

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SURAKARTA

Juni Trisnowati

Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta

## ABSTRACT

*This research aimed to analyze the influence of tangibles, reliability responsiveness, assurance, and empathy to the student satisfaction in Faculty of Economics Universitas Surakarta. The hypothesis in this study are: Suspected tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have a significant effect to student satisfaction in Faculty of Economics Universitas Surakarta. Among the five variables, which variables have the most impact. The data required in this study is primary data and the sample was taken of 128 respondents using proportional random sampling techniques. Data collection methods used in this study is the questionnaire and performed analyzes with SPSS version 16,0, with the results all questionnaire are valid and reliable. Analysis of the data used in this study is a multiple linear regression and t test. The results of the data analysis in this study it can be concluded that the tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have a significant effect to student satisfaction in Faculty of Economics Universitas Surakarta. Among the five variables, variable tangible that have the most impact.*

**Keywords:** *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy and student satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia merupakan kekayaan suatu negara, sehingga sumber daya manusia harus dijaga keberadaannya, dalam arti dikelola dengan baik dan ditingkatkan kualitasnya. Peningkatan kualitas sumber daya manusia salah satu langkah yang ditempuh adalah melalui pendidikan. Pendidikan pada dasarnya merupakan bagian penting dari proses pembangunan nasional yang

ikut menentukan peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam suatu negara. Sehingga tidak heran jika pemerintah selalu berupaya untuk memberikan pelayanan pendidikan yang semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas pendidikan masyarakatnya.

Kualitas pendidikan yang ada di suatu negara sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai sumber

daya yang sangat dibutuhkan dalam pembangunan nasional. Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan prasyarat mutlak untuk mencapai tujuan pembangunan. Oleh karena itu kualitas pendidikan harus senantiasa ditingkatkan melalui berbagai program pendidikan yang dilaksanakan secara sistematis dan terarah berdasarkan kepentingan yang mengacu pada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan dilandasi oleh keimanan dan ketakwaan.

Peningkatan kualitas pendidikan bukanlah tugas yang ringan karena tidak hanya berkaitan dengan permasalahan teknis, tetapi mencakup berbagai persoalan yang sangat rumit dan kompleks, baik yang menyangkut perencanaan, pendanaan, maupun efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan sistem pendidikan. Peningkatan kualitas pendidikan tidak hanya merupakan tanggung jawab pemerintah, tetapi merupakan tanggung jawab semua masyarakat.

Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta sebagai salah satu fakultas dari sebuah perguruan tinggi swasta yang ada di Surakarta senantiasa berupaya untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang ada untuk dapat meningkatkan kualitas pendidikan sehingga bisa menghasilkan lulusan yang sesuai kebutuhan *stakeholder*.

Kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan oleh pihak Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta kepada mahasiswanya mencakup peningkatan kualitas di berbagai aspek.

Aspek-aspek tersebut terdiri dari :

1. Bukti langsung (*tangibles*) seperti gedung, ruang kuliah, dosen dan staf, kurikulum serta sarana pendukung proses belajar mengajar yang lain.
2. Keandalan (*reliability*) seperti kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) seperti kesediaan dan kemampuan para dosen dan staf untuk membantu mahasiswa dan merespon keinginan mereka dengan segera.
4. Jaminan (*assurance*) seperti dosen yang berkompeten di bidangnya, staf yang memberikan pelayanan dengan sopan dan respek.
5. Empati yang mencakup kemurahan yang diberikan oleh pihak Fakultas dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik untuk memahami kebutuhan mahasiswanya.

Peningkatan kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta merupakan upaya untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa selama menjalkani studi. Perasaan puas yang ada pada mahasiswa dapat tercapai apabila harapan dari mahasiswa dapat terpenuhi dengan pelayanan pendidikan yang berkualitas yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.

Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta selalu berupaya meningkatkan kepuasan mahasiswanya de-

ngan harapan bahwa apabila kepuasan yang ada pada mahasiswanya dapat tercapai, maka akan dapat memberikan promosi yang positif terhadap Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, sehingga Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta tidak lagi hanya menjadi alternatif kedua dari keputusan calon mahasiswa dalam memilih studi.

### **Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta?

6. Di antara kelima variabel tersebut, variabel mana yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta?

### **Pengertian Kualitas**

Menurut American Society for Quality Control (dalam Rambat Lumpiyoadi, 2001:1440), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Definisi yang diberikan oleh Zeithaml (dalam Fajar Laksana, 2008: 88) bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan sebagai besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

### **Pengertian Pelayanan**

Pelayanan (*service*) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik (Kotler, 1997: 467).

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Mengenai kualitas pelayanan, Zeithaml (dalam Tim Marknesis, 2009: 107) konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut untuk menilai kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas (*reliabi-*

lity), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*).

- a. Reliabilitas (*Reliability*)  
Reliabilitas adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)  
Daya tanggap yaitu kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (*Assurance*)  
Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan staf layanan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Dimensi *assurance* memiliki ciri-ciri: kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat respek terhadap pelanggan.
- d. Empati (*Empathy*)  
Empati berarti bahwa institusi memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan. Dimensi *empathy* ini memiliki ciri-ciri: kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan pelanggan.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*)  
Bukti fisik yaitu penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ per-

engkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi institusi.

### **Pengertian Kepuasan**

“Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan yang diharapkan” (Kotler dalam Rambat Lumpiyoadi, 2003: 158).

Menurut Richard L. Oliver (dalam Tim Marknesis, 2009: 11), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dengan ekspektasinya. Dengan demikian, apakah seorang konsumen puas atau tidak sangat tergantung pada kinerja produk dibandingkan ekspektasi konsumen bersangkutan dan apakah konsumen menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (*delight*).

Menurut Kotler (2000: 46), menerangkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Oliver

(dalam Supranto, 2000: 223), menerangkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

### Kerangka Pemikiran

Dari uraian tersebut di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian dapat digambarkan seperti gambar di bawah ini.

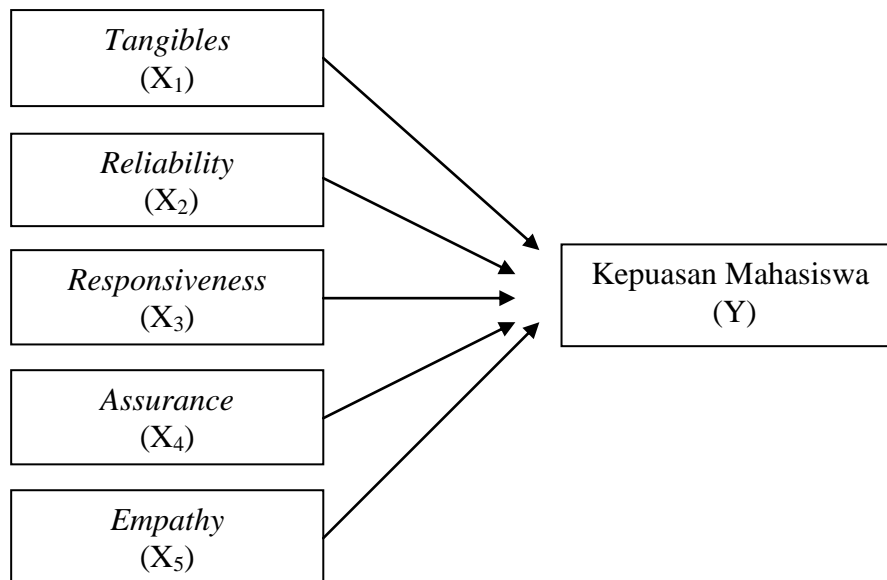
### Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *tangibles*, terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.
2. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *reliability*

*terhadap* kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.

3. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.
4. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.
5. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.
6. Diduga di antara kelima variabel, variabel *tangibles* mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.



Gambar: Kerangka Pemikiran

## Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa yang terdaftar aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta pada bulan Juli 2013 sebanyak 855 mahasiswa. Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 112), apabila populasinya lebih dari 100, maka besarnya sampel sebanyak 10-15% atau 20-25%. Dengan mengacu pada pernyataan tersebut, maka besarnya sampel dalam penelitian ini sebanyak 128 mahasiswa atau 15% dari populasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu mahasiswa. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *proportional random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik di antaranya dengan uji regresi linear berganda dan uji t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS versi 16*, dan hasilnya seperti tabel di bawah ini:

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk variabel *tangibles*, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,833 > 1,980$ ) dan  $p\text{-value} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa: “Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta” terbukti kebenarannya.
2. Untuk variabel *reliability*, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,899 > 1,980$ ) dan  $p\text{-value} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan

Tabel: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-13.219	1.583		-8.350	.000
	Tangibles	.512	.088	.322	5.833	.000
	Reliability	.251	.064	.155	3.899	.000
	Responsiveness	.344	.065	.319	5.321	.000
	Assurance	.299	.076	.174	3.953	.000
	Emphaty	.230	.076	.192	3.008	.003

Sumber: Data Primer diolah

kan bahwa: “Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta” terbukti kebenarannya.

3. Untuk variabel *responsiveness*, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,321 > 1,980$ ) dan  $p\text{-value} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa: “Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta” terbukti kebenarannya.
4. Untuk variabel *assurance* nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,953 > 1,980$ ) dan  $p\text{-value} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa: “Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta” terbukti kebenarannya.
5. Untuk variabel *empathy* nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,008 > 1,980$ ) dan  $p\text{-value} < 0,05$  ( $0,003 < 0,05$ ), berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Sehingga hipotesis kelima da-

lam penelitian ini yang menyatakan bahwa: “Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta” terbukti kebenarannya.

6. Berdasarkan koefisien regresi diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel *tangibles* nilainya paling besar. Dengan demikian hipotesis keenam dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga di antara kelima variabel, variabel *tangibles* mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta “ terbukti kebenarannya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan mahasiswa ( $Y$ ).
2. Variabel *tangibles* mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan, Edisi Kedelapan, Jilid I, Intermedia, Jakarta.

- \_\_\_\_\_, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Alih Bahasa: AB, Susanto Edisi Pertama, Salemba Empat. Jakarta.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Cetakan pertama Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lumpiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta
- Supranto, 2000, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tim Marknesis. 2009. *Customer Satisfaction and Beyond Edisi Pertama*. Marknesis. Yogyakarta.