



**ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA LAYANAN  
BIDANG KEMAHASISWAAN  
(Studi Kasus Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Semarang)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh**

**Izza Saefani Aprilaili**

**NIM 7101415164**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Kamis

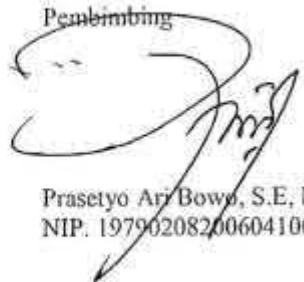
Tanggal : 9 Mei 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

  
Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.  
NIP. 198201302009121005

Pembimbing

  
Prasetyo Ari Bowo, S.E., M.Si.  
NIP. 197902082006041002

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 14 Juni 2019

Penguji I



Prof. Dr. Rusdarti, M.Si.  
NIP. 195904211984032001

Penguji II



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198005182015042001

Penguji III



Prasetyo Ari Bowo, S.E., M.Si.  
NIP. 197902082006041002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



UNDS  
NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Izza Saefani Aprilaili  
NIM : 7101415164  
Tempat Tanggal Lahir : Batang, 05 April 1997  
Alamat : Puri Dinar Elok Blok H6 No.9, RT 06 RW 21  
Kelurahan Meteseh - Kecamatan Tembalang,  
Semarang

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 9 Mei 2019



Izza Saefani Aprilaili  
NIM. 7101415164

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

*“Education is the most powerfull weapon we can use to change the world”.*  
Pendidikan adalah senjata paling ampuh untuk mengubah dunia (Nelson Mandela).

### **Persembahan**

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Abdul Khanan dan Ibu Nur Hanifah
2. Almamaterku Universitas Negeri Semarang

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Layanan Bidang Kemahasiswaan (Studi Kasus Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan tuntunan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk memperoleh pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto MBA., Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan motivasi dan nasehat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Prasetyo Ari Bowo, SE., M.Si Dosen pembimbing sekaligus penguji III yang telah membimbing penulis dengan penuh ketulusan dan kesabaran serta memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Prof. Dr. Rusdarti, M.Si Dosen penguji I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan masukan bagi perbaikan skripsi ini.
6. Indri Murniawaty S.Pd., M.Pd. Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan masukan bagi perbaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama ini.
8. Unit Kerja Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Badan Penjaminan Mutu Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan informasi untuk mendukung penelitian ini.
9. Bapak Abdul Khanan dan Ibu Nur Hanifah yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Teman-teman seangkatan, rombel Pendidikan Ekonomi Koperasi B 2015, dan rombel Pendidikan Ekonomi Koperasi BC 2015
11. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.  
Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada pembaca.

Semarang, Juni 2019

Penyusun

## SARI

**Aprilaili, Izza Saefani.** 2019. “*Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Layanan Bidang Kemahasiswaan (Studi Kasus Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)*”. Skripsi. Pendidikan Ekonomi Koperasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Prasetyo Ari Bowo, S.E, M.Si

**Kata Kunci :** *Service Quality, Kepuasan Mahasiswa, Partial Least Square (PLS)*

Penelitian ini menguji dimensi *servqual (service quality)* dari Parasuraman, et.all yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa, (2) pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa, (3) pengaruh *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa, (4) pengaruh *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa, (5) pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang (FE UNNES) tahun angkatan 2016. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proporsional sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala *likert* dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *reliability* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (2) *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (3) *assurance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (4) *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (5) *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. *Empathy* menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa dengan nilai konstruk tertinggi diantara variabel lain, artinya *empathy* dapat dijadikan prioritas utama bagi unit kerja bidang kemahasiswaan dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa. Pada hasil *Algoritme PLS* menunjukkan nilai *R-Square* 0,521 yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 52,1% atau variabilitas kepuasan mahasiswa yang dapat dijelaskan oleh konstruk dalam penelitian ini adalah sebesar 52,1% sementara 47,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa ada tiga variabel independen yang berpengaruh secara positif dan signifikan yaitu *responsiveness, empathy dan tangibles*. *Empathy* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan *reliability* dan *assurance* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Saran yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu bidang kemahasiswaan sebaiknya meningkatkan seluruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*, dengan menjadikan *empathy* sebagai prioritas utama dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa agar kepuasan mahasiswa meningkat.



## ABSTRACT

**Aprilaili, Izza Saefani.** 2019. “*Dimensional analysis quality service of a student satisfaction service (undergraduate student case studies 2016 force the field of Student Affairs Faculty of Economics of Semarang State University)*”. Final Project. Economic Education of Cooperative. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor: Prasetyo Ari Bowo, S.E, M.Si

**Keywords : Service Quality, Student Satisfaction, Partial Least Square (PLS)**

This research test dimension servqual (service quality) from parasuraman, et. All that have an effect on student satisfaction. The purpose of the research is to find out: (1) the effect of reliability against students satisfaction, (2) influence responsiveness to the satisfaction, student (3) the influence of assurance against students satisfaction, (4) the influence of empathy against student satisfaction, (5) the influence of tangibles to the satisfaction student. The population of the research is the Faculty of Economics undergraduate students in Universitas Negeri Semarang (FE UNNES) of force 2016. The study is a kind of quantitative research. Sampling techniques using sampling proportional techniques. The number of samples in this study is 100 students. Data collection techniques used is a questionnaire with likert scale and documentation. Data analysis techniques used is partial least square (pls). The result of the research indicates that (1) reliabillity effect positive but it is not significantly to the student satisfaction (2) responsiveness effect positive and significantly to the satisfaction (3) assurance student influential positive but it is not significantly to students satisfaction (4) empathy influential positive and significantly to student satisfaction (5) tangibles influential positive and significantly to the satisfaction of students. Empathy be the most dominant variables in influencing the student satisfaction with the highest value among other variables, invalid constructs it means empathy can be used as a top priority for students affairs field work unit in raising student satisfaction. On the results of algorithms pls show the value of R-square 0,521 which means independent variables have an effect on the dependent variables of 52,1% or student satisfaction variability that can be explained by invalid constructs in this study is of 52,1% while 47,9% described by other variables that are not examined in this research model.

Based on research results above, it can be concluded that there are three independent variables that influence positively and significant responsiveness, empathy and tangibles. Empathy has the dominant influence of student satisfaction. While the reliability and influential assurance positive but not significant. Suggestions relating to this research field should increase the entire dimension that is Student Affairs which includes reliability, responsiveness, quality of service, assurance empathy, and tangibles, by making empathy as a top priority in providing service to the students in order to student satisfaction increased.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>SARI</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Kegunaan/Manfaat Penelitian .....	12
1.7 Orisinalitas Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b> .....	14
2.1 Kajian Teori Utama ( <i>Grand Theory</i> ) .....	14
2.2 Teori Kualitas Pelayanan .....	20
2.3 Kajian Variabel Penelitian .....	26
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu .....	31
2.5 Kerangka Berpikir .....	32
2.6 Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	37
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	38
3.3 Variabel Penelitian .....	40

3.4	Uji Instrumen Penelitian .....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.2	Pembahasan.....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>87</b>
5.1	Simpulan .....	87
5.2	Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Perguruan Tinggi tahun 2013-2017 .....	2
Tabel 1.2 Data Pemingkatan Penilaian Kinerja Bidang Kemahasiswaan FE .....	4
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> .....	8
Tabel 2.1 Harapan, Kinerja, dan Kepuasan .....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Daftar Jumlah Populasi dan Sampel .....	40
Tabel 3.2 Dimensi dan Atribut Model <i>SERVQUAL</i> .....	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	46
Tabel 3.5 Alternatif Jawaban .....	47
Tabel 3.6 Kategori Variabel <i>Reliability</i> .....	49
Tabel 3.7 Kategori Variabel <i>Responsiveness</i> .....	49
Tabel 3.8 Kategori Variabel <i>Assurance</i> .....	50
Tabel 3.9 Kategori Variabel <i>Empathy</i> .....	50
Tabel 3.10 Kategori Variabel <i>Tangibles</i> .....	51
Tabel 3.11 Kategori Variabel Kepuasan Mahasiswa .....	51
Tabel 4.1 Daftar Kuesioner .....	58
Tabel 4.2 Profil Responden .....	59
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Reliability</i> .....	61
Tabel 4.4 Deskripsi Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Reliability</i> .....	62
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Responsiveness</i> .....	63
Tabel 4.6 Deskripsi Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	64
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Assurance</i> .....	65
Tabel 4.8 Deskripsi Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Assurance</i> .....	66
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Empathy</i> .....	67
Tabel 4.10 Deskripsi Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Empathy</i> .....	68
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Tangibles</i> .....	69
Tabel 4.12 Deskripsi Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Tangibles</i> .....	70

Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Mahasiswa.....	71
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Kepuasan Mahasiswa.....	71
Tabel 4.15 <i>Outer Loading</i> .....	73
Tabel 4.16 <i>Discriminant Validity</i> .....	74
Tabel 4.17 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	75
Tabel 4.18 <i>Composite Reliability</i> .....	76
Tabel 4.19 Tabel <i>R-Square</i> .....	77
Tabel 4.20 <i>Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values, P Values)</i> .....	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis.....	78

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian .....	94
Lampiran 2. Surat Izin Permohonan Data.....	95
Lampiran 3. Bidang Kemahasiswaan FE Unnes Peringkat ke-1.....	96
Lampiran 4. Tabulasi Uji Coba Instrumen Penelitian .....	97
Lampiran 5. <i>Output</i> Validitas Uji Coba Instrumen Penelitian.....	99
Lampiran 6. <i>Output</i> Reliabilitas Uji Coba Instrumen Penelitian.....	103
Lampiran 7. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	104
Lampiran 8. Instrumen Penelitian.....	106
Lampiran 9. Tabulasi Olah Data Penelitian <i>SmartPLS</i> 3.0.....	112
Lampiran 10. <i>Output</i> Olah Data <i>Smart PLS</i> .....	117
Lampiran 11. Dokumentasi dengan Wakil Dekan III FE .....	120
Lampiran 12. Data BSO dan Kegiatan Bidang Kemahasiswaan FE .....	121

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Penyelenggaraan pendidikan memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia suatu negara. Hal tersebut didukung oleh pernyataan yang dikutip dari website resmi [ristekdikti.go.id](http://ristekdikti.go.id), yang menyatakan bahwa salah satu bidang yang harus dikuasai oleh suatu negara untuk memajukan indeks daya saing bangsa yaitu pendidikan tinggi dan pelatihan. Menurut UU Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012 pasal 1 ayat 2 menjelaskan bahwa Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

Saat ini kebutuhan dan tuntutan masyarakat terhadap pendidikan tinggi semakin meningkat. Dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat akan pendidikan tinggi, maka banyak berdiri perguruan tinggi baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Berdasarkan laporan kinerja Kemenristekdikti tahun 2017, menjelaskan bahwa jumlah Perguruan Tinggi (PT) di bawah Kemenristekdikti terhitung sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 mencapai 3.276 PT. Semakin banyak warga negara yang menempuh jenjang Pendidikan Tinggi maka secara langsung keberadaannya sangat bermanfaat dalam meningkatkan kemajuan dan kemakmuran suatu negara. Berikut ini adalah data pertumbuhan perguruan tinggi dari tahun 2013 sampai tahun 2017:



**Tabel 1.1 Pertumbuhan Perguruan Tinggi tahun 2013 - 2017**

Perguruan Tinggi	TAHUN				
	2013	2014	2015	2016	2017
Jumlah PTN	105	121	121	122	122
Jumlah PTS	2.966	3.089	3.106	3.124	3.154
Total PT	3.071	3.210	3.227	3.246	<b>3.276</b>

Sumber: Laporan Kinerja Kemenristekdikti, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa pada lima tahun terakhir total perguruan tinggi mengalami peningkatan sebanyak 205 PT yang terdiri dari PTN dan PTS. Dimulai dari tahun 2013 yang semula berjumlah 3.071 PT hingga mencapai 3.276 PT di tahun 2017. Jika dirata-rata peningkatan jumlah PT sebanyak 41 PT setiap tahunnya. Jumlah tersebut merupakan peningkatan yang cukup tinggi, artinya warga negara yang menempuh pendidikan tinggi jumlahnya juga meningkat. Ketika ada peningkatan jumlah perguruan tinggi, kompetisi antar perguruan tinggi pun akan semakin meningkat.

Universitas Negeri Semarang (UNNES) sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Semarang, Jawa Tengah yang telah berdiri sejak tahun 1965 yang pada awalnya dikenal dengan nama IKIP hingga berubah nama menjadi UNNES pada tahun 1999 sampai sekarang. UNNES saat ini memiliki delapan fakultas dan satu program pascasarjana yang melaksanakan pendidikan akademik dan profesional dalam sejumlah disiplin ilmu, teknologi, olah raga, seni dan budaya. Sebagai institusi pendidikan UNNES selalu berupaya untuk meningkatkan mutu lulusan, salah satunya dengan mendorong seluruh mahasiswa UNNES agar terus berprestasi melalui peran bidang kemahasiswaan. Dalam Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional (PIMNAS) 2017 yang diselenggarakan di Makassar, UNNES menempati peringkat pertama untuk PT kategori Lembaga Pencetak Tenaga Kependidikan

(LPTK) dikutip dari laporan tahunan rektor, 2018. Prestasi tersebut mencerminkan hasil kinerja yang baik dari bidang kemahasiswaan dalam memfasilitasi, membimbing dan mendampingi mahasiswa untuk terus berprestasi.

Prestasi bidang kemahasiswaan juga diraih oleh salah satu fakultas di lingkungan unit kerja UNNES. Berdasarkan informasi dari website resmi unnes.ac.id yang dipublikasikan pada tanggal 16 Desember 2018 tentang pemeringkatan penilaian kinerja semester 2 tahun 2018, terkait dengan kompetisi antar fakultas dan unit kerja dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya untuk melayani mahasiswa. Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi (FE) memperoleh peringkat ke-1 kinerja terbaik menurut penilaian Badan Penjaminan Mutu UNNES. Dari informasi tersebut penulis mengidentifikasi adanya fenomena positif yaitu peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bidang kemahasiswaan FE UNNES, hal tersebut dapat dilihat dari kinerja bidang kemahasiswaan FE UNNES yang semula pada tahun 2016 memperoleh peringkat ke-2 seperti yang diberitakan pada website unnes.ac.id tanggal 5 agustus 2016 hingga memperoleh penilaian kinerja terbaik peringkat ke-1. Penilaian tersebut didasarkan pada dua indikator utama yaitu prestasi mahasiswa pada tingkat nasional dan internasional.

Fakultas Ekonomi UNNES sebagai fakultas yang tergolong masih muda, namun telah berhasil meraih berbagai prestasi kemahasiswaan terutama lewat Lomba Kegiatan Ilmiah Mahasiswa (LKIM). Berikut ini adalah Data Pemeringkatan Penilaian Bidang Kemahasiswaan FE UNNES Tahun 2018:

**Tabel 1.2 Data Pemeringkatan Penilaian Kinerja Bidang Kemahasiswaan FE**

No.	Indikator Pemeringkatan	Jumlah Prestasi
1	Mahasiswa berwirausaha	181
2	Pertukaran mahasiswa Nasional dan Internasional	33
3	Pengabdian mahasiswa kepada masyarakat	6
4	Rekognisi	117
5	Penyelenggaraan kegiatan kemahasiswaan di tingkat fakultas/jurusan/prodi	10
6	Kejuaraan	109
7	Pimnas/mapres/robot/pomnas/peksiminas/kejuaraan yang diselenggarakan belmawa	6
8	Prestasi mahasiswa kategori kejuaraan	153
9	Prestasi mahasiswa kategori non kejuaraan	105
Total Prestasi		720

Sumber: Bidang Kemahasiswaan FE UNNES diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FE UNNES memiliki prestasi di berbagai kegiatan yang membawa bidang kemahasiswaan FE UNNES juara ke-1. Kualitas pelayanan yang baik oleh bidang kemahasiswaan FE UNNES dapat berdampak pada kepuasan mahasiswa. Semakin mahasiswa merasa puas dengan layanan kemahasiswaan baik dari aspek keandalan pegawai ketika menyampaikan jasa, daya tanggap pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa secara cepat, pegawai yang memberikan pelayanan secara sopan dan dapat dipercaya, pegawai dapat memahami kebutuhan mahasiswa serta mau memberikan perhatian lebih terhadap keluhan mahasiswa, dan juga penampilan fisik dari pegawai serta peralatan yang digunakan dalam melayani mahasiswa akan mendorong mahasiswa untuk terus berprestasi mengharumkan nama baik bidang kemahasiswaan FE UNNES.

Semakin meningkatnya kompetisi, maka semakin besar pula upaya yang harus dilakukan oleh perguruan tinggi dalam memperhatikan kepuasan mahasiswa.

Ada beberapa faktor yang berpengaruh pada kepuasan mahasiswa. Secara garis besar ada lima kategori yaitu mutu produk (*product quality*), mutu layanan (*service quality*), harga, faktor emosi (*emotional factor*), dan biaya transport (*cost of acquiring*), Supriyanto (2010).

Menurut pendapat Rangkuti (2006) salah satu faktor yang menentukan kepuasan mahasiswa adalah persepsi mahasiswa mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. *Service quality* adalah bagaimana konsumen akan merasa puas atas jasa yang telah dikonsumsi. Dimensi *service quality* yang lebih dikenal dengan *Servqual* meliputi lima dimensi, yaitu *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*. Kepuasan mahasiswa menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Menurut pendapat Tjiptono (2003), adanya kepuasan mahasiswa dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya: hubungan antara lembaga dengan mahasiswa menjadi harmonis, dapat mendorong terjadinya loyalitas mahasiswa, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi lembaga, reputasi lembaga menjadi baik di mata masyarakat.

Sebagai unit kerja pada institusi pendidikan sudah sepatutnya FE UNNES memperhatikan kepuasan mahasiswa melalui peningkatan mutu dan pelayanan yang diberikan salah satunya oleh bidang kemahasiswaan dalam memenuhi segala hal terkait dengan kebutuhan mahasiswa untuk menunjang pengembangan minat bakat, *soft skill*, serta mendorong prestasi mahasiswa yang nantinya akan berdampak pada mutu lulusan FE UNNES. Kepuasan mencerminkan perasaan

senang seseorang yang disebabkan apa yang ia butuhkan telah terpenuhi dengan baik.

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono (2003) menandakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”, kepuasan mahasiswa menjadi kunci utama yang perlu diperhatikan dalam sebuah institusi perguruan tinggi.

Sebagai upaya meningkatkan mutu pendidikan, bidang kemahasiswaan FE UNNES menerapkan pelayanan prima. Menurut Rahmayanty (2010) Pelayanan Prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Bidang kemahasiswaan memberikan pelayanan diatas standar minimum agar dapat memenuhi harapan mahasiswa dan mendorong terciptanya kepuasan mahasiswa. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu institusi atau perusahaan menurut John Syiokla dalam Lupiyoadi (2001) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Artinya apabila diterapkan di bidang kemahasiswaan FE UNNES, kemampuan dalam memberikan layanan kepada mahasiswa merupakan faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas bidang kemahasiswaan FE UNNES sehingga memperoleh penilaian kinerja terbaik.

Bidang kemahasiswaan FE UNNES selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa dan mendukung prestasi mahasiswa baik dari segi akademik maupun non akademik. Dalam hal non

akademik bidang kemahasiswaan FE UNNES turut membimbing mahasiswa pada organisasi tingkat fakultas yang terdiri dari DPM, BEM, HIMA, dan BSO. Untuk hal akademik bidang kemahasiswaan FE UNNES memiliki beberapa program kerja diantaranya pelatihan *soft skill*, pemilihan mahasiswa berprestasi tingkat fakultas, delegasi mahasiswa kompetisi dan non kompetisi, kuliah umum, serta melakukan pendampingan delegasi kemahasiswaan.

Upaya-upaya tersebut dilakukan demi terwujudnya kepuasan mahasiswa FE terhadap layanan kemahasiswaan serta dapat menciptakan kesan positif pada mahasiswa. Hal tersebut didukung oleh Kotler & Keller dalam Tjiptono dan Chandra (2016) yang menyatakan bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Apabila kebutuhan mahasiswa telah dilayani dengan baik, diharapkan mahasiswa akan mendapatkan kepuasan dari layanan yang diterima. Mahasiswa yang merasa puas, akan memiliki persepsi positif terhadap kualitas layanan kemahasiswaan. Terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (*servqual*) menurut Parasuraman, et al., 1998 dalam Tjiptono (2014) yaitu: (1) Reliabilitas (*reliability*) (2) Daya tanggap (*responsiveness*) (3) Jaminan (*assurance*) (4) Empati (*empathy*) (5) Bukti fisik (*tangibles*). Menurut Kasmir (2017), salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa.

Berikut adalah hasil ringkasan tabel penelitian terdahulu terkait perbedaan hasil penelitian antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 1.3 Research Gap**

No.	Peneliti/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil
1	Aris Fita Bayu Apriliana, 2014 Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa BKK Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta	X <sub>1</sub> : reliability X <sub>2</sub> : responsiveness X <sub>3</sub> : assurance X <sub>4</sub> : empathy X <sub>5</sub> : tangibles Y: kepuasan mahasiswa	Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
2	Zita Hanna Mariska, 2016 Pengaruh Dimensi <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap <i>Behaviour Intention</i> (Studi Kasus pada Hotel Aston Kuningan Suites -Jakarta)	X <sub>1</sub> : reliability X <sub>2</sub> : responsiveness X <sub>3</sub> : assurance X <sub>4</sub> : empathy X <sub>5</sub> : tangibles Y: kepuasan mahasiswa	<i>Tangibles</i> , <i>responsiveness</i> , <i>reliability</i> , dan <i>assurance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan <i>empathy</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3	Siska Lusya Putri, 2017 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Sarana Utama Padang	X <sub>1</sub> : reliability X <sub>2</sub> : responsiveness X <sub>3</sub> : assurance X <sub>4</sub> : empathy X <sub>5</sub> : tangibles Y: kepuasan mahasiswa	<i>Tangibles</i> , <i>responsiveness</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, <i>reliability</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber: *Research Gap* penelitian terdahulu

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian di atas menunjukkan fakta secara empiris bahwa pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa memiliki hasil berbeda-beda. Setiap objek penelitian mempunyai karakteristik yang berbeda, sehingga orisinalitas penelitian

ini terletak pada objek penelitian dan waktu yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi *Servqual* (*service quality*) apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dilakukan oleh bidang kemahasiswaan FE UNNES dalam memberikan layanan kemahasiswaan terkait dimensi *service quality* yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan kemahasiswaan yang menjadikan bidang kemahasiswaan FE UNNES memperoleh penghargaan penilaian kinerja terbaik peringkat ke-1 UNNES.

Karena keterbatasan penulis dari segi pengetahuan, waktu dan atas pertimbangan tertentu berdasarkan referensi yang telah penulis kaji sebelumnya, maka penelitian ini mengambil lima dimensi *servqual* sebagai variabel independen yang meliputi *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *empathy* (X4), dan *tangibles* (X5). Variabel dependen kepuasan mahasiswa (Y).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis bermaksud untuk meneliti tentang **“ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA LAYANAN BIDANG KEMAHASISWAAN (Studi Kasus Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)”**.



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, berikut ini adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Persaingan antar perguruan tinggi yang kompetitif menjadikan institusi Pendidikan Tinggi harus memperhatikan kepuasan mahasiswa melalui peningkatan kualitas pelayanan.
2. Adanya peningkatan kinerja bidang kemahasiswaan FE UNNES dari yang semula tahun 2016 meraih peringkat ke-2, hingga pada tahun 2018 memperoleh peringkat ke-1 bidang kemahasiswaan dengan kinerja terbaik tingkat Unnes.

## 1.3 Cakupan Masalah

Cakupan masalah dalam penelitian ini berfokus pada lima dimensi *service quality* (kualitas pelayanan) yang diadaptasi dari Parasuraman *et al*, serta pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan Bidang Kemahasiswaan FE UNNES. Penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat menjadi referensi bagi perbaikan kualitas layanan unit kerja bidang kemahasiswaan di fakultas lain.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES?
2. Adakah pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES?

3. Adakah pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES?
4. Adakah pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES?
5. Adakah pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi mahasiswa dalam pengembangan materi.
- b. Dapat dijadikan sebagai dasar pengetahuan dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti tentang kepuasan mahasiswa.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dalam melakukan penelitian dan melatih untuk berfikir secara ilmiah.

#### b. Bagi Tenaga Kependidikan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam memberikan pelayanan dan menyediakan layanan terbaik kepada mahasiswa.

#### c. Bagi Dosen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi dosen pembimbing organisasi kemahasiswaan agar lebih meningkatkan kinerjanya dalam membimbing kegiatan kemahasiswaan.

#### d. Bagi Pengambil Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan dan bahan pertimbangan unit kerja bidang kemahasiswaan dalam merumuskan

kebijakan di masa yang akan datang agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

### **1.7 Orisinalitas Penelitian**

Pembaharuan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan *research gap* menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responseveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap kepuasan mahasiswa sesuai dengan karakteristik masing-masing objek penelitian. Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian serta waktu yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.
2. Penelitian ini merupakan rekomendasi dari Apriliana (2014) agar dapat menggunakan teknik analisis data selain analisis regresi linier ganda. Untuk itu penulis menggunakan teknik analisis data dengan *Partial Least Square* (PLS).

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **2.1 Kajian Teori Utama (*Grand Theory*)**

##### **2.1.1 Pengertian Kepuasan**

Menurut Kotler (1997) dalam Rangkuti (2002) kepuasan pelanggan adalah *“a person’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s received performance (or outcome) in relations to the person’s expectation”*, artinya perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Seseorang akan dapat merasakan kepuasan atau ketidakpuasan setelah selesai menggunakan suatu produk atau jasa dan mendapatkan layanan dari jasa tersebut. Apabila kinerja yang diterima dari jasa yang digunakan sesuai dengan apa yang diharapkan berdasarkan pengalaman masa lalu dan pengetahuan yang dimiliki maka pelanggan akan merasa puas. Namun sebaliknya, apabila kinerja jasa atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan awal maka pelanggan akan merasa tidak puas terhadap layanan jasa tersebut.

##### **2.1.1.1 Definisi dan Konsep Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis Tjiptono (2014). Perguruan tinggi sebagai penyedia jasa bagi pelanggan yaitu mahasiswa, perlu memperhatikan kepuasan mahasiswanya terutama dalam hal pelayanan kemahasiswaan. Bidang kemahasiswaan baik di tingkat universitas maupun yang

ada di masing-masing fakultas merupakan unit kerja yang berinteraksi langsung dengan mahasiswa, sehingga dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang baik dalam memenuhi setiap kebutuhan mahasiswa.

Menurut Kotler (2009) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Pendidikan Tinggi sebagai penyedia jasa pendidikan bagi masyarakat khususnya mahasiswa harus memperhatikan kebutuhan mahasiswa dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang pada akhirnya akan berorientasi pada kepuasan mahasiswa.

Wilkie (1990) dalam Tjiptono (2014) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Pelanggan akan menunjukkan perasaan puas atau tidak puas berdasarkan pengalamannya mengkonsumsi produk atau jasa. Menurut Rangkuti (2002) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Berdasarkan konsumsi jasa tertentu, pelanggan akan membentuk harapannya mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja ini dibandingkan dengan kinerja aktual produk yaitu persepsi terhadap kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Harapan, Kinerja, dan Kepuasan**

Kinerja Aktual Dibandingkan Harapan	Tingkat Harapan	
	Di Bawah Minimum Desired Performance	Di Atas Minimum Desired Performance
Lebih baik/besar	Kepuasan*	Kepuasan
Sama	Non-satisfaction	Kepuasan
Lebih jelek/kecil	Ketidakpuasan	Ketidakpuasan

Sumber: Tjiptono (2014)

Berdasarkan Tabel 2.1 dapat dideskripsikan apabila kualitas lebih rendah daripada harapan, akan terjadi ketidakpuasan emosional (*negative disconfirmation*). Jika kinerja lebih besar dibandingkan harapan, maka terjadi kepuasan emosional (*positive disconfirmation*). Sedangkan bila kinerja sama dengan harapan, maka terjadi konfirmasi harapan (*simple disconfirmation* atau *non-satisfaction*). Situasi ini terjadi bila kinerja merek, jasa, atau penyedia jasa tertentu menyamai harapan kinerja yang rendah, sehingga hasilnya bukan kepuasan dan bukan pula ketidakpuasan.

Istilah *non-satisfaction* digunakan untuk menggambarkan situasi ini, di mana pelanggan tidak merasa kecewa dan tidak bakal melakukan komplain Tjiptono (2014). Namun situasi seperti ini tidak bisa mengurangi kemungkinan pelanggan untuk mencari alternatif jasa maupun penyedia jasa yang lebih baik bila kebutuhan atau masalah yang sama muncul lagi.

### **2.1.1.2 Ciri-ciri Pelanggan yang Merasa Puas**

Menurut Kotler dalam penelitian Syahbana (2016) menyatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk

Pelanggan yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut yang positif yaitu rekomendasi kepada calon pelanggan lain dan mengatakan hal yang baik-baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama

Ketika membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

### **2.1.1.3 Obyek Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Menurut pendapat Tjiptono (2014):

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa para pesaing.



## 2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

## 3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

## 4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

## 5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker

rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

#### 6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: (a) komplain; (b) retur atau pengembalian produk; (c) biaya garansi; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethok tular negatif (konsumen menceritakan pengalaman negatif kepada konsumen lain terkait ketidakpuasan jasa yang pernah dikonsumsinya); dan (f) *defections* (konsumen yang beralih pesaing).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator kepuasan mahasiswa yaitu adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif dan kesediaan untuk merekomendasikan. Karena kedua indikator tersebut saling mendukung dalam mengidentifikasi adanya kepuasan mahasiswa.

#### **2.1.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa Rangkuti (2002). Lima dimensi jasa yang dimaksud yaitu *responsivitas, reliability, empathy, assurance dan tangibles*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Apriliana (2014) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa BKK Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta*, menjelaskan adanya interaksi pengaruh positif bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil uji F diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,553 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 55,3%. Penelitian tersebut mendukung pendapat Rangkuti yang telah dikemukakan diatas bahwa kualitas jasa menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan.

## **2.2 Teori Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Jasa**

Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan menghasilkan kepemilikan apapun Kotler and Keller (2009). Dalam dunia pendidikan, jasa yang diberikan berupa pelayanan kepada siswa atau mahasiswanya sebagai pelanggan dari suatu lembaga pendidikan. Oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi kunci utama kesuksesan suatu lembaga jasa pendidikan.

Lupiyoadi (2001) mengatakan bahwa pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

### 2.2.2 Karakteristik Jasa

Suatu jasa atau layanan memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk fisik yang berupa barang. Berikut ini adalah karakteristik jasa menurut Griffin (1996) dalam Lupiyoadi (2001), yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

2. *Unstorability*

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat (*inseparability*) dipisahkan mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Customization*

Jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

### 2.2.3 Karakteristik Jasa Lembaga Pendidikan

Produk dari suatu lembaga pendidikan tinggi yang diberikan kepada pelanggannya (mahasiswa) yaitu berupa pelayanan untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa baik dari segi pelayanan kemahasiswaan, akademik, tenaga administrasi dan kependidikan serta fasilitas penunjang untuk proses pembelajaran.

Lupiyoadi (2001) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik menyatakan bahwa karakteristik jasa pada lembaga pendidikan tinggi, antara lain:

- a) Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni (*pure services*), di mana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata. Seperti ruangan kelas, kursi, meja, buku-buku.
- b) Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), jadi di sini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meskipun dalam perkembangannya ada juga yang menawarkan program *distance learning*, universitas terbuka, kuliah jarak jauh, dan lain-lain).
- c) Pengguna jasa adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis orang. Sehingga berdasarkan hubungan dengan pengguna jasa (pelanggan/mahasiswa) adalah *high contact system* yaitu hubungan pemberi jasa dengan pelanggan tinggi. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Untuk menerima jasa, pelanggan harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut.
- d) Hubungan dengan pelanggan adalah berdasarkan *member relationship*, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tersebut, sistem pemberian jasanya secara terus-menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan.

#### 2.2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan

Lewis & Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian jasa agar sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan harapan dari setiap orang yang menjadi pelanggan dari suatu jasa. Semakin baik tingkat pemahaman atas kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan efek positif terhadap jasa yang diterimanya dan akan berdampak pada kepuasan.

Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Lupiyoadi (2001) menjelaskan bahwa salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*). Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. Parasuraman, et.all (1998) dalam Lupiyoadi (2001) mendefinisikan *service quality*

sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.

Berdasarkan beberapa definisi kualitas pelayanan yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa baik layanan yang diberikan oleh penyedia jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

### **2.2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa salah satu studi mengenai *SERVQUAL* oleh Parasuraman (1998) terdapat lima dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan,

dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1998 dalam Lupiyoadi (2001) disimpulkan bahwa dari ke lima dimensi tersebut terdapat kepentingan relatif yang berbeda-beda. *Reliability* dalam hal ini secara konsisten merupakan dimensi yang paling kritis, kemudian pada tingkat kedua diduduki oleh *assurance*, ketiga oleh *tangibles* (terutama oleh perusahaan perbankan), keempat oleh *responsiveness*, dan dimensi terakhir yang memiliki kadar kepentingan paling rendah adalah *empathy*. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian terhadap lima dimensi kualitas pelayanan menghasilkan temuan yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik objek yang diteliti.



## **2.3 Kajian Variabel Penelitian**

### **2.3.1 Reliability (Keandalan)**

#### **2.3.1.1 Pengertian Reliability**

Keandalan menurut Kotler (2009) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mengatakan bahwa *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Sedangkan Lupiyoadi (2001) berpendapat bahwa *reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

#### **2.3.1.2 Indikator Reliability**

Dalam penelitian ini menggunakan 5 indikator *reliability* sesuai dengan atribut model *servqual* yang diadaptasi dari Parasuraman, et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016) sebagai berikut:

1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan
2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali
4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan
5. Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan

## **2.3.2 Responsiveness (Daya Tanggap)**

### **2.3.2.1 Pengertian Responsiveness**

*Responsiveness* menurut Kotler (2009) adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mengatakan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Sedangkan Lupiyoadi (2001) berpendapat bahwa *responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

### **2.3.2.2 Indikator Responsiveness**

Dalam penelitian ini menggunakan 4 indikator *responsiveness* sesuai dengan atribut model *servqual* yang diadaptasi dari Parasuraman, et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016) sebagai berikut:

1. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa
2. Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan
3. Kesediaan untuk membantu pelanggan
4. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan

### **2.3.3 Assurance (Jaminan)**

#### **2.3.3.1 Pengertian Assurance**

*Assurance* atau jaminan menurut Kotler (2009) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mengatakan bahwa jaminan yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

Sedangkan Lupiyoadi (2001) berpendapat bahwa *assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

#### **2.3.3.2 Indikator Assurance**

Dalam penelitian ini menggunakan 4 indikator *assurance* sesuai dengan atribut model *servqual* yang diadaptasi dari Parasuraman, et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016) sebagai berikut:

1. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
2. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi
3. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan
4. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan

### **2.3.4 *Empathy* (Empati)**

#### **2.3.4.1 Pengertian *Empathy***

*Empathy* menurut Kotler (2009) adalah kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) berpendapat bahwa *empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

#### **2.3.4.2 Indikator *Empathy***

Dalam penelitian ini menggunakan 5 indikator *empathy* sesuai dengan atribut model *servqual* yang diadaptasi dari Parasuraman, et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016) sebagai berikut:

1. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan
2. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian
3. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan
4. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
5. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman

### **2.3.5 Tangibles (Bukti Fisik)**

#### **2.3.5.1 Pengertian *Tangibles***

*Tangibles* atau wujud menurut Kotler (2009) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan bahan komunikasi. Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) berpendapat bahwa *tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

#### **2.3.5.2 Indikator *Tangibles***

Dalam penelitian ini menggunakan 4 indikator *tangibles* sesuai dengan atribut model *servqual* yang diadaptasi dari Parasuraman, et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016) sebagai berikut:

1. Peralatan modern
2. Fasilitas yang berdaya tarik visual
3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional
4. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual

## 2.4 Kajian Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/Tahun/Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Sriyanto, Agus. 2018 Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan layanan akademik mahasiswa prodi diploma I kepeabeanan dan cukai	X <sub>1</sub> : <i>reliability</i> X <sub>2</sub> : <i>responsiveness</i> X <sub>3</sub> : <i>Assurance</i> X <sub>4</sub> : <i>Empathy</i> X <sub>5</sub> : <i>Tangibles</i> Y: Kepuasan Mahasiswa	Daya tanggap dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa, sedangkan bukti fisik, keandalan dan jaminan memiliki dampak positif namun tidak signifikan.
2.	Apriliana, dkk. 2014 Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa BKK Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.	X <sub>1</sub> : <i>reliability</i> X <sub>2</sub> : <i>responsiveness</i> X <sub>3</sub> : <i>Assurance</i> X <sub>4</sub> : <i>Empathy</i> X <sub>5</sub> : <i>Tangibles</i> Y: Kepuasan Mahasiswa	Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Serta terdapat interaksi pengaruh positif bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan mahasiswa. Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 55,3%.
3.	Wirawan, Rendra. 2017 Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak di kabupaten lumajang	X <sub>1</sub> : <i>reliability</i> X <sub>2</sub> : <i>responsiveness</i> X <sub>3</sub> : <i>Assurance</i> X <sub>4</sub> : <i>Empathy</i> X <sub>5</sub> : <i>Tangibles</i> Y: Kepuasan Wajib Pajak	<i>Tangibles, reliability dan responsiveness</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, <i>assurance dan empathy</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. <i>Assurance</i> memiliki efek dominan dalam mendorong kepuasan wajib pajak.
4.	Nurdiansyah, Haris. 2016 Pengaruh Faktor- Faktor Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Mitra Pembayaran Online di PT Arindo Pratama Bandung	X <sub>1</sub> : <i>reliability</i> X <sub>2</sub> : <i>responsiveness</i> X <sub>3</sub> : <i>Assurance</i> X <sub>4</sub> : <i>Empathy</i> X <sub>5</sub> : <i>Tangibles</i> Y: Kepuasan Pelanggan	Lima dimensi <i>servqual (service quality)</i> secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber: Data diolah, 2019

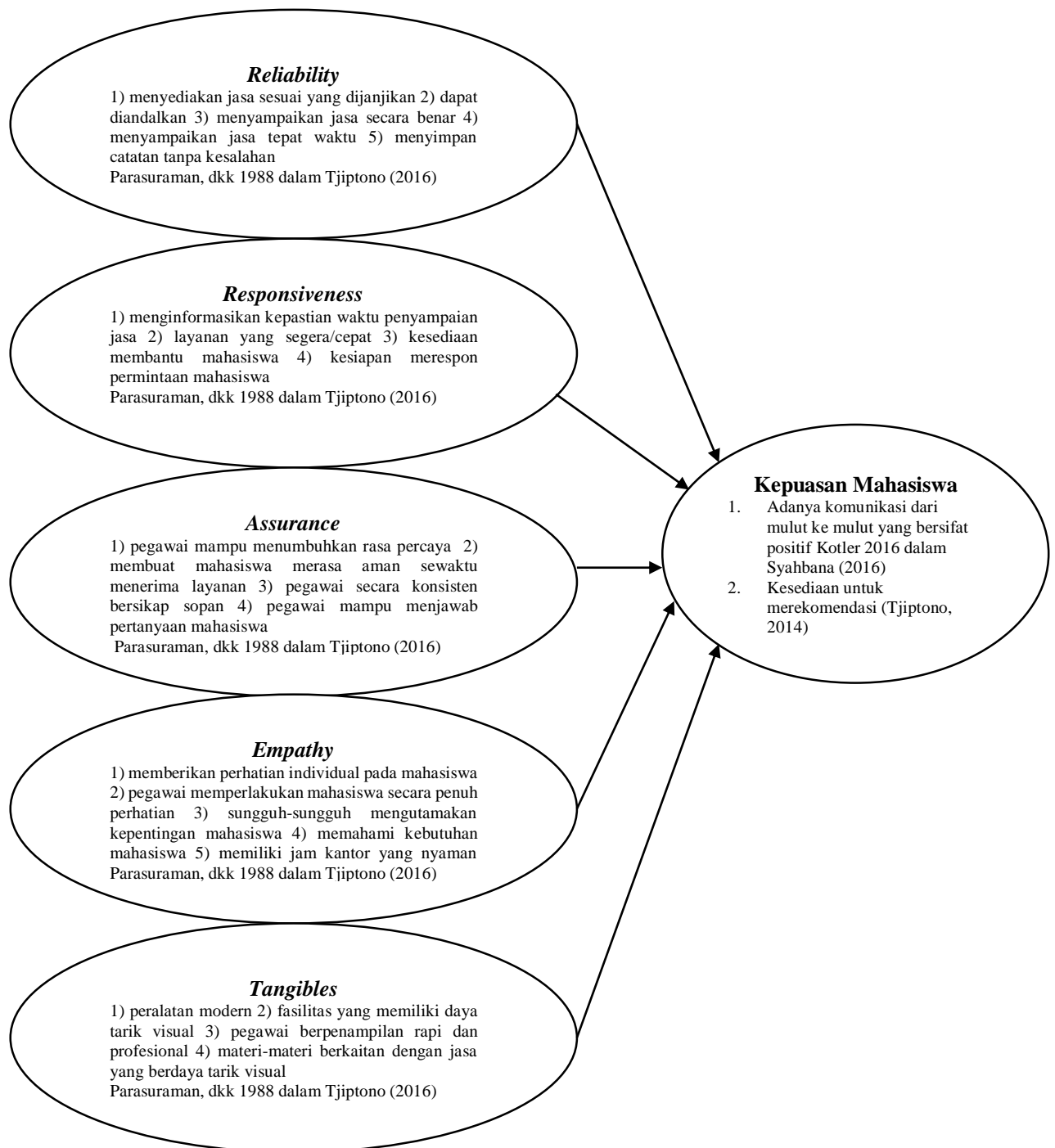
## 2.5 Kerangka Berfikir

Unit kerja bidang kemahasiswaan memiliki tugas utama kepada mahasiswa yaitu pembimbingan, pembinaan, pendampingan, kesejahteraan serta mendukung fasilitas kegiatan kemahasiswaan melalui organisasi mahasiswa atau Lembaga Kemahasiswaan (LK) dan Badan Semi Otonom (BSO). Peran bidang kemahasiswaan sebagai wadah pusat pelayanan sangat dibutuhkan bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi dan layanan yang berkualitas, sehingga apabila kebutuhan mahasiswa sudah dapat terlayani dengan baik maka mahasiswa akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bidang kemahasiswaan.

Kualitas pelayanan pada bidang kemahasiswaan akan sangat menentukan kepuasan mahasiswa, sehingga mahasiswa merasa puas apabila pelayanan yang diberikan baik. Dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh bidang kemahasiswaan dalam memberikan layanan kepada mahasiswa diantaranya *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau daya tanggap, *assurance* atau jaminan, *empathy* dan *tangibles* atau bukti fisik. Lima dimensi kualitas pelayanan tersebut dianggap berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et al.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Semakin baik *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* yang diberikan oleh bidang kemahasiswaan dalam melayani kebutuhan mahasiswa diharapkan dapat

meningkatkan kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan. Berikut ini merupakan kerangka berfikir penelitian secara sistematis yang dibuat dalam bagan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian**



Keterangan:

Berdasarkan Gambar 2.1 terdapat lima variabel independen yang terdiri dari *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *empathy* (X4), *tangibles* (X5). Selanjutnya akan dilakukan analisis menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) untuk menentukan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES, serta untuk mengetahui variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan mahasiswa (Y).

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini menggunakan hipotesis statistik yang terdiri dari hipotesis nol dan hipotesis alternatif atau hipotesis kerja. Menurut Arikunto (2010) hipotesis nol yakni hipotesis yang menyatakan ketidakadanya hubungan antara variabel ( $H_0$ ), sedangkan hipotesis alternatif atau hipotesis kerja yakni hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antar variabel ( $H_a$ ). Berikut ini adalah rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

1. *Reliability* atau keandalan meliputi kemampuan pegawai, pejabat, dan pembimbing bidang kemahasiswaan dalam memberikan layanan yang akurat sesuai waktu yang telah disepakati. Semakin baik keandalan maka mahasiswa akan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa

$H_{a1}$  : Ada pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa

2. *Responsiveness* atau daya tanggap meliputi kesediaan dan kemampuan pegawai, pejabat dan pembimbing bidang kemahasiswaan dalam memberikan layanan kepada mahasiswa. Selain itu jasa yang dibutuhkan oleh mahasiswa dapat diberikan secara cepat. Semakin baik daya tanggap yang dimiliki oleh pihak bidang kemahasiswaan, maka mahasiswa akan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa

Ha<sub>2</sub> : Ada pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa

3. *Assurance* atau jaminan meliputi kemampuan pegawai, pejabat, dan pembimbing bidang kemahasiswaan dalam menumbuhkan kepercayaan mahasiswa kepada unit kerja bidang kemahasiswaan. Selain itu pihak kemahasiswaan selalu bersikap sopan dan memiliki pengetahuan/keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan mahasiswa. Semakin baik jaminan, maka mahasiswa akan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa

Ha<sub>3</sub> : Ada pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa

4. *Empathy* atau empati meliputi kemampuan pegawai, pejabat, dan pembimbing bidang kemahasiswaan dalam memahami masalah mahasiswa dan bertindak demi kepentingan mahasiswa, serta mau memberikan perhatian secara personal kepada para mahasiswa, selain itu mahasiswa dapat dengan mudah memperoleh layanan karena tersedia jam kantor yang nyaman. Semakin baik

empati, maka mahasiswa akan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa

Ha<sub>4</sub> : Ada pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa

5. *Tangibles* atau bukti fisik meliputi daya tarik secara fisik berupa fasilitas penunjang kegiatan mahasiswa, peralatan modern yang digunakan pada saat memberikan layanan, serta penampilan profesional pegawai, pejabat, dan pembimbing bidang kemahasiswaan dalam memberikan layanan. Mahasiswa akan merasa puas dengan aspek fisik yang terlihat menarik dan modern, oleh karena itu semakin baik bukti fisik, maka mahasiswa akan merasa puas dengan layanan dan fasilitas yang diberikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa

Ha<sub>5</sub> : Ada pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait analisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada layanan bidang kemahasiswaan FE UNNES, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. *Empathy* (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
2. *Tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
4. *Reliability* (keandalan) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
5. *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

#### **5.2 Saran**

1. Bagi Mahasiswa

Berdasarkan hasil olah data dengan *SmartPLS* 3.0 diperoleh nilai *R square* 52,1%, sedangkan 47,9% merupakan peluang dari variabel lain untuk dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain selain dimensi

kualitas pelayanan, dan menggunakan sampel yang lebih banyak agar dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih luas.

2. Bagi Tenaga Kependidikan Bidang Kemahasiswaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi agar lebih memperhatikan dimensi kualitas pelayanan dalam memberikan layanan untuk mahasiswa. *Empathy* dapat dijadikan sebagai prioritas utama dalam meningkatkan kualitas layanan, dikarenakan variabel ini memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa. Pihak kemahasiswaan diharapkan lebih mendahulukan kepentingan mahasiswa, memahami masalah mahasiswa, memiliki jam layanan yang nyaman/pasti, serta mau memberikan perhatian secara personal kepada para mahasiswa.

3. Bagi Dosen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi dosen pembimbing organisasi kemahasiswaan agar lebih meningkatkan kinerjanya dalam membimbing kegiatan kemahasiswaan.

4. Bagi Pengambil Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan prima terkait tugas pokok dan fungsi unit kerja bidang kemahasiswaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET
- Anggraeni, A. D., & Annisawati, A. A. (2017). *FORUM KEUANGAN DAN BISNIS INDONESIA ( FKBI ) When Fintech Meets Accounting: Opportunity and Risk Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Poltekpos Saat ini di Indonesia Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan. Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia (Fkbi)*, 301–312.
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016). *The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction. Journal of Modelling in Management*, 11(2), 446–462.
- Ariansyah, K. (2017). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Pitalebar Bergerak. Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 15(1), 27. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2017.150103>
- Arikunto. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta. PT RINEKA CIPTA
- Bayu, A., Santoso, S., & Sumaryati, S. (2014). *Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Bkk Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu .... Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(3). <http://www.jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/4258>
- Beloucif, A., Mehafdi, M., & Komey, N. A. (2018). *Expectation as a key determinant of international students' satisfaction. Journal of Applied Research in Higher Education*. <https://doi.org/10.1108/jarhe-04-2017-0048>
- Bendickson. (2016). *Article information: Agency Theory*, 1–55. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Budi Bhakti, Y. (2017). *Indeks Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan. Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 7(3), 272–285.
- Ekawati, R. D., Rusdarti, & Hadi, S. (2015). *Pengaruh Citra, Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. Economic Education Analysis Journal*, 4(3), 833–846.
- Ekonomi, F., & Negeri, U. (2016). *(Kasus pada Prodi Magister Pendidikan Ekonomi Unnes) Kardoyo dan Ahmad Nurkhin ANALYSIS TOWARDS UNIVERSITIES ' SERVICES SATISFACTION*, (2010), 164–175.

- Ghozali dan Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang. Badan Penerbit Undip
- Guesalaga, R., & Pitta, D. (2014). *The importance and formalization of service quality dimensions: A comparison of Chile and the USA*. *Journal of Consumer Marketing*, 31(2), 145–151.  
<https://doi.org/10.1108/JCM-08-2013-0660>
- Inilah Unit Kerja di Unnes dengan Kinerja Terbaik <https://unnes.ac.id/berita/rektor-unnes-mengapresiasi-capaian-unit-kerja/>. (diunduh tanggal 10 Januari 2019 pukul 15.58)
- Kant, R., & Jaiswal, D. (2017). *The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction*. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 411–430. <https://doi.org/10.1108/ijbm-04-2016-0051>
- Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- KEMENRISTEKDIKTI. (2017). *Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia. No 257/M/Kpt/2017*.  
<https://doi.org/10.1007/s11606-010-1529-0>
- Kemenristekdikti.(2018). *Menristekdikti Nasir: Indonesia Siap Menyambut Globalisasi Pendidikan dan Revolusi Industri ke-4*. <https://ristekdikti.go.id> diakses tanggal 5 Januari 2019
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Penerbit Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Mariska, Z. H., & Shihab, M. S. (2016). *PENGARUH DIMENSI SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL DAN DAMPAKNYA TERHADAP BEHAVIOUR INTENTION (Studi Kasus pada Hotel Aston Kuningan Suites- Jakarta)*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14.
- Megawati, I. (2017). *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di*

*Green Cafe dan Resto Bandung. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, 11(1), 13–26.*

Mustika, R., Ananto, R. P., Surya, F., Felino, F. Y., & Sari, T. I. (2018). *Jurnal ekonomi & bisnis dharma andalas. Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas, 18(1), 19–39.*

Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia

Nurdiansyah, H., & Rahman, R. S. (2016). *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pembayaran Online Di Pt Arindo Pratama. Bisnis Dan Iptek, 9(2), 129–140.*

Putra, A. S., Handoyo, S. S., & Rochadi, D. (2018). *Kualitas Layanan Akademik Mahasiswa di Program Studi Pendidikan Vokasional Konstruksi Bangunan Universitas Negeri Jakarta. Jurnal PenSil, 7(2), 1–8.*  
<https://doi.org/10.21009/pensil.7.2.1>

Putri, A. D., & Astuti, S. R. T. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Ulang Konsumen ( Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang ). Diponegoro Journal Of Management, 6(2), 1–10.* <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9929>

RAHMAN, W. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Jurnal EMOR, 2(2), hlm 95–115.*  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29651.27680>

Rahmayanty. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Rangkuti, Freddy. 2002. *MEASURING CUSTOMER SATISFACTION Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

Reina, R. (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa pada Universitas Bina Nusantara. Binus Business Review, 3(1), 563.*  
<https://doi.org/10.21512/bbr.v3i1.1343>

Riset, K., & Tinggi, D. A. N. P. (2017). *Laporan Tahunan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi 2017 1.*

Sejarah Fakultas Ekonomi. [http://fe.unnes.ac.id/17/?page\\_id=81](http://fe.unnes.ac.id/17/?page_id=81). (diunduh tanggal 10 Januari 2019 pukul 15.59)



- Sisdirjen Kelembagaan, Iptek dan Dikti Dorong UNNES Hilirisasi Riset.. <https://unnes.ac.id/berita/sesdirjen-kelembagaan-ipitek-dan-dikti-dorong-unnes-hilirisasi-riset/>. (diunduh tanggal 20 Desember 2018 pukul 14.09)
- Slamet, T., & Aulawi, H. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa pada sekolah tinggi teknologi garut. Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*, 13(2009), 1–16.
- Sriyanto, A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa Prodi Diploma I Kepabeanaan Dan Cukai. Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 1(1), 26–38. <https://doi.org/10.31092/jpbc.v1i1.124>
- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). *Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1567>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta
- Suliyanto. 2005. *ANALISIS DATA DALAM APLIKASI PEMASARAN*. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia
- Supriyanto dan Ernawati. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta. CV ANDI OFFSET
- Suyanto. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta. Prenada Media Group
- Syahbana, Donny. 2016. *Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman*. Skripsi
- Tjiptono dan Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET
- Tjiptono dan Diana. 2003. *Total Quality Management (TQM) –Edisi Revisi*. Yogyakarta. Penerbit ANDI
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. <https://unnes.ac.id/wp-content/uploads/uu-12-2012.pdf>. (diunduh tanggal 10 Januari 2019 pukul 15.00)