden Unutk Kualitas pelayanan Kualitas Pelayanan Akademik

No	Kualitas Pelayanan	Alternatif Jawaban					Skor
		S	S	C	T	S	
1	Fasilitas dan sarana lokal memadai	23	91	64	22	0	3.58
2	Lokal tempat belajar yang nyaman.	19	84	65	31	1	3.45
3	Penampilan dan pakaian dosen yang rapi.	69	114	16	1	0	4.26
4	Perkuliahan telah terjadwal dengan baik.	38	08	46	7	1	3.88
5	Dosen memiliki kemampuan dan kompetensi yang baik.	49	118	32	1	0	4.08
6	Tersedianya buku, bahan ajar dan hand out.	26	107	61	6	0	3.77
7	Dosen selalu menyediakan waktu untuk Tanya jawab.	59	115	26	0	0	4.17
8	Dosen selalu menerima keluhan mahasiswa.	33	39	62	9	3	3.72
9	Dosen memberikan bimbingan akademik dengan baik kepada mahasiswa.	48	107	43	2	0	4.01
10	Kalender akademik telah terjadwal dengan baik.	41	112	44	3	0	3.96
11	Materi perkuliahan telah sesuai dengan rencana pembelajaran dan kontrak kuliah.	40	119	39	2	0	3.99
12	Dosen memberikan penilaian yang objektif.	34	111	50	5	0	3.87
13	Dosen selalu membantu mahasiswa dalam kesulitan mata kuliah.	39	97	54	8	2	3.82
14	Dosen selalu bersifat terbuka kepada mahasiswa.	31	97	64	8	0	3.76
15	Dosen selalu dapat menerima keluhan dari mahasiswa.	33	90	64	11	2	3.71
	Total skore						57,97
	Rata-rata						3,86

Dari tabel deskripsi diatas dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan mempunyai nilai rata adalah 3,86 masuk dalam kategori nilai baik. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bidang akademik kepada mahasiswa adalah baik.

Dari 15 item pertanyaan yang diajukan kepada responden dapat dilihat bahwa bahwa nilai tertinggi adalah pada item pertanyaan penampilan dan pakaian dosen yang rapi. sedangkan nilai yang terendah adalah pada item pertanyaan lokal tempat belajar yang nyaman.

Tabel 2. Rekapitulasi dan skor Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Akademik

No	Kepuasan	Alternatif Jawaban					Skor
		S	S	C	T	S	
1	Akreditasi program studi yang baik.	46	12	30	1	0	407
2	Kurikulum pendidikan yang telah sesuai dengan harapan.	36	11	52	2	0	390
3	Suasana akademik yang sesuai dengan harapan.	32	10	63	0	5	381
4	Proses belajar mengajar yang telah sesuai dengan jadwal.	36	10	48	6	0	388
5	Proses administrasi yang cepat.	36	08	49	6	1	386
6	Pelayanan administrasi yang cepat dan tepat.	33	99	60	7	1	378
7	Kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan..	36	90	61	11	2	374
8	Pelayanan administrasi untuk daftar ulang yang cepat.	33	11	45	3	0	389
9	Penggunaan teknologi dalam sistem akademik dan administrasi.	35	11	49	15	0	392
	Total skore						3485
	Rata-rata						3887

Berdasarkan hasil deskripsi dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai kepuasan mahasiswa mempunyai nilai dengan rata-rata 3,87, hal ini termasuk dalam kategori baik. Ini berarti bahwa kepuasan dari responden dalam hal ini mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh bidang akademik kepada mahasiswa adalah baik.

Pada variabel kepuasan mahasiswa yang mempunyai 9 pertanyaan, maka nilai yang tertinggi adalah pada pertanyaan akreditasi

program studi yang baik. Sedangkan nilai yang terendah adalah pada pertanyaan kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Uji Validitas, Variabel Kualitas pelayanan Akademik

VAR	Pearson Correlation	VAR 00016
VAR 00001	Pearson Correlation	.681
VAR 00002	Pearson Correlation	.687
VAR 00003	Pearson Correlation	.603
VAR 00004	Pearson Correlation	.709
VAR 00005	Pearson Correlation	.741
VAR 00006	Pearson Correlation	.711
VAR 00007	Pearson Correlation	.688
VAR 00008	Pearson Correlation	.799
VAR 00009	Pearson Correlation	.807
VAR 00010	Pearson Correlation	.755
VAR 00011	Pearson Correlation	7.48
VAR 00012	Pearson Correlation	.789
VAR 00013	Pearson Correlation	.838
VAR 00014	Pearson Correlation	.766
VAR 00015	Pearson Correlation	.851
VAR 00016	Pearson Correlation N	1200

Dari tabel tersebut diatas semua pertanyaan yang diajukan kepada responden yang berhubungan dengan kualitas pelayanan adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r tabel yang lebih besar dari 0,3.

VAR	Pearson Correlation	VAR 00010
VAR 00001	Pearson Correlation	.751
VAR 00002	Pearson Correlation	.855
VAR 00003	Pearson Correlation	.859
VAR 00004	Pearson Correlation	.845
VAR 00005	Pearson Correlation	.828
VAR 00006	Pearson Correlation	.875
VAR 00007	Pearson Correlation	.836
VAR 00008	Pearson Correlation	.872
VAR 00009	Pearson Correlation	.830
VAR 00010	Pearson Correlation N	1200

Sama halnya dengan kepuasan pelanggan dimana dari tabel tersebut diatas semua pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r tabel yang lebih besar dari 0,3

Selanjutnya dari uji reliabilitas dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan hasilnya adalah reliabel, dimana

untuk kualitas pelayanan adalah dengan hasil cronbach's alpha sebesar 0.768 dimana lebih besar dari 0,6. Sedangkan untuk variabel kepuasan adalah dengan hasil cronbach's alpha sebesar 0,789 dan juga reliabel yaitu dengan nilai yang lebih besar dari 0,60. Seperti pada hasil uji berikut ini;

Uji Reliabilitas, Variabel X (Kualitas Pelayanan). Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item
.768	16

Variabel Y (Kepuasan).

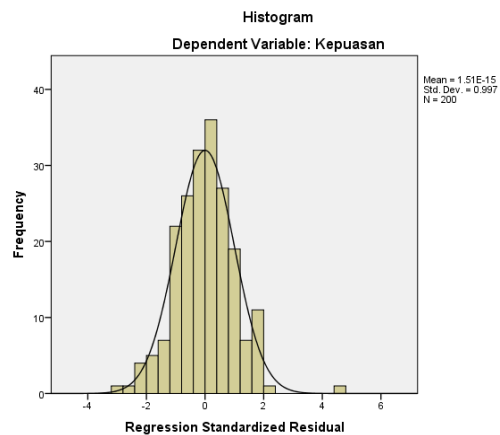
Cronbach's Alpha	N of Item
.789	10

Uji Normalitas, Sebelum dilakukan pengolahan data, maka data tersebut harus diuji normal, karena data baru dapat dilakukan pengolahan apabila data tersebut bersifat normal. Dari hasil pengujian seperti ditunjukkan oleh tabel dan grafik maka diperoleh bahwa data tersebut adalah bersifat normal.

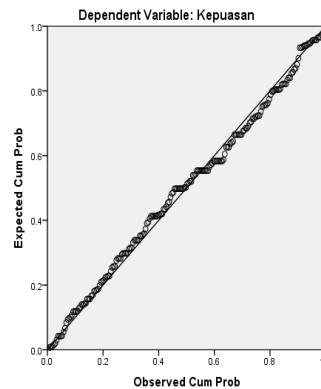
Residuals Statistics^a

	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.7902	44.6401	34.8450	4.79188	20
Residual	-8.29013	11.85987	.00000	2.66442	20
Std. Predicted Value	-2.516	2.044	.000	1.000	20
Std. Residual	-3.104	4.440	.000	.997	20

a. Dependent Variable: Kepuasan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berikut adalah hasil pengolahan data secara verivkatif untuk melihat peran dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan dari mahasiswa sebagai berikut;

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 ^a	.764	.763	2.67114

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil dari model summary diatas R adalah 0,874, hal ini menunjukkan yaitu terdapatnya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa. Sedangkan R Square menunjukkan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan adalah sebesar 76,40%, dan sisanya 23,6 adalah pada faktor lain.

Model	Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4569.465	1	4569.465	640.430	.000 ^b

Residual	1412.730	198	7.135		
Total	5982.195	199			

- a) Dependent Variable: Kepuasan
- b) B. Predictors: (Constant). Kualitas Pelayanan.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.515	1.331		1.139	.256
Kualitas Pelayanan	.575	.023	.874	25.307	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

$$\text{Persamaan } Y = 1,515 + 0,0575X,$$

merupakan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan. Artinya semakin berkualitas bidang akademik yang diberikan kepada mahasiswa maka semakin puas hasil yang diterima.

Hasil uji signifikansi diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa secara signifikan dengan tingkat signifikansi 0,00, adalah lebih besar dari 0,05.

Hasil penelitian deskriptif untuk kualitas pelayanan akademik yang ditujukan kepada responden sebanyak 15 item, menunjukkan nilai score rata-rata adalah 3,86 yang masuk kategori baik. Dari hasil keseluruhan jawaban responden maka nilai tertinggi adalah pada item Penampilan dan pakaian dosen yang rapi. Yaitu dengan score 4,26. Sedangkan nilai yang terendah dari seluruh item untuk variabel kualitas pelayanan adalah pada item pertanyaan Lokal tempat belajar yang nyaman. Yaitu dengan score 3,45. Dari hasil nilai tertinggi dan terendah dari nilai score jawaban responden memberikan makna bahwa untuk kualitas pelayanan dari sisi bukti fisik untuk penampilan dan pakaian dosen yang rapi adalah dengan nilai score yang tertinggi dengan kategori baik. Sedangkan untuk Lokal tempat belajar yang nyaman mempunyai nilai terendah walaupun juga

dalam kategori baik. Hal ini harus menjadi perhatian bagi penyelia jasa bahwa harus ada peningkatan dalam penyediaan lokal yang nyaman untuk belajar.

Selanjutnya variabel kepuasan yang ditujukan kepada responden sebanyak 9 item, menunjukkan nilai score rata-rata adalah 3,87 yang masuk kategori baik. Dari hasil keseluruhan jawaban responden maka nilai tertinggi adalah pada item Akreditasi program studi yang baik. score 4,07. Sedangkan nilai yang terendah dari seluruh item untuk variabel kualitas pelayanan adalah pada item pertanyaan Kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, yaitu dengan score 3,74. Dari hasil nilai tertinggi dan terendah dari nilai score jawaban responden memberikan makna bahwa untuk kualitas pelayanan dari sisi bukti fisik untuk Akreditasi program studi yang baik adalah dengan nilai score yang tertinggi dengan kategori baik. Sedangkan untuk Kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan mempunyai nilai terendah walaupun juga dalam kategori baik. Hal ini harus menjadi perhatian bagi penyelia jasa bahwa harus ada peningkatan dalam Kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Hasil uji signifikansi diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa secara signifikan yaitu pada tingkat signifikansi 0,00, nilai ini merupakan kecil dari standar yang ditetapkan yaitu pada tingkat alpha 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Gultom, dkk yaitu adanya pengaruh secara simultan secara positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa. Sedangkan Santoso 2011, dalam hasil penelitiannya memberikan hasil yang sama tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan. Demikian juga penelitian Hastuti, dkk (2014), membuktikan bahwa kualitas

pelayanan yang diberikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada variabel kualitas pelayanan dari 15 macam pertanyaan yang disampaikan kepada responden dalam hal ini mahasiswa yang mempunyai nilai tertinggi yaitu pertanyaan penampilan dan pakaian dosen yang rapi. Sedangkan nilai yang terendah adalah pada item pertanyaan lokal tempat belajar yang nyaman.

Pada variabel kepuasan bahwa nilai tertinggi adalah pada item pertanyaan akreditasi program studi yang baik. Sedangkan nilai yang terendah adalah pada item pertanyaan kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Hasil pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah signifikan yaitu dengan tingkat signifikansi 0,00 dan hasil ini merupakan dibawah standar alpha yang ditetapkan yaitu 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Alfanzi, Lizar, 2013. *Pemasaran Jasa Financial*, edisi 2 Penerbit Salemba Empat.
- Ade Letrio Putra, dkk. *Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT.pegadaian (Persero) Cabang Mengwi*, Badung, Bali (Jurnal Fakultas Ekonomi Udayana).
- Wahjono, Sentot Imam, 2010, *Bisnis Modern*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tuti Hastuti, dkk. 2014, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah: Aplikasi Servqual model, Pada Lembaga Keuangan mikro Syariah kota*
- Malang (Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, vol. 3, nomor 3.
- Gultom, dkk. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* (Jurnal Manajemen & Bisnis) volume 14 nomor 01.
- Santoso, 2011, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon)*.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra, 2005. *Service quality and Satisfaction*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, 2011. *Service quality and Satisfaction*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Lovelock Christoper, Witz Jochen dan Mussry Jacky, 2010. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa, Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Subroto, Budiarto, 2011, *Pemasaran Industri*, Andy, Yogyakarta.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji, 2013, *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta, CV. Andi, Offset.
- Fandy, Tjiptono,(2011), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.