ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI UNIVERSITAS BATANGHARI

M. Zahari MS[1]

Abstract

Student satisfaction is the result (outcome) over its perceived merit, equal or exceed desired expectations. Services at the University of Batanghari ideally more polite, fast and accurate. This means that the service orientation at the University of Batanghari must be based on student needs.

The study was conducted to determine the level of student satisfaction with quality of services at the University of Batanghari (UNBARI), look for the determinants of satisfaction and are the dominant factors of service quality and seek UNBARI indicators making up the dominant factor. Data obtained by randomly distributing questionnaires to students 100 students are active in the sample.

Data were analyzed using descriptive analysis and factor analysis to obtain a description of the factors that affect student satisfaction on the quality of services provided UNBARI. The results showed that there were 3 deminsi quality of service that is Reliability, Confidence, Emphaty, has been able to satisfy students. While deminsi Responsiveness and Tangibles, are still inadequate or unsatisfactory student because the score is categorized quite satisfied. In general, students were satisfied with the services provided by UNBARI.

Keywords: Satisfaction, Quality of Service, Educational Services

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia dalam suatu organisasi sangat penting dikelola dengan baik. Penyebab pentingnya sumber daya manusia adalah bagaimana tingginya suatu teknologi dan berbagai sistem komputer yang digunakan namun faktor manusia dalam hal ini tenaga kerja tetap merupakan unsur penting dalam pengorganisasian teknologi tersebut (Nasution, 1994:3). Begitu besarnya peran sumber daya manusia dalam suatu organisasi menyebabkan orang percaya bahwa kemajuan suatu organisasi tergantung pada kemampuan mengelola sumber daya manusia.

Dunia Pendidikan pada saat ini merupakan salah satu instrumen penting dalam upaya meningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Kualitas SDM yang tinggi merupakan komponen pendukung paling utama bagi keberhasilan pembangunan manusia seutuhnya. Tanpa pendidikan sangat mustahil dapat terciptanya SDM yang berkualitas dan siap bersaing.

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dewasa ini, lembaga pendidikan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik agar mampu bersaing dan dapat mempertahankan eksistensinya, atau bahkan semakin berkembang dan maju. Dengan adanya deregulasi lembaga pendidikan memungkinan semakin banyaknya lembaga pendidikan (baik dari luar maupun dari dalam negeri) menawarkan jasa di bidang pendidikan menyebabkan situasi dan kondisi pengelolaan lembaga pendidikan di Indonesia semakin kompetitif. Oleh karena itu, pengelola lembaga pendidikan dituntut untuk semakin profesional, melakukan persaingan dalam iklim dan cara yang wajar sehingga tidak merugikan lembaga pendidikan yang bersangkutan, pemerintah, dan masyarakat. Bahkan dapat memberikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa dan para pengguna lulusan.

Kotler (2007) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat senang atau sangat puas.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 2008).

Universitas Batanghari (UNBARI) merupakan salah lembaga yang bergerak dibidang pendidikan. Tujuan Pendidikan yang dilaksanakan UNBARI adalah untuk

[1] Dosen Fak. Ekonomi Universitas Batanghari

memberikan pengetahuan dalam rangka pembentukan wawasan kebangsaan, kepribadian dan etika, yang diwujudkan melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat.

Kiprah UNBARI di dunia pendidikan telah ikut mencerdaskan kehidupan bangsa melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia. Hal ini tergambar dari minat dan kepercayaan masyarakat untuk melanjutkan pendidikan di UNBARI dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan. Perkembangan jumlah mahasiswa lebih lanjut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Mahasiswa Universitas Batanghari
Tahun Akademik 2006/2007 – 2011/2012

TAHUN	FAKULTAS					JUMLAH
AKADEMIK	KIP	EKONOMI	HUKUM	TEKNIK	PERTANIAN	
2006/2007	539	641	772	398	108	2.458
2007/2008	881	809	1058	435	130	3.313
2008/2009	1327	963	1287	470	165	4.212
2009/2010	1593	976	1478	553	197	4.797
2010/2011	1739	1191	1538	586	237	5.291
2011/2012	1891	1285	1544	571	285	5.576

Sumber : Unbari, 2013

Dari tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa terus meningkat. Pada tahun akademik 2006/2007 jumlah mahasiswa baru mencapai 2.458 orang, maka pada tahun akademik 2011/2012 berjumlah 5.576 orang mahasiswa atau mengalami peningkatan lebih dari dua kali lipat, yaitu sebanyak 3.118 orang.

Peningkatan jumlah mahasiswa ini tentunya, didukung oleh kualitas layanan dan peran UNBARI dalam upaya meningkatkan kualitas SDM dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Selain itu, UNBARI telah dikenal luas oleh masyarakat tidak hanya untuk wilayah Jambi saja, bahkan nasional maupun internasional.

Rumusan Masalah

Dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa UNBARI, maka penulis melakukan penelitian, dengan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di Universitas Batanghari?
2. Apakah mahasiswa telah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Universitas Batanghari ?.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Universitas Batanghari
2. Untuk mengalisis kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan Universitas Batanghari.

Landasan Teori

Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan dengan baik dan dilakukan secara professional. Aplikasi dari kualitas sebagai bagian dari sifat penampilan dalam pelayanan merupakan bagian utama dari strategi pelayanan.

Tjiptono (2007:51), mengungkapkan kualitas merupakan evaluasi yang bersifat subjektif dan interaksi personal mengenai suatu output yang dilakukan pada saat output tersebut diberikan kepada suatu individu.

Badri (2005:46) menyebutkan bahwa pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemberi jasa dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pemakai jasanya atau konsumen dengan harapan mereka akan melakukan pembelian kembali.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang sangat populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model ServQual (*Service Quality)* yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Lupiyoadi, 2009). Parasuraman et.al mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa yaitu:

1. Bukti langsung *(tangible)*
   Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan lingkungan sekitarnya, merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Keandalan *(reliability)*
   Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan

yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Daya Tanggap *(responsiveness)*
   Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan *(assurance)*
   Yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati *(empathy)*
   Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Lovelock dan Wright (2005), ada sepuluh kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa yaitu: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *competence* (kemampuan), a*ccess* (mudah diperoleh), c*ourtessy* (keramahan), c*ommunication* (komunikasi), c*redibility* (dapat dipercaya), s*ecurity* (keamanan), *understanding* (memahami pelanggan) dan t*angibles* (bukti nyata yang kasat mata). Kesepuluh dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi berikut:

1. *Responsiveness* (daya tanggap)
   yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.
2. *Reliability* (kehandalan)
   yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
3. *Empathy* (empati)
   yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
4. *Assurance* (jaminan)
   yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
5. *Tangibles* (produk-produk fisik)
   meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Konsep Kepuasan

Menurut Simamora (2003:18) Kepuasan adalah hasil pengalaman terhadap produk. Ini adalah sebuah perasaan konsumen setelah membandingkan harapan dengan kinerja aktual produk.

Nitisemitto (2002:233) memberikan pengertian kepuasan yaitu sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Kotler (2007:177) mendefinisikan kepuasan pelanggan: Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Aviliani dan Wilfridus (1997), Yuliarmi dan Riyasa (2007), Mas'ud (2004) indikator kepuasan konsumen meliputi :

1. Produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen
2. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan konsumen
3. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang di berikan

Menurut Kuswadi (2004:17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu :

a. Mutu produk atau jasa
   Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

b. Mutu pelayanan
   Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila

pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.

c. *Harga*
Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

d. Waktu penyerahan
Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

e. Keamanan
Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

Menurut Umar (2003:65) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seeorang adalah sebagai berikut :

1. Mutu dan jasa pelayanannya
   Kualitas dari jasa yang diberikan sangat penting diperhatikan ini terkait dengan pelayanan yang diberikan.
2. Kegiatan penjualan
   Terdiri dari variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan perusahaan), perantara (sebagai penilaian pelanggan atas perantaran perusahaan).
3. Pelayanan setelah penjualan
   Terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti garansi serta yang berkaitan dengan umpan balik seperti penanganan keluhan dan pengembalian uang.
4. Nilai–nilai perusahaan
   Dapat dibagi atas dua macam yaitu nilai resmi yang dinyatakan oleh perusahaan sendiri dan nilai tidak resmi yang tersirat dalam tindakannya sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang diperlukan dalam penelitian dan sumbernya diperoleh dari responden yang menjadi objek penelitian ini yaitu mahasiswa yang masih terdaftar aktif sebagai mahasiswa UNBARI. Pengumpulannnya dilakukan dengan cara wawancara pribadi dan melalui penyebaran kuisiner dalam bentuk pertanyaan yang telah disiapkan, dimana alternative jawabannya telah tersedia dari 1-5 (menggunakan skala Likert format lima jawaban). Angka 1 berarti sangat tidak puas terhadap item pertanyaan, angka 2 berarti tidak puas terhadap item pertanyaan, angka 3 berarti cukup puas, angka 4 berarti puas dan angka 5 berarti sangat puas terhadap item pertanyaan.

Data sekunder merupakan data yang telah dipublikasi, dan merupakan data pendukung bagi penelitian ini. Sumber internalnya adalah UNBARI. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah antara lain data sejarah, struktur organisasi, jumlah karyawan/dosen, jumlah mahasiswa dan data-data lainnya yang mendukung penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi secara representatif maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan *(Library Research)*
   Dalam metode pengumpulan data ini penulis mempelajari dan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti, termasuk didalamnya adalah buku-buku, jurnal, artikel, laporan dan lain-lain.
2. Studi Lapangan *(Field Research)*
   Untuk memperoleh data primer penulis langsung turun kelapangan, dengan harapan memperoleh data yang betul-betul objektif. Dengan demikian hasil penelitian ini benar-benar dapat memberikan gambaran tentang keadaan sebenarnya yang terjadi dilapangan. Adapun tehnik pengambilan data yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan *Interview* (wawancara).

Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa tahun akademik 2011/2012 yang berjumlah 5.576 orang. Menurut Soeratno (1993:106) bila populasi terlampau besar dan tak terbatas dapat dengan menentukan sampel 100. Dalam penentuan jumlah sampel dapat juga mengunakan pendekatan Slovin dengan rumus : (Umar, 2000:108)

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

Dimana

Dimana:

n = Ukuran sample
N = Ukuran Populasi
e = Persentase Kelonggaran

$$n = \frac{5.576}{1 + 5.576\ (0.1)^2}$$

n = 98,15 (dalam Penelitian ini sampel digenapkan menjadi 100)

Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *sample random sampling*, dimana setiap elemen mempunyai kesempatan yang sama untuk diketahui dan dipilih sebagai sampel yang dipilih secara acak.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Untuk mendapatkan data primer maka digunakan *instrument* penelitian, yaitu menyebarkan kuesioner berupa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan di UNBARI, dengan kategori bahwa variabel harapan atau keyakinan mahasiswa (merupakan tanggapan mahasiswa sebelum masuk UNBARI) dan variabel kualitas pelayanan atau kinerja (merupakan tanggapan mahasiswa setelah masuk UNBARI).

Penyusunan kuesioner menggunakan skala yang mengacu kepada skala Likert. Setiap pertanyaan tersebut akan diberi alternatif jawaban: sangat tidak puas/sangat tidak baik (STP/STB), tidak puas/tidak baik (TP/TB), cukup puas/cukup baik (CP/CB), puas/baik (P/B), dan sangat puas/sangat baik (SP/SB), dengan bobot nilai sebagai berikut:

- Sangat Tidak Puas/Sangat Tidak Baik = Bobot 1
- Tidak Puas/Tidak Baik = Bobot 2
- Cukup Puas/Cukup Baik= Bobot 3
- Puas/Baik = Bobot 4
- Sangat Puas/Sangat Baik = Bobot 5

Untuk menentukan skala penilaian, terlebih dahulu menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan. Perhitungan skor setiap komponen yang diteliti yaitu dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot. Sedangkan untuk mencari rentang skala, digunakan rumus sebagai berikut : (Umar, 2007)

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n\ (m-1)}{m}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel
m = Jumlah alternatif jawaban item

$$\text{Rentang Skala} = \frac{100(5-1)}{5}$$

RS = 80

Untuk menentukan rentang skor terendah dan tertinggi, sebagai berikut:

Skor terendah = Bobot terendah x jumlah sampel
Skor terendah = 1 x 100
= 100
Skor tertinggi = Bobot tertinggi x jumlah sampel
Skor tertinggi = 5 x 100
= 500

Jadi, skala penilaian tiap kriteria :

100 – 180 = Sangat Tidak Puas
181 – 260 = Tidak Puas
261 – 340 = Cukup Puas
341 – 420 = Puas
421 – 500 = Sangat Puas

Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner yang berisi indikator-indikator pelayanan yang diperoleh mahasiswa selama menjadi mahasiswa UNBARI.

Kuesioner ini dibagikan langsung pada mahasiswa yang merupakan sampel dimasing-masing fakultas. Selanjutnya penerapan analisis factor sesuai langkah-langkah yang ditetapkan sebelumnya. Variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut : *Reliability*, *Confidence*, *Emphaty*, *Responsiveness* dan *Tangibles*,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan UNBARI

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat sebagian besar pernyataan sikap puas/tidak puasnya mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh UNBARI. Adapun dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang diamati dalam penelitian ini, meliputi: *Reliability*, *Responsiveness*, *Confidence*, *Emphaty*, dan *Tangibles*.

1. Pernyataan mengenai variabel *Reliability* (Keandalan)

Tabel 3.1
Tanggapan responden terhadap variabel Reliability

No.	Tanggapan/Pernyataan	STP		TP		CP		P		SP		SKOR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
I. Berdasarkan Dimensi Keandalan (Realibility)												
1.	kesesuaian waktu pelayanan administrasi dengan waktu yang dijanjikan (tidak berbelit-belit).	2	2	17	17	44	44	31	31	6	6	322
2.	prosedur pelayanan administrasi akademik (registrasi, KRS, KHS dan ESBED)	4	4	12	12	35	35	42	42	7	7	336
3.	kemampuan dan kualitas dosen/karyawan	0	0	8	8	34	34	43	43	15	15	365
4.	Kesopanan dan keramahan dosen/karyawan.	0	0	7	7	24	24	51	51	18	18	380
	Rata-rata											**350,75**

Sumber : data diolah, 2013

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel keandalan (*reliability*) skor rata-rata sebesar 350,75 berada pada range keempat yaitu responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan UNBARI selama ini.

2. Pernyataan mengenai variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Tabel 3.2
Tanggapan responden terhadap variabel Responsiveness

No.	Tanggapan/Pernyataan	STP		TP		CP		P		SP		SKOR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Berdasarkan Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)												
1.	penjelasan karyawan dalam memberikan informasi tentang perkuliahan.	4	4	11	11	40	40	38	38	7	7	333
2.	kemauan dan kesediaan waktu dosen/karyawan untuk membantu dan menanggapi keluhan mahasiswa dengan cepat.	1	1	15	15	42	42	28	28	14	14	339
	Rata-rata											336

Sumber : data diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel data tanggap (*responsiveness*) skor rata-rata sebesar 336 berada pada range ketiga yaitu responden merasa cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan UNBARI selama ini.

3. Pernyataan mengenai variabel *Confidence* (Keyakinan)

Tabel 3.3
Tanggapan responden terhadap variabel Assurance

No.	Tanggapan/Pernyataan	STP		TP		CP		P		SP		SKOR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Berdasarkan Dimensi Confidence (Keyakinan)												
1.	ligalitas Unbari	1	1	9	9	33	33	40	40	17	17	363
2.	peringkat Akreditasi Program Studi	1	1	11	11	22	22	48	48	18	18	371

3.	garansi dan kompetensi lulusan Unbari dalam memasuki pasar kerja	1	1	9	9	39	39	40	40	10	10	346
	Rata-rata											360

Sumber : data diolah, 2013

Dari hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Keyakinan (*Confidence*) skor rata-rata sebesar 360 berada pada range keempat yaitu responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan UNBARI selama ini.

4. Pertanyaan mengenai variabel *Emphaty*

Tabel 3.4
Tanggapan responden terhadap variabel Emphaty

No.	Tanggapan/Pernyataan	STP		TP		CP		P		SP		SKOR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Berdasarkan Dimensi Emphaty (Empati)												
1.	Perhatian yang sama dosen/karyawan pada mahasiswa	2	2	12	12	30	30	40	40	16	16	356
2.	kesungguhan dosen/karyawan dalam membina mahasiswa	3	3	7	7	35	35	37	37	18	18	360
	Rata-rata											358

Sumber : data diolah, 2013

Dari *hasil* tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Emphaty* skor rata-rata sebesar 358 berada pada range keempat yaitu responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan UNBARI selama ini.

5. Pernyataan mengenai variabel *Tangible* (Bukti Fisik)

Tabel 3.5
Tanggapan responden terhadap variabel Tangible

No.	Tanggapan/Pernyataan	STP		TP		CP		P		SP		SKOR
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Berdasarkan Dimensi Tangible (Bukti Fisik)												
1.	kondisi areal parkir	39	39	22	22	20	20	19	19	0	0	219
2.	Kebersihan dan kerapian lingkungan kampus	12	12	25	25	36	36	22	22	5	5	283
3.	Peralatan dan fasilitas fisik yang ada (ruang kuliah, AC, LCD, kursi, lampu, dll).	3	3	11	11	31	31	34	34	21	21	359
4.	ketersediaan sarana komunikasi dan informasi teknologi (IT)	0	0	17	17	28	28	31	31	24	24	362
5.	ketersediaan buku literatur di Perpustakaan	6	6	21	21	37	37	23	23	13	13	316
	Rata-rata											307,8

Sumber : data diolah, 2013

Dari hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel bukti fisik (*tangible)* yang dimiliki UNBARI dengan skor rata-rata sebesar 307,8, berada pada range ketiga yaitu responden merasa cukup puas terhadap fasilitas fisik yang didesiakan UNBARI selama ini.

Tingkat Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner kepuasan mahasiswa terhadap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu; *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* maka diperoleh hasil skor rata-ratanya masing-masing deminsi tersebut pada tabel berikut ini :

Tabel 3.6
Tingkat Kepuasan Mahasiswa

Dimensi	Skor Kualitas	Tafsiran
Reliability	350,75	Puas
Responsiveness	336	Cukup Puas
Confidence	360	Puas
Emphaty	358	Puas
Tangibles	307,8	Cukup Puas
Rata-rata Dimensi	**342,51**	**Puas**

Sumber : data diolah, 2013

Pada tabel diatas, bahwa tingkat kepuasan mahasiswa untuk tiap-tiap dimensi kualitas pelayanan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan UNBARI untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
   Skor dimensi *Reliability* dinilai mahasiswa sebesar 350,75. Angka ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan UNBARI telah memuaskan mahasiswa.
2. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada mahasiswa, dengan penyampaian informasi yang jelas.
   Skor dimensi *Responsiveness* dinilai mahasiswa sebesar 336. Angka ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan UNBARI cukup puas.
3. *Confidence* atau keyakinan yaitu legalitas, kompetensi, dan kemampuan para karyawan/dosen untuk menumbuhkan rasa percaya para mahasiswa kepada UNBARI.
   Skor dimensi *Assurance* dinilai mahasiswa sebesar 360. Angka ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan UNBARI telah memuaskan mahasiswa.
4. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para mahasiswa dengan berupaya memahami keinginannya.
   Skor dimensi *Emphaty*, dinilai mahasiswa sebesar 358. Angka ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan UNBARI telah memuaskan mahasiswa.
5. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan UNBARI dalam menunjukkan eksistensinya kepada mahasiswa. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh UNBARI.
   Skor dimensi *Tangibles* dinilai mahasiswa sebesar 307,8. Angka ini berarti kualitas pelayanan telah diberikan UNBARI cukup memuaskan, walaupun pada kondisi parkir pada saat penelitian ini menurut sebagian mahasiswa tidak memuaskan. Hal ini di sebabkan areal parkir sangat sempit sehingga kendaraan susah untuk parkir dan semberaut, apalagi kendaraan roda empat harus memakan jalan raya dan parkir dipelataran ruko disekitar kampus UNBARI.

Secara keseluhan rata-rata skor dari jawaban responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan UNBARI diperoleh sebesar 342,51, artinya pelayanan yang diberikan oleh UNBARI selama ini kepada mahasiswa telah memadai atau mahasiswa telah merasa puas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah uraiankan sebelumnya maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara umum kualitas pelayanan yang diberikan UNBARI dinilai mahasiswa telah memadai atau memuaskan.
2. Berdasarkan deminsi kualitas pelayanan, maka menurut mahasiswa deminsi *Reliability*, *Confidence*, *Emphaty*, telah dapat memuaskan mahasiswa. Sedangkan deminsi *Responsiveness* dan *Tangibles*, masih kurang memadai atau kurang memuaskan mahasiswa karena hasil skor dikategorikan cukup puas.

DAFTAR PUSTAKA

Badri, Markoni. 2005, ***Pelatihan Manajemen Pemasaran Usaha Kecil,*** PT. Pupuk Sriwidjaya, Jambi

Lovelock, C. and L. K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa (terjemahan)*. PT. Indeks, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*: Teori dan Praktik, Penerbit : Salemba empat , Jakarta.

Kotler, Philip, 2007, Alih Bahasa: Benyamin Molan, Penyunting: Bambang Sarwiji, ***Manajemen Pemasaran***, Edisi 12 Jilid 1, PT. INDEKS, Jakarta.

Nasution, S, 2009. ***Sosiologi Pendidikan*****.** Cetakan keempat. Penerbit : Bumi Aksara, Jakarta.

Parasuraman, Zeithhaml dan Berry, 1991, *Delivering Service Quality*, New York: Free Press.

Setiawan, N., 2007, ***Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin dan Tabel Krejcie-Morgan: Telaah Konsep dan Aplikasinya***, UNPAD, Bandung.

Simamora, Bilson. 2003, ***Membongkar Kotak Hitam Konsumen***, Gramedia, Pustaka Utama, Jakarta.

Soeratno, 1993, ***Metodologi Penelitian, untuk Ekonomi dan Bisnis,*** Edisi Revisi UPP AMP YKPP, Yogyakarta.

Supranto, J, 2001, ***Pengukuran Terhadap Kepuasan Pelanggan***, Rineka Cipta Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2008, ***Pemasaran Strategik***, ANDI, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra 2007, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, Husein, 2000, ***Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi***, PT. Gramedia Putsaka, Jakarta

----------, 2003, ***Studi Kelayakan Bisnis***, PT. Gramedia Putsaka, Jakarta

----------, 2007. ***Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah***. Penerbit: PT. Raja Grafindo Persada