- UNIVERSITIES AND COLLEGES - SERVICES FOR
- COLLEGE STUDENTS

kk
TE 08/04
tha
p

TESIS

PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI DI KOTA KENDARI

(STUDI PADA : MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS HALUOLEO, FAKULTAS EKONOMI SULAWESI TENGGARA DAN STIE DHARMA BARATA)

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIR[illegible]
SURABAYA

HAYAT YUSUF ABADI
NIM : 090114356/M

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003

PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI DI KOTA KENDARI

(STUDI PADA : MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS HALUOLEO, FAKULTAS EKONOMI SULAWESI TENGGARA DAN STIE DHARMA BARATA)

TESIS

Untuk memperoleh Gelar Magister

dalam Program Studi Ilmu Manajemen

pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga

MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SUBAR

Oleh :

HAYAT YUSUF ABADI
NIM : 090114356/M

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
Tanggal 6 Agustus 2003

Lembar Pengesahan

TESIS INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 6 AGUSTUS 2003

Oleh

Pembimbing Ketua

TANTI HANDRIANA, SE, M.Si.
NIP 132 048 914

Pembimbing

Dr. MUSLICH ANSORI, M.Sc, AK.
NIP 131 570 339

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Manajemen
Program Pascasarjana Universitas Airlangga

Drs. SRI GUNAWAN, M.Com.,DBA
NIP 131 653 420

Telah diuji pada

Tanggal 6 Agustus 2003

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua : Dr. Sri Wahyuni Astuti, SE, MS.

Anggota :
1. Dr. Muslich Ansori, M.Sc, AK.
2. Tanti Handriana, SE, M. Si.
3. Drs. Hermawanto M.Sc, MBA
4. Dra. Ec. Indrianawati Usman, M.Sc

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rakhmat dan hidayah-Nyalah sehingga tesis ini dapat selesai.

Dengan selesainya tesis ini, perkenankanlah saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Ibu Tanti Handriana, SE, M.Si dan Bapak Dr. Muslich Ansori M.Sc, AK, selaku pendidik dan pembimbing yang penuh perhatian, kesabaran dan ketekunan yang telah memberikan motovasi, bimbingan dan arahan sampai dengan selesainya penyusunan tesis ini.

Tim penguji proposal : Tanti Handriana, SE, M.Si, Dr. Muslich Ansori, M.Sc, AK., Dr, Sri Wahyuni Astuti, Dra. Ec. Idrianawati Usman, M. Sc., Sri Hartini, SE, M.Si, yang telah memberikan penilaian dan masukan sehingga lebih memudahkan dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan tesis ini.

Tim penguji tesis : Dr. Sri Wahyuni Astuti, Dr, Muslich Ansori, M.Sc, AK., Drs. Hermawanto, M.Sc.,MBA., Tanti Handriana, SE, M.Si., Dra. Indrianawati Usman, M.Sc., yang telah memberikan penilaian dan masukan sehingga lebih menyempurnakan lagi tesis ini.

Rektor Universitas Airlangga Prof. Dr. Med. H. Puruhito, dr, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada saya untuk mengikuti dan meyelesaikan pendidikan program magister.

Direktur program pascasarjana Universitas Airlangga Prof. Dr. H. Muhammad Amin, dr, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti program magister pada program Pascasarjana Universitas Airlangga.

Teman-teman angkatan 2001/2002 Program Magister Ilmu Manajemen Universitas Airlangga yang telah banyak membantu saya dalam menjalani pendidikan dan menyelesaikan studi.

Teman-teman kos di Jln Jojoran III No. 40 surabaya yang selalu memberikan suasana kehangatan, persahabatan dan kekeluargaan selama saya menjalani tugas.

Kedua orang tua saya, H. Muh. Jusuf Abadi dan Hj. Nursiah Jusuf Abadi yang dengan penuh tanggung jawab telah mendidik saya dan senantiasa memberikan semangat dan do'anya sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Adik-adik saya : Ira, Sari, Haris yang selalu memberikan dorongan dan cinta kasih kepada saya selama proses pendidikan.

Kepada semua pihak yang dengan tulus ikhlas membantu dan mendoakan bagi keberhasilan saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat , petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua, Amin.

Surabaya, Oktober 2003

Penulis

RINGKASAN

Pendidikan di Indonesia dibagi dalam tiga jenjang, yaitu jenjang pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Pemberian layanan yang berkualitas kepada pengguna jasa di Penguruan Tinggi terkait pada persaingan dengan Perguruan Tinggi lainnya. Kualitas Layanan yang baik tidak dapat dinilai hanya berdasarkan persepsi pemberi jasa, tetapi juga harus ditinjau dari persepsi pengguna jasa.

Pemberi jasa perlu mengadakan evaluasi secara terus-menerus terhadap layanan yang telah diberikan kepada pengguna jasa untuk perbaikan kinerja selanjutnya. Dalam implementasinya, tidak tertutup kemungkinan terjadinya ketidakpuasan dari persepsi pengguna jasa. Pengukuran kualitas layanan oleh perusahaan/lembaga penyelenggara jasa dapat dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan berpedoman pada dimensi *servqual* yang diajukan oleh parasuraman , *et al.*, (1998), yaitu dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah : "Persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan berdasarkan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata.

Sampel yang diambil dari mahasiswa sebagai pengguna jasa Perguruan Tinggi. Data diperoleh dari 141 kuesioner yang kembali. Setelah dilakukan pengujian, keseluruhan kuesioner valid dan realibel. Data penelitian ini dianalisis dengan teknik analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial (dengan menggunakan *regresi linier berganda*). Hasil pengujian tersebut adalah :

1. Hasil pengujian pada FE. Unhalu adalah : *tangible* diterima, karena t-hitung = 2,062 > t-tabel = 1,980; *reliability* diterima, karena t-hitung = 2,332 > t-tabel = 1,980; *responsiveness* ditolak, karena t-hitung =-1,002 < t-tabel = 1,980; *assurance* diterima, karena t-hitung =2,147 > t-tabel = 1,980; *empathy* diterima , karena t-hitung = 3,200 > t-tabel = 1,980.
   Sedangkan uji F diterima , karena F-hitung = 16,599 > F-tabel = 2,29.
2. Hasil pengujian pada FE. Unsultra adalah : *tangible* ditolak, karena t-hitung = 0,783 < t-tabel = 2,160; *reliability* di tolak, karena t-hitung = 1,690 < t-tabel = 2,160; *responsiveness* diterima, karena t-hitung = 2,163 > t-tabel = 2,160; *assurance* ditolak, karena t-hitung = -0,936 < t-tabel = 2,160; *empathy* diterima, karena t-hitung = 3,169 > t-tabel = 2,160.
   Sedangkan uji F diterima, karena F-hitung = 13,898 > F-tabel = 3,33.
3. Hasil pengujian pada STIE Dharma Barata adalah : *tangible* ditolak, karena t-hitung = 0,897 < t-tabel = 2,074; *reliability* ditolak, karena t-hitung = -2,007 < t-tabel = 2,074; *responsiveness* diterima, karena t-hitung = 2,533 > t-tabel = 2,074; *assurance* ditolak, karena t-hitung = -1,097 < t-tabel = 2,074; *empathy* diterima, karena t-hitung = 2,381 > t-tabel = 2,074.
   Sedangkan uji F diterima, karena F-hitung = 8,147 > F-tabel = 2,74.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata sudah berkualitas dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa yang ditandai oleh kemampuan pimpinan dalam memberikan pelayanan dan menerjemahkan pemahaman terhadap harapan pengguna jasa akan kualitas layanan yang akan diterima kedalam suatu standar kualitas pelayanan dan memenuhi janji yang diberikan kepada pengguna jasa.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis menyarankan kepada pimpinan FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa kualitas jasa yang berdasarkan pada tiap-tiap dimensi *SERVQUAL* yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

ABSRTACT

Hypotesis which raised in this research : " Student perception about quality of service pursuant to tangible dimention, reliability, responsiveness, empathy and assurance have an effect on significant to satisfaction of student in FE. Unhalu, FE. Unsultra and STIE Dharma Barata". FE. Unhalu, FE. Unsultra and STIE Dharma Barata require to perform a evaluation by continuously to service which have been passed to service user for the repair of performance hereinafter.

In its implementation, do not closed possibility the happening of un satisflying from service user perseption. Measurement of is quality of service by company/service organizer institute can be done conducted by using Likert scale which manual at servqual dimention raised by Parasuraman, et al., (1998), that is tangible, dimension, reliability, responsiveness, empathy and assurance.

Taken away from by sample is student (FE. Unhalu, FE. Unsultra and STIE Dharma Barata) which have sai in memester four to the (1998/1999, 1999/2000, 2000/2001) as collage service user.

Data obtained from result of questioner and done conducted by examination, overall of valid questioner and realible. This research data is analysed with statistical and descriptive statistical analysis technique of inferensial (by using double linear regression).

From result of research can be concluded that : FE. Unhalu, FE. Unsultra and STIE Dharma Barata have with quality in giving service to service user marked by ability of head in giving service and translate the understanding of to service user expectation will the quality of service to be accepted into an standart of is quality of service and full fill promise passed to service user.

Pursuant to result of the research, writer suggest to FE. Unhalu, FE. Unsultra and STIE Dharma Barata for service student quality pursuant is the servqual dimention is tangible, reliability, responsiveness, empathy and assurance.

Keywords : Customer client expectation to quality, customer client perseption to the quality; SERVQUAL , tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy; higher education.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL LUAR	**i**
SAMPUL DALAM	**ii**
PRASYARAT GELAR	**iii**
LEMBAR PENGESAHAN	**iv**
PENETAPAN PANITIA PENGUJI	**v**
UCAPAN TERIMA KASIH	**vi**
RINGKASAN	**viii**
ABSTRACT	**x**
DAFTAR ISI	**xi**
DAFTAR GAMBAR	**xiv**
DAFTAR TABEL	**xv**
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.1.1. A. Parasuraman, V.A. Zeithalm, L.L. Berry	12
2.1.2. Halstead, Hartman, Scmidt	13
2.1.3. Syihabuddin	14
2.1.4. Wakhid Slamet Ciptono	16
2.1.5. Sherly Hesti Erawati	18
2.2. Landasan Teori	19
2.2.1. Definisi Kualitas	19
2.2.2. Definisi Dan Karakteristik Jasa	22
2.2.3. Konsep Kualitas Jasa	25
2.2.4. Definisi Kualitas Jasa	26
2.2.5. Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa	29
2.2.6. Harapan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa	30
2.2.7. Kepuasan Pelanggan	34
BAB III. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
3.1. Kerangka Konseptual Penelitian	38
3.2. Hipotesis	39
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1. Identifikasi Penelitian	40
4.2. Identifikasi Variabel	40
4.3. Definisi Operasional Variabel	41
4.4. Populasi Dan Sampel	44

4.4.1. Populasi/Populasi sasaran 44
4.4.2. Penarikan Dan Jumlah Sampel 45
4.5. Jenis Dan Sumber Data 48
4.6. Teknik Pengumpulan Data 49
4.7. Uji Validitas Dan Reliabilitas 49
4.7.1. Uji Validitas 49
4.7.2. Uji Reliabilitas 49
4.8. Teknis Analisis 50
4.8.1. Statistik Deskripsi 50
4.8.2. statistik Inferensial 50
BAB V. HASIL ANALISIS PENELITIAN
5.1. Proses Penelitian 52
5.1.1. Proses Penyebaran Kuesioner Kepada Mahasiswa 52
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument 53
5.2.1. Hasil Uji Validitas Instrument 54
5.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrument 55
5.3. Deskripsi Hasil Kuesioner tentang Kepuasan Mahasiswa FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma barata 56
5.4. Gambaran hasil Penelitian 60
5.4.1. Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Layanan 60
5.4.2. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Tangible FE. Unhalu 63
5.4.3. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Reliability FE. Unhalu 64
5.4.4. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Resposiveness FE. Unhalu 66
5.4.5. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Assurance FE. Unhalu 68
5.4.6. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Empathy FE. Unhalu 69
5.4.7. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Tangible FE. Unsultra 71
5.4.8. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Reliability FE. Unsultra 73
5.4.9. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Resposiveness FE. Unsultra 75
5.4.10. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Assurance FE. Unsultra 76
5.4.11. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Empathy FE. Unsultra 78
5.4.12. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Tangible STIE Dharma Barata 79

5.4.13. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi ReliabilitySTIE Dharma Barata 81
5.4.14. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Responsiveness STIE Dharma Barata 83
5.4.15. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Assurance STIE Dharma Barata 85
5.4.16. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Empathy STIE Dharma Barata 86
5.5. Kepuasan Mahasiswa 88
5.5.1. Kepuasan Mahasiswa Pada FE. Unhalu 88
5.5.2. Kepuasan Mahasiswa Pada FE. Unsultra 89
5.5.3. Kepuasan Mahasiswa Pada STIE Dharma Barata 90
5.5.4. Analisis Penelitian 91
BAB VI. PEMBAHASAN
6.1. Hasil Analisis Kualitas Layanan Pada FE. Unhalu 98
6.2. Hasil Analisis Kualitas Layanan Pada FE. Unsiltra 102
6.3. Hasil Analisis Kualitas Layanan Pada STIE Dharma Barata 105
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN
7.1. Kesimpulan 111
7.2. Saran 113
DAFTAR PUSTAKA 116
LAMPIRAN 119

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1.	Model Konseptual Harapan Pelanggan Terhadap Jasa	34
Gambar 3.1.	Model konseptual	38

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1.	Populasi Sasaran mahasiswa FE. Unhalu, Unsultra dan STIE	45
Tabel 4.2.	Jumlah Alokasi sampel Minimal Berdasarkan Angkatan-Jurusan	47
Tabel 5.1..	Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrument Kepuasan Mahasiswa	54
Tabel 5.2.	Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kepuasan Mahasiswa	55
Tabel 5.3.	Frekwensi Distribusi Pada STIE Dharma Barata	57
Tabel 5.4.	Frekwensi Distribusi Pada FE. Unsultra	58
Tabel 5.5.	Frekwensi Distribusi Pada FE. Unhalu	59
Tabel 5.6.	Perhitungan Skor Rata-rata Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Unhalu	60
Tabel 5.7.	Perhitungan Skor Rata-rata Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Unsultra	61
Tabel 5.8.	Perhitungan Skor Rata-rata Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE Dharma Barata	62
Tabel 5.9.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Tangible Pada FE. Unhalu	64
Tabel 5.10.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Reliability Pada FE. Unhalu	66
Tabel 5.11.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Resposiveness Pada FE. Unhalu	68
Tabel 5.12.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Assurance Pada FE. Unhalu	69
Tabel 5.13	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Empathy Pada FE. Unhalu	71
Tabel 5.14.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Tangible Pada FE. Unsultra	72
Tabel 5.15.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Reliability Pada FE. Unsultra	74
Tabel 5.16.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Responsiveness Pada FE. Unsultra	76
Tabel 5.17.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Assurance Pada FE. Unsultra	78
Tabel 5.18.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Empathy Pada FE. Unsultra	79
Tabel 5.19.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Tangible Pada STIE Dharma Barata	81

Tabel 5.20.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi reliability Pada STIE Dharma Barata	83
Tabel 5.21.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Responsiveness Pada STIE Dharma Barata	85
Tabel 5.22.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Assurance Pada STIE Dharma Barata	85
Tabel 5.23.	Skor Rata-rata Kualitas Layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Empathy Pada STIE Dharma Barata	88
Tabel 5.24.	Distribusi Frekwensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa Pada FE. Unhalu	89
Tabel 5.25.	Distribusi Frekwensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa Pada FE. Unsultra	90
Tabel 5.26.	Distribusi Frekwensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa Pada STIE Dharma Barata	91

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri jasa mencatat perkembangan yang menakjubkan, sehingga muncullah banyaknya peluang bisnis dan kesempatan kerja yang muncul di sektor ini. Sebagai gambaran pekerjaan dalam sektor jasa di negara maju seperti Amerika Serikat mencapai 75 – 77 % dari total lapangan kerja dan 70 % dari Pendapatan Nasional Bruto (Kotler, 1997). Pada awal dekade abab ke 21, sektor ini diharapkan bakal menyediakan 90 % dari keseluruhan lapangan kerja baru (Dessler, 1995). Hankoff (1994) bahkan berani memprediksikan bahwa semua lapangan kerja baru yang tercipta di Amerika Serikat pada tahun 2005 berasal dari sektor jasa. Sedangkan di Jepang dan Eropa tenaga kerja yang bekerja di sektor ini masing-masing 75 dan 72 % (Diana dan Tjiptono, 1998).

Di Indonesia sektor jasa juga mengalami peningkatan yang pesat. Jika jasa diartikan sebagai seluruh kegiatan ekonomi dimana hasilnya bukan produk fisik, maka kontribusi jasa di Indonesia sangat dominan. Distribusi prosentase PDB menurut lapangan usaha menunjukkan kontribusi sektor jasa mendekati 50 % (Sancaya, 1997).

Seiring dengan berakhirnya abad ke 20, negara-negara di kawasan Asia termasuk Indonesia dilanda krisis ekonomi dan moneter yang cukup berat, bahkan di Indonesia krisis ekonomi dan moneter meluas menjadi krisis multidimensi seperti; krisis politik, sosial dan budaya. Selain itu, Indonesia pada milenium ketiga ini juga sedang

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

menuju proses transisi kearah terbentuknya "masyarakat madani" yang lebih demokratis, dan menjunjung tinggi hak asasi manusia. Penerapan nilai-nilai universal yang diakui masyarakat internasional merupakan salah satu prasyarat untuk dapat bersaing dalam komunitas dunia yang makin mengglobal.

Berbagai krisis yang terjadi ini menyebabkan semakin menipisnya kepercayaan masyarakat, baik terhadap lembaga-lembaga formal, pemerintah maupun antar kelompok masyarakat itu sendiri. Oleh karenanya proses transisi menuju masyarakat madani yang lebih demokratis ini memerlukan mitra terpercaya, yaitu perguruan tinggi yang diharapkan mampu berperan sebagai kekuatan moral *(moral force)*. Oleh karena itu, perguruan tinggi yang berkualitas merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam mengembangkan peran tersebut.

Sebagai perwujudan dari proses pemberdayaan perguruan Tinggi, melalui Peraturan pemerintah (PP) Nomor 61 tahun 1999 tentang penetapan perguruan tinggi sebagai badan hukum, pemerintah membuka kemungkinan secara selektif kepada perguruan tinggi negeri (PTN) yang dinilai memiliki kemampuan kemandirian dan otonomi guna menyiapkan usulan perubahan status hukum tersebut.

Dari fenomena yang berkembang diatas, maka perguruan tinggi di masa mendatang diharapkan memiliki otonomi serta kemampuan penyelenggaraan yang disertai dengan akuntabilitas yang lebih besar kepada masyarakat *(stakeholders)*, yang ruang lingkupnya adalah (1). Hak mahasiswa untuk belajar dan hak dosen untuk mengajar, sesuai dengan minatnya masing-masing; hak untuk menetapkan prioritasnya sendiri dan melakukan penelitian ke arah manapun tujuannya dengan

mempertimbangkan kepentingan masyarakat sebagai stakeholdernya; toleransi terhadap perbedaan pendapat sebagai upaya pencarian kebenaran ilmu pengetahuan dan bebas dari campur tangan politik, (2). Sebagai institusi politik, melalui penelitian dan pendidikan, perguruan tinggi berkewajiban untuk mengembangkan kebebasan dasar dan keahlian, kemanusiaan dan solidaritas serta berkewajiban untuk saling menopang, baik secara materi maupun secara moral dalam konteks nasional dan internasional; berkewajiban untuk menyebarluaskan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni; menghindari hegemoni intelektual, serta memiliki hak dan tanggung jawab untuk memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki secara mandiri untuk mendukung kegiatannya.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi harus mengutamakan kepentingan stakeholder yang secara internal adalah mahasiswa dan secara eksternal adalah publik. Secara internal, penyelenggaraan pendidikan tinggi harus mengacu pada kualitas belajar- mengajar kepada mahasiswa sebagai wahana penyebaran ilmu pngetahuan, teknologi dan seni, sedangkan secara eksternal penyelenggaraan perguruan tinggi diharapkan mampu memenuhi harapan publik *(stakeholders)*. Untuk itu menurut Saidi (2001) ada tiga hal penting yang perlu dicermati dalam penyelenggaraan pendidikan Tinggi adalah kualitas, akuntabilitas dan sustainable.

Sebagai kekuatan moral *(moral force)*, pencapaian kualitas yang tinggi menjadi sangat penting bagi perguruan tinggi. Definisi kualitas ini mencakup pelaksanaan norma akademik dan nilai-nilai yang berlaku pada perguruan tinggi yang

bersangkutan, yang harus menjamin bahwa kepentingan kualitas tidak dikorbankan karena pertimbangan seperti keuangan; politik dan keuntungan ekonomis lainnya. Tidaklah mudah mengukur kualitas pendidikan, karena menyangkut pandangan pihak yang menghasilkan dan pihak yang menggunakan hasil pendidikan, keduanya perlu sepakat atas ukuran-ukuran yang digunakan untuk menetapkan kualitas (Soehendro, 1996). Secara umum, kualitas juga mencakup relevansi yang tercermin dalam visi, tujuan, dan program yang direncanakan, sehingga kualitas pendidikan tinggi harus dipandang dari segi mutu lulusan dengan seperangkat kemampuannya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam berbagai bidang kehidupan (Brodjonegoro, 1989).

Perguruan tinggi yang senantiasa berinteraksi dengan lingkungannya, membawa konsekuensi logis bahwa nilai, norma dan berbagai ketentuan yang mengatur komunitas sekelilingnya harus menjadi acuan dalam manajemen penyelenggaraannya. Oleh karenanya, otonomi yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi harus tidak terpisahkan dengan akuntabilitas. Prestasi yang diperoleh atas penggunaan sumberdaya yang dimiliki perguruan tinggi dengan mempertimbangkan relevansi, efektivitas, kelayakan biaya, dan upaya yang terus menerus yang dimaksud sebagai proses *continous improvement* yang merupakan bagian penting dari akuntabilitas.

Akhirnya penyelenggaraan perguruan tinggi harus pula mempunyai tujuan bekelanjutan *(sustainable)*. Sustainability tidaklah hanya didasarkan pada kondisi finansial, tetapi juga kepemimpinan. Oleh karenanya, kemampuan mempertahankan

kualitas yang dipersyaratkan oleh *stakeholder-nya*, *adaptabilities* dan *responsiveness* terhadap perubahan lingkungan merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan *sustainability* perguruan tinggi di era persaingan yang makin kompetitif.

Sebagai langkah menghadapi persaingan yang ketat ini, setiap perguruan tinggi diharapkan selalu dikembangkan berdasarkan prinsip kualitas yang berkelanjutan (Soehendro, 1996).

Upaya peningkatan kualitas dan relevansi pendidikan tinggi dapat dilakukan melalui beberapa komponen yaitu : (1). Standar akademik, yang meliputi tingkat kesesuaian mata kuliah dengan kemampuan yang diharapkan, kemutakhiran dan relevansi kurikulum serta tujuan pencapaiannya. (2). Kualitas proses pembelajaran yang meliputi kualitas dan motivasi staf pengajar, efektifitas proses belajar-mengajar, manajemen perkuliahan, kemampuan perkuliahan dalam membentuk kemampuan mahasiswa dalam hal pengetahuan, pengertian dan kompetensi. (3). Kualitas dukungan oleh infrastruktur administrasi terhadap kelancaran kegiatan akademik (4). Kualitas keberhasilan peserta didik selama menempuh pendidikan. (5). Relevansi kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat dengan kualitas perkuliahan yang diberikan. (6). Kualitas sumberdaya pendukung (materi dan fisik untuk efektivitas proses pembelajaran). (Brodjonegoro, 1998).

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka pengukuran keberhasilan suatu perguruan tinggi lebih banyak ditentukan oleh penilaian/persepsi mahasiswa tentang kualitas pendidikan yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi dengan segala unsur

yang ada dalam lingkungan internalnya dan unsur yang berada diluar lembaga saling berinteraksi dan mempengaruhi keberhasilan penyelenggaraan pendidikan tinggi. Menurut Kotler (1997 :11) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berasal dari pihak penyedia, melainkan dari sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsikan dan menikmati jasa sehingga merekalah yang seharusnya menilai kualitas, manfaat dan jasa yang mereka ekspresikan dengan rasa tidak puas, puas dan sangat puas.

Pada dasarnya, penilaian pelanggan atas kualitas ditentukan oleh dua hal pokok yaitu; harapan pelanggan terhadap kualitas *(expected quality)* dan persepsi pelanggan atas kualitas *(perceived quality)*. Menurut Tjiptono (1999), sebagai salah satu bentuk kualitas yang melibatkan tingkat interaksi yang tinggi antara penyedia dan pemakai terdapat lima dimensi pokok yang menentukan kualitas perguruan tinggi adalah :

1. Keandalan *(Reliability)*; kemampuan perguruan tinggi memberikan kualitas yang dijanjikan dengan segera/tepat waktu, akurat dan memuaskan. Termasuk dalam kategori ini diantaranya adalah penawaran mata kuliah yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan (misalnya tuntutan keterampilan, profesi dan dunia kerja); jadwal perkuliahan dan ujian yang akurat; proses perkuliahan yang berlangsung lancar; penilaian yang fair dalam perkuliahan; akurasi dalam perhitungan indeks (IP); bimbingan Kartu Rencana Studi (KRS) yang lancar dan tepat; kepastian studi lanjut dosen yang terencana dan terlaksana dengan baik; dana penelitian

dosen; kegiatan mahasiswa; maupuan aktivitas lainnya dapat turut tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan dan lain-lain.

2. Daya tanggap *(Resposiveness);* kemauan para staf perguruan tinggi untuk membantu para pelanggan memberikan kualitas dengan tanggap. Membiarkan pelanggan menunggu untuk alasan yang tidak jelas bisa menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas. Dengan demikian Rektor, Pembantu Rektor, Dekan, Pembantu Dekan, Ketua Jurusan dan para pejabat struktural lainnya harus mudah ditemui; dosen juga harus gampang ditemui mahasiswa untuk keperluan konsultasi; proses belajar mengajar hendaknya diupayakan agar interaktif dan memungkinkan para mahasiswa mengembangkan seluruh kapasitas, kreatifitas dan kapabilitasnya; fasilitas yang ada (perpustakaan, komputer, lab, ruang olahraga dan lain-lain) harus mudah diakses oleh setiap insane kampus; prosedur administrasi penerimaan mahasiswa baru dan pendaftaran ulang harus sedrhana, tidak birokrasi atau berbelit-belit dan lain-lain. Dalam hal terjadi *service Fallure,* kemampuan untuk melakukan perbaikan secara cepat dan professional bisa menciptakan persepsi kualitas yang sangat positif.
3. Jaminan *(Assurance);* pengetahuan, kompentensi, kesopanan dan respek terhadap pelanggan serta sifat percaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya dan resiko. Dalam hal ini, seluruh jajaran (dosen, asisten dosen, karyawan) harus benar-benar kompeten di bidangnya; reputasi perguruan tinggi yang positif di mata masyarakat; sikap dan perilaku seluruh jajaran mencerminkan profesionalisme dan kesopanan.

4. Bukti langsung *(Tangible);* kemampuan perguruan tinggi untuk memberikan fasilitas-fasilitas, perlengkapan, karyawan/dosen, dan sarana komunikasi. Setiap fasilitas kampus, fasilitas komputer, fasilitas perpustakaan, ruang kuliah, ruang dosen, ruang seminar, media perkuliahan, kantin, tempat parkir, toko buku, jurnal ilmiah fakultas/universitas, sarana ibadah, fasilitas olahraga laboratorium, penampilan dan busana staf.
5. Empati *(Empathy);* kemampuan perguruan tinggi memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan baik, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami para pelanggan. Misalnya, dosen mengenal nama para mahasiswa yang menempuh mata kuliah yang diajarkan; dosen pembimbing/penasehat akademik benar-benar berperan sesuai fungsinya; setiap dosen bisa dihubungi dengan mudah, baik diruang kerja, via telepon maupun e-mail dan sebagainya.

Urutan kelima dimensi di atas, didasarkan pada derajat kepentingan relatifnya di mata pelanggan (mahasiswa). Dimensi-dimensi ini digunakan pelanggan (mahasiswa) untuk menilai kualitas pendidikan yang didasarkan pada perbandingan antara pendidikan yang diharapkan dengan pendidikan yang dipersepsikan.

Karenanya, perguruan tinggi harus meningkatkan kinerjanya dalam setiap dimensi dan tidak melakukan *overpromise* dalam penyampaian informasi kepada para calon mahasiswa, orang tua mahasiswa, sehingga menimbulkan harapan yang muluk-muluk/tidak realistis dan sulit diwujudkan. Perbaikan secara terus menerus (berkesinambungan) atas dimensi-dimensi kualitas tersebut, berdasarkan perkembangan atas kebutuhan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan

pelanggan (mahasiswa). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Zeithaml et al. (1990) bahwa perbaikan terhadap tingkat kualitas akan meningkatkan perilaku yang menguntungkan *(favorable behavior)* dan menurunkan perilaku yang tidak menguntungkan *(unfavorable behavior)*.

Akhirnya, upaya mengidentifikasi kebutuhan dunia kerja sebagai pengguna lulusan serta kebutuhan internal mahasiswa, dosen dan karyawan sangat memberikan andil bagi kualitas perguruan tinggi dalam melakukan *continous improvement* guna mencapai kualitas yang di persyaratkan pelanggan, yakni secara internal proses penyelenggaraan pendidikan tinggi diharapkan mampu memuaskan mahasiswa, dosen dan karyawan yang secara external akan memberikan dampak pula dalam memuaskan pengguna lulusan (dunia usaha) dengan diperolehnya tenaga kerja yang handal. *SERVQUAL* merupakan model yang dapat digunakan untuk memahami kebutuhan pelanggan *(costumer needs)* yang selanjutnya dapat digunakan untuk memetakan faktor-faktor penting menurut konsumen dalam upaya merancang kebijakan yang dapat memenuhi kualitas yang diharapkan.

Dari sekian banyak Perguruan tinggi yang ada di kota kendari tersebut terdapat 3 Perguruan Tinggi yang memenuhi syarat kualitas dan yang menyelenggarakan disiplin ilmu ekonomi. Universitas Haluoleo (Unhalu), Universitas Sulawesi Tenggara (Unsultra) dan STIE Dharma Barata adalah merupakan tiga dari sekian banyak Perguruan Tinggi (PT) di tanah air yang melakukan operasinya di Kota kendari. Ditengah persaingan yang semakin ketat dengan munculnya PT baru, Unhalu, Unsultra Dan STIE Dharma Barata mampu bertahan dan bahkan

menunjukkan perkembangan. Hal ini di karenakan perkembangan penerimaan mahasiswa yang semakin meningkat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata sebagai lembaga pendidikan tinggi masih mendapatkan kepercayaan masyarakat Sulawesi Tenggara pada umumnya dan masyarakat kota Kendari pada khususnya. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan citra (*image*) yang baik dari pengguna jasa terhadap Perguruan Tinggi. Kepercayaan merupakan citra yang baik bagi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata yang boleh jadi terbentuk/terbangun dari kepuasan pelanggan/mahasiswa atas jasa pendidikan yang diterimanya yang pada gilirannya memberi informasi positif kepada pelanggan dan calon mahasiswa.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti berkeinginan untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh persepsi tentang kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa pada Perguruan Tinggi di kota Kendari, dalam hal ini pengkajian akan dilakukan pada Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan disiplin ilmu ekonomi, yaitu Universitas Haluoleo (UNHALU), Universitas Sulawesi Tenggara (UNSULTRA), dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Barata (STIE Dharma Barata).

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Apakah persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan berdasarkan dimensi *Tangibles, Reliability, Resposiveness, Assurance* dan *Empathy* berpengaruh

terhadap kepuasan mahasiswa di FE. UNHALU, FE. UNSULTRA dan STIE DHARMA BARATA.

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan berdasarkan dimensi *Tangibles, Reliability, responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan mahasiswa FE. UNHALU, FE. UNSULTRA dan STIE DHARMA BARATA.

1.4. Manfaat Penelitian.

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak, khususnya pihak manajemen perguruan tinggi dan para akademisi.

1. Bagi perguruan tinggi, menjadi sumber informasi dan referensi dalam pengambilan kebijakan khususnya yang berkaitan dengan kualitas perguruan tinggi terhadap mahasiswanya, dosen, dan para staf administrasi.
2. Bagi pengguna lulusan, membantu mengkomunikasikan kebutuhan dunia kerja atas kualifikasi lulusan yang dibutuhkan dengan pengelola perguruan tinggi dalam menciptakan link and match.
3. Bagi akademisi, dapat menjadi khasanah pemikiran guna penelitian ini lebih lanjut khususnya penelitian yang berkaitan dengan kualitas perguruan tinggi.
4. Bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengkaji bidang yang sama dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

2.1.1. A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, L.L. Berry

Pada riset eksplorasi yang dilakukan oleh Parasuraman, *et al* (1985), dipaparkan kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya dengan mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif pelanggan pada jasa pelayanan dan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima. Penelitian dilakukan dengan empat industri jasa, yaitu *retail banking, credit card, securities brokerage,* dan *product repair and maintenance.* Pada penelitian tersebut berhasil diidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu : *reliability, responsiveness, competence, access, courtsey, communication, credibility, security, understanding (knowing the customer),* dan *tangibles.*

Pada penelitian selanjutnya Parasuraman, *et al* (1998) merangkum kesepuluh dimensi kualitas jasa menjadi hanya lima dimensi pokok, yaitu dimensi *tangibles, resposiveness, assurance* dan *empathy.* Dimana dimensi *competence, courtsey, credibility, security,* disatukan menjadi dimensi *assurance,* dan dimensi *access, courtsey, communication, understanding (knowing the customer)* disatukan menjadi dimensi *empathy.*

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan *(tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy)* yang

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

diajukan oleh Parasuraman, *et al* (1988). Perbedaannya adalah bahwa penelitian oleh Parasuraman *et al* dilakukan pada *retail banking, credit cart, securities brokerage,* dan *product repair and maintenance,* sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan penulis, penelitian dilakukan pada perguruan tinggi dalam hal ini perguruan tinggi negeri dan swasta.

2.1.2. Halstead, Hartman, Schmidt (1994).

Riset yang dilakukan oleh Halstead, e, al (1994) pada perguruan tinggi ditujukan untuk meneliti proses pembentukan kepuasan. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah : (1). Kemauan individu untuk membentuk standar pembanding sebelum menerima pelayanan dan, (2). Performance attributes yang berpengaruh terhadap proses pembentukan kepuasan.

Dari hasil penelitian ditemukan dua hal utama yang membuat mahasiswa manjadi puas terhadap program pendidikan tinggi yaitu :

1. Lingkungan intelektual, yang mencerminkan kombinasi dari karakteristik dosen dan mahasiswa , yaitu keikutsertaan mahasiswa dalam organisasi, interaksi dengan dosen, staf administrasi, dan mahasiswa lainnya, serta kefektifan pengajaran terbukti dapat memprediksi kepuasan mahasiswa terhadap universitanya.
2. Persiapan dalam memasuki pasar kerja

   Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh alumni dari sekolah bisnis yang terkemukah di Amerika Serikat bagian Timur. Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa penggunaan *overall*

performance dan *discomfirmation construct* dalam pembentukan kepuasan menyebabkan pemahaman yang tidak lengkap dalam proses pembentukan kepuasan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada seluruh alumni dari sekolah bisnis yang terkemuka di Amerika bagian Timur. Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa penggunaan *overall performance* dan *disconfirmation construct* dalam pembentukan kepuasan menyebabkan pemahaman yang tidak lengkap dalam proses pembentukan kepuasan.

Persamaan penelitian Halstead, *et al* (1994) dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama meneliti kualitas layanan pada lembaga pendidikan. Perbedaan antara penelitian oleh Halstead, *et al* (1994) dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah menekankan pada kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa.

2.1.3. Syihabuddin (1999).

Syihabuddin (1999) mengangkat judul tesis " Beberapa faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Jasa Perguruan Tinggi : Studi kasus pada Perguruan Tinggi " X " di Gresik.

Tujuan penelitian Syihabuddin (1999) adalah untuk mengetahui pelayanan dimensi kualitas jasa, yang meliputi Faktor fisik nyata *(Tangibles)*, keandalan *(Reability)*, daya tanggap *(Resvonsiveness)*, jaminan *(Assurance)*, dan empati *(Emphaty)* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam mempersepsikan kualitas

pelayanan jasa perguruan tinggi. Jumlah sampel 2000 mahasiswa yang diambil dengan metode cluster random sampling.

Hipotesis yang diajukan adalah :

1. Diduga bahwa faktor-faktor fisik nyata *(Tangibles)*, keandalan *(Reliability)*, daya tanggap *(Responsiveness)*, jaminan *(Assurance)*, dan empati *(Emphaty)* secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam mempersepsikan kualitas layanan jasa perguruan tinggi " X " di Gresik.
2. Diduga bahwa faktor *Tangibles*, memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam mempersepsikan kualitas layanan jasa pendidikan di perguruan tinggi " X " di Gresik.

(full regression)

$Y = 4{,}2531 - 0{,}2599X1 - 0{,}2604X2 - 0{,}2325X3 - 0{,}314X4 - 0{,}0736X5$

Atau

(Stepwise regression)

$Y = 4{,}2457 - 0{,}2548X1 - 0{,}2757X2 - 0{,}238X3 - 0{,}321X4$

Dengan menggunakan uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 11,599 *(full regression)* dan 14,353 *(Stepwise regression)* keduanya masih lebih besar daripada nilai F table pada $\alpha = 5\%$ sebesar 2,21. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor fisik nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan tingkat kepuasan nahasiswa, dengan kontribusi sebesar 23 %. Hal ini berarti hipotesisi pertama diterima.

Dengan *full regression,* dari kelima faktor tersebut hanya ada tiga faktor yang secara parsial pengaruhya signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa, yaitu : fisik nyata, daya tanggap dan jaminan, dengan menempatkan faktor fisik nyata yang paling signifikan (hipotesis kedua diterima). Stepwise regression membuktikan adanya empat faktor yang disignifikan yaitu fisik nyata, keandalan, daya tangap dan jaminan dengan menempatkan faktor jaminan sebagai faktor yang paling signifikan pengaruhnya (hipotesis kedua tidak diterima).

Dengan *full regression,* dari kelima faktor tersebut hanya ada tiga faktor yang secara parsial pengaruhnya signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa, yaitu fisik nyata, daya tanggap dan jaminan, dengan menempatkan faktor fisik nyata yang paling signifikan (hipotesiskedua diterima). *Stepwise regression* membuktikan adanya empat faktor yang signifikan, yaitu fisik nyata, keandalan, data tanggap, dan jaminan dengan menempatkan faktor jaminan sebagai faktor yang paling signifikan pengaruhnya (hipotesis kedua diterima).

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sihabuddin (1999) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan dimensi kualitas jasa yang diajukan oleh parasuraman, et al (1988) untuk menilai pelayanan perguruan tinggi, sedangkan perbedaannya adalah lokasi dan PTN dan PTS.

2.1.4. Wakhid Slamet Ciptono (1999).

Penelitiannya berjudul "Kajian Sertifikat ISO 9001/9002 untuk Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta", bertujuan untuk menentukan sistem manajemen mutu yang memenuhi standar-standar

kurikulum yang akan membuat perguruan tinggi memiliki *core competence* yang membuatnya tetap eksis dalam peningkatan kualitas pendidikan bagi konsumen terbesarnya yaitu mahasiswa yang menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi.

Instrumen yang dipakai untuk mengkaji adalah Analisis *Gap SERVQUAL*, *Fishbone Chart dan Quality Function Deployment*. Analisis *Gap SERVQUAL* meneliti lima *gap* yang ada di fakultas ekonomi, yaitu *gap* harapan mahasiswa dan persepsi manajemen FE. UGM, *gap* persepsi FE. UGM dan mahasiswa atas kualitas, *gap* antara standar kualitas pelayanan FE. UGM, *gap* kualitas yang diberikan FE. UGM dengan yang dijanjikan, dan *gap* kualitas yang diharapkan dengan yang diterima. *Fishbone Chart* meneliti pada kualitas elemen-elemen pembentuk kualitas di FE. UGM. QFD mengidentifikasi dan mengevaluasi kebutuhan-kebutuhan konsumen, kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis produk dan menetapkan nilai target untuk kebutuhan teknik produk (*Product Requirement*).

Hasil dari penelitian ini adalah masih diperlukan perbaikan dan peningkatan sepuluh kebutuhan primer mahasiswa, *develop internal and external communication*, perbaikan dan peningkatan sumber daya manusia FE. UGM, peningkatan mutu aspek teknis dalam proses belajar-mengajar dan meningkatkan hubungan dengan institusi pendidikan dalam dan luar negeri.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pada masalah kualitas di lembaga pendidikan tinggi, sedangkan perbedaannya adalah lokasi dan alat analisisnya tidak menggunakan analisis *Gap Servqual* dan *Fishbone Charct*

2.1.5. Sherly Hesti Erawati (1999).

Erawati (1999) mengangkat judul tesis " analisis persepsi konsumen terhadap perguruan tinggi swasta di kodya Malang : Kajian tentang penempatan posisi persaingan PTS Bidang Ilmu Ekonomi ".

Tujuan penelitian Erawati (1999) adalah : (1). Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap PTS sehingga dapat diketahui posisi pasar dan kelompok posisinya, (2). Untuk mengetahui pesaing utama pada tiap kelompok, dan (3). Mengetahui kelompok PTS yang paling diminati oleh konsumen.

Variabel penelitian terdiri dari 10 variabel, yaitu : produk, biaya pendidikan, lokasi, promosi, personal traits/civitas akademik, proses belajar mengajar, lingkungan fisik, kemampuan seleksi, kemampuan memahami dan kemampuan mengingat.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa PTS (Universitas Merdeka, Universitas Gajayana, Universitas Widyagama, Universitas Wisnuwardana, STIE Malangkucecwara, STIEKN Jayanegara, dan STIE Indonesia). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, proportional sampling dan stratified random sampling. Jumlah sampel sebanyak 105 responden.

Metode analisa yang digunakan terdiri dari : analisa diskriptif, analisa multidimentional scaling, analisis cluster, dan analisis vector.

Hasil penelitian oleh Erawati (1999) menunjukkan bahwa :

1. Terdapat perbedaan persepsi konsomen terhadap PTS sehingga dapat terbentuk peta posisi, yang menunjukkan bahwa masing-masing PTS memiliki posisi persaingan sendiri-sendiri.

2. Segmentasi PTS terbagi dalam dua segmen besar : Segmen pertama ditempati oleh PTS kelompok kecil dan menengah, sedangkan segmen kedua ditempati oleh PTS kelompok besar.
3. Tingkat prefensi/nilai kesukaan konsumen ditujukan kepada PTS kelompok besar.
4. Penilaian konsumen diprioritaskan pada proses belajar mengajar, kualitas produk dan lingkungan fisiknya dan ketiga atribut ini lebih besar peluangnya bias dipenuhi oleh PTS kelompok besar.

Persamaan penelitian Erawati (1999) dengan penelitian ini adalah dilakukan di PTS yang menyelenggarakan bidang ilmu ekonomi. Sedangkan perbedaannya diukur dengan dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) oleh parasuraman et al (1998).

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Definisi Kualitas

Terdapat berbagai definisi tentang kualitas, namun hal yang paling penting adalah semua gagasan terbaru sepakat bahwa kualitas ditentukan oleh pelanggan. Deming menyebut kualitas sebagai " perbaikan berkesinambungan *(continous improvement)*, Juran lebih banyak menitikberatkan pada " cocok dengan penggunaan *(fitness for use)*, Crosby menggunakan fase " kesesuaian dengan persyaratan " dan jones mendefinisikan " *quality is producing a product or service that meets the needs or expectation of the costumer* " (Cortada, 1996). Definisi kualitas juga mengalami perkembangan mulai dari konsep yang transcendent yang mana kualitas hanya dipahami setelah pembuktian obyek yang menunjukkan karakteristiknya hingga definisi yang bersifat *strategy based* yang mana kualitas merupakan suatu

strategi nisnis mendasar dalam rangka memenangkan persaingan melalui pemenuhan sepenuhnya terhadap harapan implicit dan eksplisit dari konsumen internal maupun eksternal (Hermawanto, 2001). Perkembangan ini menunjukkan adanya kecenderungan menuju total quality management yang memfokuskan pada kepuasan pelanggan baik internal maupun eksternal dengan memanfaatkan segenap sumber daya pada semua level organisasi.

Meskipun para ahli telah mendefinisikan kualitas dari berbagai sudut pandang yang berbeda-beda dan tidak ada definisi yang diterima secara universal, namun terdapat berbagai kesamaan yaitu :

-. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
-. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
-. Kualitas mencakup kondisi yang selalu berubah (apa yang dianggap merupakan kualitas saai ini mungkin dianggap kurang berkualitas untuk masa yang akan datang).

Berangkat dari perbedaan perspektif tentang kualitas , Goestsch dan David (Tjiptono, 2001) mendefinisikan kualitas yang lebih luas yaitu " kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas sebagian bagian penting dalam proses strategic memiliki berbagai implikasi seperti :

a. *Company reputation*. Sebuah perusahaan dapat memprediksikan reputasinya dari aspek kualitas sehingga akan memberikan penilaian baik atau buruk.

Kualitas akan nampak dari produk perusahaan, ketrampilan pekerja dan hubungan dengan supplier.

b. *Product Lliability.* Kemampuan perusahaan dalam mendesain suatu produk, prosedur, mengeliminir kegagalan dalam pendistribusian merupakan bagian penting dari aspek kualitas dengan penetapan standar-standar kerja.

c. *Global imlication.* Secara teknologi, kualitas bersifat adalah global. Dalam perkembangan dunia, suatu produk/jasa juga harus menunjukkan kualitas kelas dunia, harga, serta desain yang memadai. (Heizer & Render, 2001).

Garvin (Nasution, 2001) mendefinisikan dlapan dimensi kualitas khususnya yang berkenaan dengan karakteristik produk yaitu :

a. Performance, yang berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli suatu produk.

b. *Features,* merupakan aspek kedua yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.

c. *Reliability,* berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode tertentu dalam kondisi tertentu.

d. *Conformance,* berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

e. *Durability,* ukuran masa pakai suatu produk atau merupakan daya tahan suatu produk saat dipakai oleh pelanggan.

f. *Service ability,* merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kesopanan, kompetensi kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.

g. *Aestetics,* merupakan karakteristik yang menyangkut keindahan yang bersifat subyejtif atau pilihan individual.

h. *Perceived quality,* yaitu berkenaan dengan persepsi pelanggan dalam mengkonsumsi produk, misalnya meningkatkan prestise pengguna. Karakteristik ini biasanya berkaitan dengan brand name dan image.

2.2.2. Definisi dan Karakteristik Jasa.

Zeithaml dan Bitner (2000 : dalam Alma : 2000 : 204), mengartikan jasa sebagai suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Kemudian menurut kotler (2000 : 428) " *a servise ia any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and dose not result in the owneship os anything, its production may or not be tied to a physical product* ". Selanjutnya Mudrick, et al (1990) dalam Yazid (1999 : 2) menyatakan bahwa jasa adalah *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan dan kesehatan) dan dijual atau dikonsumsi pasa saat yang diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan.

Keberagaman jasa menimbulkan kesulitan dalam menggeneralisasikan praktek pemasaran jasa itu sendiri, sehingga diperlukan langkah untuk mengklasifikasikan jasa. Klasifikasi jasa dilakukan berdasarkan pengelompokan

tertentu (Lovelock : 1992 dalam Astuti : 2001 : 32) untuk membantu mengidentifikasi karakteristik jasa, masalah atau peluang pemasaran yang dihadapi.

Penegasan dalam membedakan barang dengan jasa terkadang sulit dilakukan pada produk tertentu. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu. Sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya. Beberapa karakteristik unik dari jasa yang membedakannya dengan barang, (Lamb, et al : 2001 : 483) yaitu :

1. *Intangibility.* Perbedaan dasar antara jasa dan barang adalah jasa tidak terwujud. Jasa tidak tidak dapat dipegang , tidak dapat dilihat, tidak dapat dicicipi, dan tidak dapat didenganr, atau tidak dapat dirasakan sebagaimana yang terjadi pada barang.
2. *Inseparability.* Dalam jasa aktivitas produksi dan konsumsi tidak dapat dipisahkan. *Inseparatibility* berarti bahwa konsumen harus berada selama produksi jasa berlangsung. Berarti juga jasa secara normal tidak diproduksi pasa suatu lokasi yang terpusat dan dikonsumsi pada lokasi yang berbeda, seperti terjadi pada barang. Jasa juga tidak dapat dipisahkan dari perspektif penyedia jasa.
3. *Heterogenity.* Jasa yang ditawarkan cenderung tidak standar dan seragam dibanding barang.
4. *Perishability.* Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Seiring dengan keempat karakteristik di atas, Edward W. Wheatley (dalam Alma : 2001 : 205) membedakan jasa dan barang, yaitu :

MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA

1. Pembelian jasa, sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi
2. Jasa bersifat tidak berwujud, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dan sebagainya.
3. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak.Jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang lama.
4. Barang dapat disimpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan.
5. Ramalan permintaan dalam marketing barang merupakan ,asalah, tidak demikian halnya dengan marketing jasa.
6. Pada masa puncak, ada kemungkinan layanan diberikan oleh produsen sangat minim, misalnya waktunya dipersingkat, agar dapat melayani langganan sebanyak mungkin.
7. Usaha jasa sangat mementingkan unsure manusia.
8. Distribusinya bersifat langsung, dari produsen ke konsumen.

Selanjutnya Zeithaml, et al (ibid : 215) mengelompokkan jasa dalam beberapa kelompok,yaitu :

1. Transportasi termasuk didalamnya kereta api, bus, truk, transportasi iar, udara, pipa.
2. Komunikasi berupa telepon, radio, televisi.
3. Publik utilities berupa lintrik, gas, kebersihan.
4. Perdagangan besar termasuk agen-agen dari produsen.
5. Perdagangan eceran termasuk kedalamnya berbagai bentuk pertokoan
6. Finansial, asuransi, perumahan berupa simpanan pinjaman, bursa efek, perusahaan investasi, usaha pembangunan perumahan.
7. Jasa hotel
8. Personel service
9. Business service
10. Jasa parkir
11. Jasa bengkel
12. Jasa bioskop hiburan dan rekreasi
13. Jasa dibidang kesehatan
14. Jasa dibidang hukum
15. Jasa pendidikan
16. Jasa social/masyarakat
17. Jasa organisasi
18. Jasa yang ditawarkan oleh pemerintah, perizinan, dan sebagainya.

2.2.3. Konsep Kualitas Jasa.

Menurut Payne (2000 : 275) kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan,. Selanjutnya Zeithaml, et al (1990) merumuskan kualitas jasa sebagai perbandingan antara jasa yang diharapkan *(expected service)* dan jasa yang dipersepsikan *(perceived service)*. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk dan pelanggan merasa tidak puas.

Berkenaan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas total suatu jasa, menurut Gronroos (dalam Qomari : 1998 : 15) terdapat dua konsep kualitas pada jasa pelayanan, yaitu kualitas teknik dan kualitas fungsional. Kualitas teknik adalah apa yang konsumen dapatkan, sedangkankualitas fungsional mengacu pada bagaimana konsumen menerima jasa layanan. Jadi secara umum kualitas pelayanan harus duhubungkan dengan harapan-harapan konsumen serta memuaskan kebutuhan dan permintaan konsumen. Kedua konsep kualitas pada jasa pelayanan seperti yang disebut di atas, jika dikaitkan denganjasa pendidikan, maka output jasa pendidikan merupakan penyampaian atau pelayanan itu sendiri, dengan demikian untuk menilai kualitas jasa dapat dilihat dari proses dan sistem pelayanannya.

Parasuraman, et al (1990) mengidentifikasi 4 faktor konseptual yang dapat menjadi penyebab rendahnya kualitas layanan kepada pengguna jasa, yaitu : (1).

Kurangnya komitmen terhadap kualitas layanan, (2). Kurangnya persepsi terhadap feasibilitas, (3). Standarisasi tugas yang tidak tepat, (4). Tidak adanya penetapan tujuan.

2.2.4. Dimensi Kualitas Jasa.

Untuk perusahaan jasa, ada beberapa pakar pemasaran yang merumuskan dimensi atau faktor yang dipergunakan konsumen dalam menilai kualitas, diantaranya rumusan dari Gronroos dan Parasuraman, et al.

Gronroos (dalam Qomari : 1998 : 34-24) mengidentifikasi enam dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan, dimensi-dimensi tersebut adalah :

1. *Professionalism and skill.* Pelanggan menyadari bahwa pemberi jasa, karyawan, system operasi dan sumber daya fisik mempunyai pengetahuan dan keahlian yang diperlukan untuk memecahkan masalah-masalah mereka dengan cara yang professional (criteria yang berhubungan dengan hasil).
2. *Attiuide and behaviour.* Pelanggan merasa bahwa para karyawan memperhatikan mereka dan berkepentingan dalam pemecahan masalah-masalah mereka dengan cara-cara yang spontan dan akrab (criteria berhubungan dengan proses).
3. *Accessibility and flexibility.* Pelanggan merasa bahwa pemberi jasa, lokasi kerja, jam operasi karyawan dan system opersi dirancang dan beroperasi sedemikian rupa, sehingga memudahkan dalam memberi pelayanan dan dengan demikian meraka dipersiapkan untuk menyesuaikan diri terhadap permintaan dan keinginan konsumen secara fleksibel (criteria yang berhubungan dengan proses).

4. *Reliability and trustworthiness.* Pelanggan mengetahui dan menyadari bahwa segala hal yang telah ditetapkan atau djanjikan akan dipenuhi dan dilaksanakan dengan sepenuh hati oleh pemberi jasa, karyawan dan sistemnya (criteria yang berhubungan dengan proses).
5. *Recovery.* Pelanggan menyadari bahwa bila hal-hal yang buruk atau hal-hal yang tidak diramal terjadi, pemberi jasa akan segera dan secara aktif mengambil tindakan untuk bias mengontrol situasi dan mendapatkan pemecahan baru yang dapat diterima (criteria yang berhubungan dengan proses).
6. *Reputation and crediability.* Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberi nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya (criteria yang berhubungan dengan image).

Sedangkan Parasuraman, et al. (1985) mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu :

1. *Reliability,* mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (performace) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability). Hal ini berarti perusahaan memberi jasanya secara tepat semenjak saat pertama (rignt the first time). Selain itu berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness,* yaitu kemauna atau kesiapan para karyawan untuk menberikan jasa yang dibituhkan pelanggan.
3. *Competence,* bahwa setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

4. *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemani.
5. *Coursey*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain).
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi contact personnel, dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu amandari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (physical safety), keamanan finansial (financial security), dan kerahasiaan (confidentiality).
9. *Understanding/knoeing the costomer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bias berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (seperti kartu kredit plastik).

Pada penelitian selanjutnya ke sepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut oleh Parasuraman, et al (1988) dirangkum menjadi hanya lima dimnesi pokok. Dimensi *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security* disatukan menjadi jaminan *(assurance)*, sedangkan dimensi *acces*, *communication*, dan *understanding knowing*

the costumer disatukan menjadi *emphaty*. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. *Tangibles*, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera/tepat waktu, akurat dan memuaskan meliputi fasilitas fisik, perelngkapan dan penampilan personil.
2. *Reliability*, meliputi kemampuan melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten.
3. *Responsiveness*, meliputi kemauan memberikan layanan cepat dan membantu pelanggan.
4. *Assurance*, meliputi pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.
5. *Empathy*, meliputi perhatian individual pada pelanggan, kemudian dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pada penelitian ini untuk menganalisa kualitas digunakan dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, et al (1988).

2.2.5. Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa.

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Persepsimpelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Kotler, 1997 : 11). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Sayangnya, jasa memiliki karakteristik variability, sehingga

kinerjanya acapkali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan asyarat intrinsik dan ekstrinsik. Isyarat intrinsic berkaitan dengan output atau hasil dan penyampaian jasa itu sendiri, sedangkan isyarat ekstrinsik adalah unsure-unsur yang merupakan pelengkap bagi suatu jasa. Sebagai acuan atau pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa.

Menurut Boulding et al. (1993) persepsi dipengaruhi oleh harapn seseorang dari pelayanan, juga pelayanan baru yang dijumpai. Sehingga ada kemungkinan dua konsumen yang mengalami pelayanan yang sama akan memiliki persepsi komulatif yang berbeda dari pelayanan jika mereka memasuki pelayanan tersebut dengan harapan yang berbeda.

2.2.6. Harapan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan telah dicapai kesepakatan bahwa harapan pelanggan memiliki pesana yang sangat penting sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan pelanggan. Olson dan Drover (dalam Boulding et al., 1993) menyatakan bahwa harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Tidak adanya semua informasi, harapan sebelumnya terhadap pelayanan akan secara keseluruhan berdifusi. Namun dalam realitasnya, konsumen memiliki banyak sumber informasi yang menuju pada harapan tentang pelayana yang ditemukan dengan perusahaan tertentu.

Menurut Rust, Zahorik, dan Keiningham (1996 : 231) harapan pelanggan dapar berupa tiga tipe, yaitu :

1. *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas jasa.
2. *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya terjadi jauh lebih tinggi daripada apa yang diperkirakan akan terjadi.
3. *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Hasil penelitian Zeithaml et al., (1993) menunjukkan bahwa terdapat sepuluh faktor utama yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap suatu jasa, yaitu :

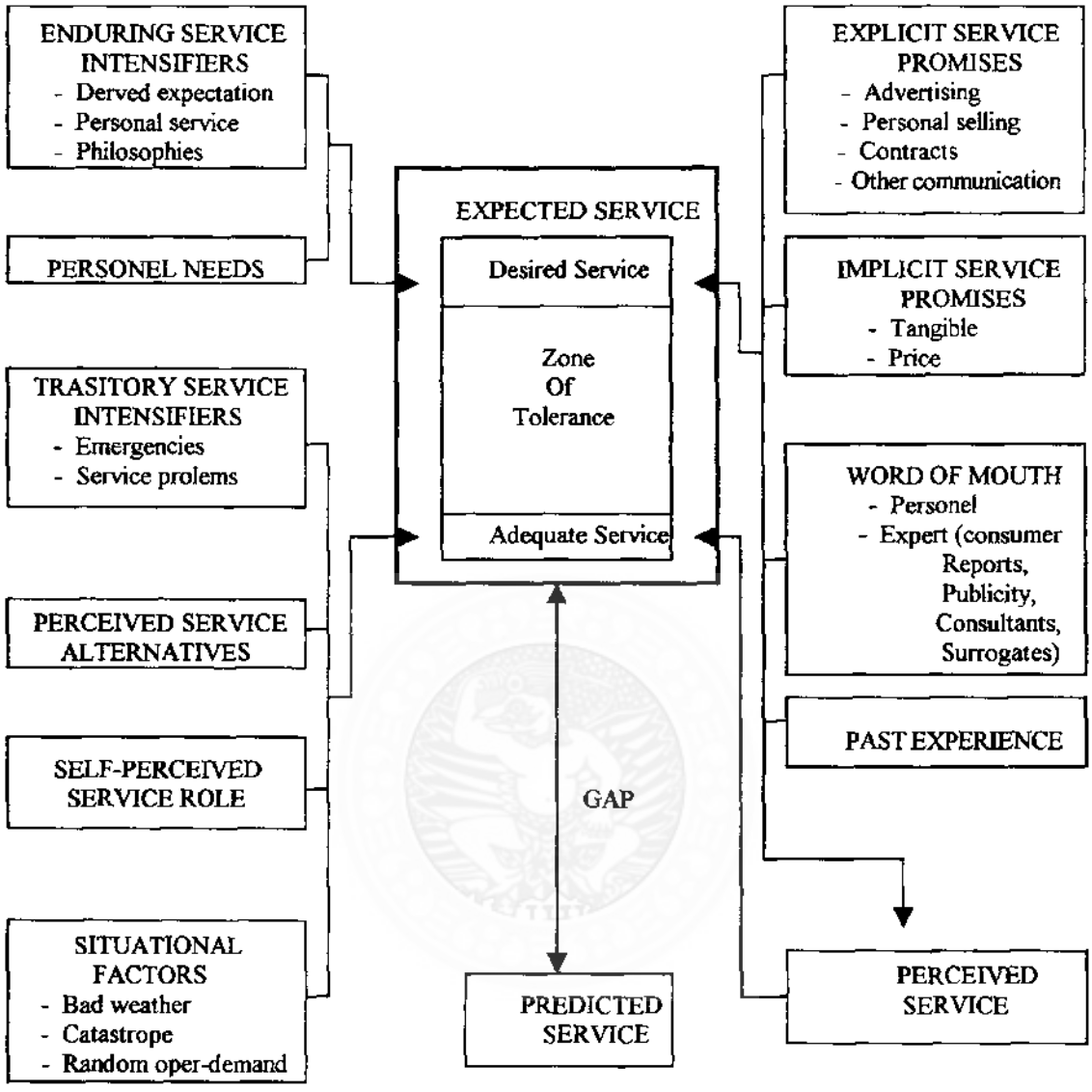
1. *Enduring Service Intensifiers*, merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai jasa.
2. *Personel Need*, yaitu kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi fisik, sosial dan psikologi.
3. *Transitory service Intensifiers*, merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas pelanggan terhadap jasa, yang meliputi situasi darurat dan jasa terakhir yang dikonsumsi pelanggan.

4. *Perceived Service Alternatives*, merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif, maka harapan terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.
5. *Self-Erceived Service Role*, adalah persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Apabila konsumen terlibat dalam proses penyampaian jasa dan jasa yang terjadi ternyata tidak begitu baik, maka pelangan tidak bias menimpakan kesalahan sepenuhnya kepada pihak menyedia. Olehkarena itu persepsi tentang derajat keterlibatannya ini akan mempengaruhi tingkat jasa yang bersedia diterimanya.
6. *Situasional Factors*, terdiri atas segala kemungkinan yang bias mempengaruhi kinerja jasa, yang berada diluar kendali penyedia jasa.
7. *Explicit Service Promises*, merupakan penyataan baik secara personal maupun nonpersonal oleh organisasi tentang jasanya kepada pelanggan. Janji ini bisa berupa iklan, *personal selling*, perjanjian atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut.
8. *Implicit Service Promises*, adalah petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan bagi pelanggan tentang jasa yang bagaimana seharusnya dan yang akan diberikan. Petunjuk ini meliputi biaya untuk memperolehnya (harga) dan alat-alat pendukung jasa. Pelanggan biasanya menghubungkan harga dan peralatan pendukung jasa dengan kualitas jasa.

9. *Word – Mouth*, merupakan pernyataan personal atau nonpersonal berupa rekomendasi atau saran dari orang lain selain organisasi penyedia jasa kepada pelanggan. Word – Mouth ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dipercayai dan pelanggan biasanya sulit untuk mengevaluasi jasa yang belum dibeli atau dirasakannya sendiri.
10. *Past Experience*, merupakan alat-alat yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari pengalaman masa lalu. Harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Disamping itu, dikemukakan pula bahwa ada dua tingkat harapan pelanggan pada jasa :

1. *Adequate service* adalah tingkat kinerja jasa minimal yang bias diterima, ini didasarkan oleh perkiraan tentang jasa apa yang mungkin diteima tergantung pada alternatif yang tersedia.
2. *Desired service* adalah tingkat kinerja jasa yang diharapkan pelanggan diterimanya. Daerah diantara kedua tingkat harapan ini disebut *zone of tolerance*. Zone ini dapat mengembang dan menyusut, serta berbeda-beda untuk setiap individu, perusahaan, situasi dan aspek-aspek jasa seperti terlihat pada gambar 2.1. di bawah ini :



Sumber : Zeithaml, et al (1993)

Gambar 2.1. Model Konseptual harapan pelanggan terhadap Jasa

2.2.7. Kepuasan pelanggan.

Pada awalnya teori tentang kepuasan pelanggan mengkonsepkan standar yang sederhana, yaitu harapan bagaimana jasa akan melakukan fungsinya. Tetapi dari hasil

penelitian yang pernah dilakukan, Woodrulff & Gardial (1996 : dalam Astuti : 2001 : 68) membuktikan bahwa standar pembanding yang digunakan bermacam-macam, dan bahkan bervariasi sepanjang proses konsumsi. Standar lain selain harapan yang digunakan sebagai pembanding adalah produk ideal, produk pesaing, katagori produk yang lain, janji dari para pemasar (yang dibuat melalui komunikasi pemasaran) dan normal industri (Woodruff & Gardial : *ibid*).

Day (Tjiptono : 2000 : 146) mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembeli (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Selanjutnya Oliver (dalam Syamsuddin : 2002 : 41) mendefinisikan kepuasan pelanggan dengan didasarkan pada *disconfirmation paradigm*. Berdasarkan paradigma tersebut, kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai eveluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Sedangkan Engel, *et al* (1990 : dalam Syamsuddin : 2002 : 40) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.

Secara umum, menurut Astuti)2001 : 64) ada dua tipe definisi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh para ahli dan peneliti. Pertama definisi yang

intinya menafsirkan kepuasan pelanggan sebagai akibat dari pengalaman mengkonsumsi (Hoartd & Sheth 1969 : West brook & Reilly 1983 : Oliver 1981)., pendapat lain menyatakan kepuasan pelanggan sebagai suatu proses evaluasi (Hunt 1977, Engel & Blackwell 1982 : Tse & Wilson 1988).

Pengukuran kepuasan dengan menggunakan kuesioner multifaktor yang dikembangkan oleh Bass dkk (Bass, 1985; Bass & Avalio, 1990). Masing-masing mahasiswa diminta untuk memberi penilaian terhadap kualitas layanan di Perguruan Tinggi mereka berdasarkan tingkat skala berupa angka-angaka dari jawaban-jawaban tersebut. Variabel-variabel yang telah disebutkan sebelumnya diukur dengan menggunakan skala tingkat sumatif (*summated rating scale*), lebih dikenal dengan skala Likert, yang diperoleh melalui tanggapan kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan, skor-skor atau butir-butir yang terdapat dalam skala semacam ini dijumlahkan, atau dijumlah dan dirata-rata untuk mendapatkan skor sikap seorang individu (Kerlinger, 2000 : 795). Kemudian Moh. Nazir (1985 : 397) mengatakan bahwa total skor dari masing-masing individu adalah penjumlahan dari skor masing-masing item-item dari individu tersebut. Karena begitu banyaknya pernyataan sikap tidak diketahui nilai skalanya sepanjang suatu kontinum psikologik, maka diasumsikan bahwa (Azwar, 1988 : 109):

a. Setiap pernyataan sikap yang dibuat oleh subjek dapat disepakati sebagai pernyataan yang favorabel dan yang tidak favorabel.

b. Jawaban yang diberikan oleh subjek yang mempunyai sikap favorabel harus diberi bobot atau nilai yang lebih tinggi dari jawaban yang mempunyai sikap tidak favorabel.

BAB III

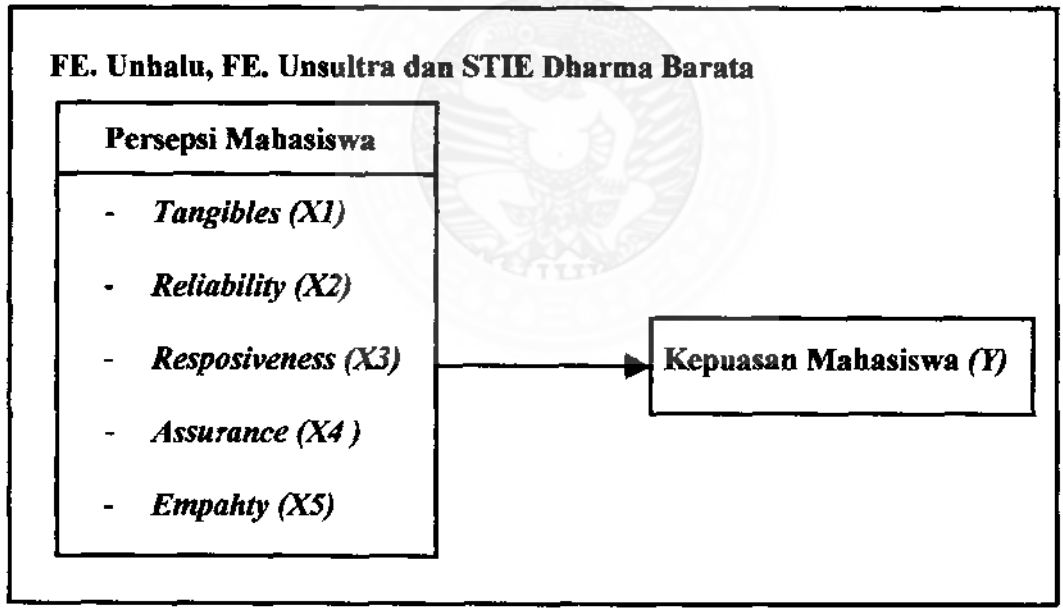
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka perlu dirumuskan kerangka konseptual sebagai kerangka berpikir yang dapat digunakan untuk menuntun dan mengarahkan serta menyusun hipotesis. Berdasarkan kajian empirik dari tinjauan penelitian terdahulu dan kajian teori yang telah ada dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan kerangka/model konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1. : Kerangka Konseptual Penelitian

Model konseptual di atas menggambarkan hubungan kausal antara persepsi pelanggan (mahasiswa) atas kualitas layanan pendidikan yang menurut Tjiptono (1999) terdiri dari lima dimensi, yaitu dimensi *tangibles, reliability, responsiveness,*

assurance, emphaty dengan kepuasan mahasiswa. Model konseptual ini, berawal dari pemikiran pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Zeithalm et, al. (1990) yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang disampaikan merupakan fokus penilaian yang mereplesikan persepsi mahasiswa terhadap lima dimensi kualitas layanan, yaitu *tangible, reliability, resposiveness, assurance* dan *emphaty*. Dimensi-dimensi kualitas layanan inilah yang kemudian digunakan mahasiswa untuk menilai tingkat kualitas layanan pendidikan, yang didasarkan pada tiap-tiap jurusan dan tiap-tiap angkatan. Bila layanan pendidikan yang diterima atau dirasakan mahasiswa melebihi atau sama dengan harapannya, maka kualitas layanan pendidikan dipersepsikan baik (tinggi) sehingga mahasiswa akan merasa puas. Sebaliknya, bila layanan pendidikan yang diterima atau dirasakan tidak sesuai (kurang) dari harapannya, maka kualitas layanan pendidikan dipersepsikan jelek (rendah) sehingga mahasiswa merasa tidak puas.

3.2. Hipotesis.

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian empirik dan teoritis serta kerangka konseptual yang telah dirumuskan ,maka hipotesis (H) yang diajukan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah :

Persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan berdasarkan dimensi *tangibles, reliability, resposiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata

BAB IV

METODE PENELITIAN

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1. Identifikasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di kota Kendari dengan mengambil sampel di 2 (dua) fakultas di dua Universitas dan satu sekolah tinggi penyelenggara bidang ilmu ekonomi strata satu. Dua Universitas yang menjadi sampel penelitian ini adalah Universitas Haluoleo (Unhalu), Universitas Sulawesi Tenggara (Unsultra), serta Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dharma Barata. Ketiga perguruan tinggi tersebut diatas adalah keseluruhan penyelenggara pendidikan ilmu ekonomi yang berada di kota kendari.

Variabel-variabel penelitian ini terdiri dari variabel : (1). Persepsi kualitas layanan pendidikan pada dimensi *tangibles (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), dan empathy (X5)*; (2) kepuasan mahasiswa *(Y)*.

4.2. Identifikasi Variabel.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan dan hipotesis yang telah diajukan, maka variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut :

1. Variabel independen *(independent variable)*, yaitu variabel yang hanya bertindak sebagai prediktor atau penyebab bagi variabel yang lain di dalam model lain dan tidak diprediksikan oleh variabel lainnya. Termasuk dalam variabel independen adalah persepsi atas kualitas layanan pada dimensi *tangibles (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4)*, dan dimensi *empathy (X5)*.

2. Variabel dependen *(dependent variable)*, yaitu variabel yang tergantung, atau variabel hasil dalam (sekurang-kurangnya) satu hubungan sebab akibat yaitu kepuasan mahasiswa *(Y)*.

4.3. Definisi Operasional Variabel.

Persepsi kualitas layanan merupakan penilaian mahasiswa terhadap tingkat kualitas atribut-atribut jasa yang dijabarkan dalam item-item indikator pada masing-masing dimensi kualitas layanan, yang meliputi dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Kualitas layanan diukur berdasarkan pendekatan *SERVQUAL* yaitu skala likert dengan lima kategori pilihan mulai dari memberi skor 1 untuk jawaban responden 'sangat tidak baik', skor 2 'tidak baik', skor 3'netral', skor 4 'baik', skor 5 ' sangat baik'.

Definisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Persepsi kualitas layanan pada dimensi *tangibles (X1)* adalah kualitas layanan berdasarkan persepsi mahasiswa tentang penampilan pisik atau wujud nyata dari semua unsur kualitas layanan perguruan tinggi. Adapun pengukurannya dilakukan dengan skala likert dengan lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Indikator dari variabel ini adalah terdiri dari :

   X1 – 1 Kemoderenan perlengkapan

   X1 – 2 Kerapian pakaian karyawan dan dosen

   X1 – 3 Kebersihan, Keindahan dan kerapian lingkungan

   X1 – 4 Kelengkapan fasilitas pendidikan (ruang praktikum dan lain-lain)

X1 – 5 Kelengkapan peralatan dalam proses belajar-mengajar

X1 – 6 Kelengkapan Fasilitas kemahasiswaan

2. Persepsi kualitas layanan pada dimensi *reliability (X2)* adalah kualitas layanan berdasarkan persepsi mahasiswa tentang kemampuan atau kehandalan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Adapun pengukurannya dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Indikator dari variabel ini adalah terdiri dari :

X2 – 7 Keakuratan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan

X2 – 8 Keakuratan dan kefairan dosen dalam memberikan nilai

X2 – 9 Keakuratan pencatatan laporan akademik

X2 – 10 Ketepatan jam mengajar

X2 – 11 Kesiapan dosen sebelum memberikan perkuliahan

X2 – 12 Peran karyawan dalam menjalin kelancaran perkuliahan

X2 – 13 Ketepatan waktu dalam bimbingan KRS

X2 – 14 Ketepatan waktu turunnya dana bantuan penelitian, kegiatan mahasiswa maupun aktivitas lainnya.

3. Persepsi kualitas layanan pada dimensi *responsiveness (X3)*, yaitu kualitas layanan berdasarkan persepsi mahasiswa tentang ketanggapan, kemauan/kesediaan secara cepat dalam membantu dan memberikan pelayanan jasa pada mahasiswa. Adapun pengukurannya dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1)

sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Indikator dari variabel ini adalah terdiri dari :

X3 – 15 Ketanggapan dosen terhadap permasalahan mahasiswa

X3 – 16 Ketanggapan karyawan terhadap permasalahan mahasiswa

X3 – 17 Kemauan dan kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa

X3 – 18 Kemauan dan kesediaan karyawan dalam membantu mahasiswa

X3 – 19 Kesediaan dosen mendengarkan sumbang saran mahasiswa

X3 – 20 Kesediaan karyawan mendengarkan sumbang saran mahasiswa

4. Persepsi kualitas layanan pada dimensi *assurance (X4)*, adalah kualitas layanan yang dinyatakan sebagai persepsi mahasiswa tentang jaminan atau kepastian jasa dari lembaga Pendidikan Tinggi. Hal ini ditunjukkan dari pengetahuan, wawasan, kemampuan dan kesopanan karyawan dan dosen serta sikap percaya diri. Adapun pengukurannya dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Indikator dari variabel ini terdiri dari :

X4 – 21 Kemampuan dan pengetahuan dosen

X4 – 22 Kemampuan dan pengetahuan karyawan

X4 – 23 Perilaku dosen di depan kelas

X4 – 24 Perilaku karyawan dalam melayani mahasiswa

X4 – 25 Pengalaman mengajar dosen

X4 – 26 Kualifikasi akademik dosen

5. Persepsi kualitas layanan pada dimensi *empathy (X5)*, yaitu kualitas layanan tentang sikap empati dosen atau karyawan yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman kebutuhan mahasiswa. Adapun pengukurannya dengan menggunakan skala likert dengan lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Indikator dari variabel ini terdiri dari :

   X5 – 27 Kemudahan untuk menemui dosen

   X5 – 28 Pengertian dan pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa

   X5 – 29 Pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa

   X5 – 30 Perhatian personal dosen terhadap mahasiswa

   X5 – 31 Peran dosen dalam masalah pribadi dan bimbingan karier mahasiswa

6. Kepuasan mahasiswa *(Y)* adalah tanggapan mahasiswa tentang tingkat kepuasan yang dirasakannya berdasarkan pengalamannya sebagai mahasiswa. Adapun pengukurannya dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5.

4.4. Populasi dan Sampel

4.4.1. Populasi/Populasi Sasaran.

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 1992 : 102). Menurut Palte (dalam Singarimbun dan Efendi, 1995 : 152) populasi dibedakan menjadi dua, yaitu populasi sampling dan populasi sasaran. Populasi sampling dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada Fakultas Ekonomi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata sampai pada penelitian ini dilakukan, sedangkan populasi sasaran adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah menempuh kuliah minimal

empat semester atau mahasiswa angkatan 2000/2001 ke atas (merupakan target sasaran penelitian ini), dengan pertimbangan bahwa mereka telah memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian menyeluruh terhadap kualitas yang telah ia rasakan.

Adapun populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata yang menjadi target sasaran dalam penelitian ini, dapat dilihat pada table 4.1. berikut :

Tabel 4.1.
Keadaan mahasiswa FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata Angkatan 1998/1999, 1999/2000, 2000/2001 Tahun 2002/2003

Jurusan	Mahasiswa			Jumlah Mahasiswa
	1998/1999	1999/2000	2000/2001	
FE. UNHALU				
Manajemen	231	206	178	615
Pembangunan	129	126	120	375
FE. UNSULTRA				
Manajemen	80	60	60	200
Pembangunan	60	55	75	190
STIE Dharma Barata				
Manajemen	30	45	55	95
Akuntansi	35	35	30	135
Jumlah	565	527	518	1610

Sumber : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

4.4.2. Penarikan dan Jumlah Sampel

Dalam penelitian tidak selalu perlu meneliti seluruh elemen dari populasi, karena disamping memerlukan biaya dan tenaga yang besar juga membutuhkan waktu yang lama. Untuk mengatasi kendala ini, penelitian dapat dilakukan dengan

menggunakan sampel. Menurut Emory dan Cooper (1997 : 214) sampel adalah merupakan bagian dari elemen-elemen populasi dimana pengukuran dilakukan untuk menarik kesimpulan dari keseluruhan populasi. Dengan demikian, agar sampel dapat menggambarkan keseluruhan populasinya maka sampel yang dipilih harus benar-benar merupakan representatif atau wakil populasinya. Untuk itu diperlukan suatu metode penarikan sampel sesuai dengan ciri-ciri populasi dan tujuan penelitian.

Dalam peneltian ini, penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *cluster Proportional Random Sampling*. Cluster disini digunakan untuk membagi populasi mahasiswa yang akan dijadikan sampel berdasarkan Perguruan Tinggi (FE. Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata). Proporsional digunakan untuk membagi populasi mahasiswa kedalam kelompok-kelompok yang relatif homogen. Pengelompokan ini dilakukan berdasarkan angkatan dan jurusan mahasiswa (lihat table 4.1.). Kemudian dari masing-masing strata ditarik sampel secara acak (random) dengan menggunakan alokasi sampel secara berimbang menurut besarnya strata, karena jumlah populasi dari masing-masing strata sangat berbeda.

Dari 1610 populasi mahasiswa tersebut, yang akan dijadikan sampel adalah 161 responden atau sebesar 10 % dari populasi mahasiswa. Penentuan jumlah sampel sebanyak 10 % dari populasi, dikarenakan sudah cukup respresentatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (1998 : 20), bahwa untuk populasi yang banyak (lebih dari seratus) jumlah populasi dapat diambil antara 10 % sampai 15 %. Dari 161 responden pengguna jasa tersebut, kemudian dialokasikan untuk FE. Unhalu jurusan

manajemen [(615:1610) x 161] = 62 dan jurusan pembangunan [(375:1610) x 161] = 38, FE. Unsutra jurusan manajemen [(200:1610) x 161] = 20 dan jurusan pembangunan [(190:1610) x 161] = 19, STIE Dharma Barata jurusan manajemen [(95:1610) x 161] = 10 dan jurusan akuntansi [(135:1610) x 161] = 14.

Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel mahasiswa adalah proportional random sampling. Proportional digunakan untuk menetukan jumlah populasi mahasiswa yang akan dijadikan sampel pada tiap-tiap jurusan dan tiap-tiap angkatan. Setelah jumlah sampel untuk tiap-tiap jurusan dan angkatan ditetapkan, selanjutnya sampel akan diambil secara acak.

Dari alokasi proporsional, maka sampel untuk masing-masing jurusan dan angkatan adalah seperti pada table 4.2. di bawah ini :

Tabel 4.2.
Alokasi sampel minimal FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata Untuk mahasiswa angkatan 1998/1999 sampai 2000/2001

Jurusan	Mahasiswa			Jumlah
	1998/1999	1999/2000	2000/2001	
FE. Unhalu				
Manajemen	23	21	18	62
Pembangunan	13	13	12	38
FE. Unsultra				
Manajemen	8	5	6	19
Pembangunan	7	6	5	18
STIE Dharma Barata				
Manajemen	4	5	6	10
Akuntansi	3	4	3	14
Jumlah	57	54	50	161

Sumber : Data diolah dari tabel 4.1.

4.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari jawaban responden dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata atas pernyataan yang diajukan melalui daftar pertanyaan (kuesioner). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti; majalah, terbitan-terbitan, laporan-laporan, dokumen dan semacamnya di Fakultas Ekonomi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata yang menjadi obyek penelitian atau dari pihak lain yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

4.6. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan kuesioner. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan kerangka SERVQUAL dari Parasuraman (1988) yang disusun berdasarkan karakteristik pendidikan tinggi yaitu :

1. Multiple item scale terdiri dari sejumlah item kualitas layanan (sebanyak 31 item) dari masing-masing dimensi kualitas (*tangible* 6 item, *reliability* 8 item, *responsiveness 6* item, *assurance* 6 item dan *empathy* 5 item) dimana responden diminta menyatakan persepsinya tentang kualitas layanan Perguruan Tinggi
2. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan Perguruan Tinggi.

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya, agar data yang diperoleh benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Untuk menguji tingkat validitas data akan digunakan metode statistik tehnik korelasi

product moment. Sedangkan untuk menguji reliabilitas digunakan metode statistik dengan rumus *Alpha Cronbach.*

4.7. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

4.7.1. Uji Validitas.

Menurt Ancok (1993 : 15) validitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah uji validitas item, yaitu pengujian validitas terhadap kualitas item-itemnya. Dasar kerjanya dengan komputasi korelasi antara setiap item dengan skor total tes sebagai kriteria validitasnya. Formulasi koefisien korelasi yang digunakan adalah *product moment pearson.*

Kaidah yang digunakan untuk mempertahankan suatu butir (Hadi : 1991 : 14) adalah: korelasi harus positif, dan p paling tinggi adaah 0,05. Kemudian menurut Cronbach, 1970 (dalam Azwar : 2001 : 158) koefisien validitas yang memuaskan minimal 0,30.

Pengujian validitas instrumen pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for Windows* versi 10.0.

4.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Ancok : 1993 : 22).

Implikasinya, hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek dalam diri subyek yang diukur memang belum berubah.

Untuk menguji tingkat reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan melalui uji internal *concistency* dengan menggunakan koefisien reliabilitas *(Alpha Cronbach)*. Menurut Sekaran (1992 : 287) nilai koefisien *Cronbach alpha* dikatakan baik bila mempunyai koefisien antara 0,60 sampai 1,00.

Pengujian validitas instrumen pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 10.0.

4.8. Teknis Analisis Data.

Untuk menganalisa data dalam penelitian ini digunakan teknik analisis statistik deskripsi dan statistik inferensial.

4.8.1. Statistik Deskripsi.

Analisis statistik deskripsi ditujukan untuk memperoleh gambaran tentang kondisi kualitas layanan di FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata dan untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel dalam bentuk frekuensi dan porsentase.

4.8.2. Statistik Inferensial.

Analisis statistik dengan menggunakan statistik inferensial untuk menganalisis, menginterpretasikan, data sehingga dapat diambil suatu kesimpulan

yang berkenaan dengan data (Algifari : 1997 : 13). Statistik inferensial dalam penelitian ini menggunakan uji parametrik berupa *Regresi Linier Berganda.*

BAB V

HASIL ANALISIS PENELITIAN

BAB V

HASIL ANALISIS PENELITIAN

5.1. Proses Penelitian

Data primer yang dibutuhkan untuk menganalisis kualitas layanan FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna jasa (mahasiswa) FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata sebayak 161 responden. Kuesioner yang disebarkan dalam penelitian ini dikaitkan dengan lima persepsi dimensi *service quality* yang diajukan oleh Parasuraman, *et al., (1988)*, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.

5.1.1. Proses Penyebaran Kuesioner Kepada Mahasiswa

Total kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa berjumlah 161 kuesioner, dengan perincian untuk FE. Unhalu sebanyak 109 kuesioner, FE. Unsultra sebanyak 26 kuesioner, dan untuk STIE Dharma Barata sebanyak 25. Dari 109 kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa FE. Unhalu, kuesioner yang kembali sebanyak 100 kuesioner (terdiri dari 62 untuk jurusan manajemen dan 38 untuk jurusan pembangunan), 9 kuesioner dinyatakan gugur (terdiri dari 5 manajemen dan 4 pembangunan). Pengguguran kuesioner tersebut dikarenakan adanya sel pertanyaan yang tidak berisi atau kosong. Dengan demikian jumlah sampel yang akan dianalisis sebanyak 100.

Dari 26 kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa FE. Unsultra, kuesioner yang kembali sebanyak 16 kuesioner (terdiri dari 8 jurusan manajemen

dan 8 jurusan pembangunan), 10 kuesioner yang dinyatakan gugur (terdiri dari 5 jurusan manajemen dan 5 dari jurusan pembangunan). Pengguguran kuesioner tersebut dikarenakan adanya sel pertanyaan yang tidak terisi atau kosong. Dengan demikian jumlah sampel yang akan dianalisis sebanyak 16 responden.

Dari 25 kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa STIE Dharma Barata (terdiri dari 10 jurusan manajemen dan 15 dari jurusan akuntansi). Keseluruhan kuesioner yang kembali tersebut dinyatakan syah (tidak ada yang gugur).

5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen tersebut akurat dan dapat dipercaya, serta dapat diandalkan jika digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden sesungguhnya, kuesioner yang telah disusun terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen kepada 30 responden mahasiswa FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata.

Dalam pengujian ini, untuk uji validitas digunakan metode statistik *product moment person,* sedangkan alat uji reliabilitas digunakan koefisien reliabilitas *(cronbach alpha).* Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan dengan program SPSS *for windows* versi 10.0 dan dibantu program *Microsoft Exel* 98.

5.2.1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Tabel 5.1.
Ringkasan Hasil Uji Validitas

Kuesioner	r	p	Status
KMTANG1	0,577	0,001	Valid
KMTANG2	0,516	0,004	Valid
KMTANG3	0,649	0,000	Valid
KMTANG4	0,808	0,000	Valid
KMTANG5	0,785	0,000	Valid
KMTANG6	0,719	0,000	Valid
KMRELI7	0,807	0,000	Valid
KMRELI8	0,811	0,000	Valid
KMRELI9	0,536	0,002	Valid
KMRELI10	0,599	0,000	Valid
KMRELI11	0,501	0,005	Valid
KMRELI12	0,595	0,001	Valid
KMRELI13	0,627	0,000	Valid
KMRELI14	0,417	0,022	Valid
KMRESP15	0,709	0,000	Valid
KMRESP16	0,755	0,000	Valid
KMRESP17	0,595	0,001	Valid
KMRESP18	0,769	0,000	Valid
KMRESP19	0,616	0,000	Valid
KMRESP20	0,656	0,000	Valid
KMASSU21	0,522	0,003	Valid
KMASSU22	0,459	0,011	Valid
KMASSU23	0,671	0,000	Valid
KMASSU24	0,797	0,000	Valid
KMASSU25	0,486	0,007	Valid
KMASSU26	0,657	0,000	Valid
KMEMPA27	0,800	0,000	Valid
KMEMPA28	0,830	0,000	Valid
KMEMPA29	0,464	0,010	Valid
KMEMPA30	0,606	0,000	Valid
KMEMPA31	0,556	0,001	Valid

Sumber : Lampiran 2

Hasil pengujian validitas untuk instrumen kuesioner kepuasan mahasiswa sebagaimana terlihat pada tabel 5.1. di atas, diketahui bahwa keseluruhan instrumen kuesioner valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r > 0,3 (positif) dan p < 0,05. Ketentuan validitas suatu instrumen ini telah memenuhi syarat minimal sebuah instrumen dikatakan valid, sebagaimana yang diungkapkan oleh Cronbach, 1970 (Azwar : 2001 : 158), dan Hadi (1991 : 14).

5.2.2. Hasil uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 5.2.
Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Dimensi Servqual	Reliabilitas	Status
Tangible	0,7614	Reliable
Reliability	0,7527	Reliable
Responsiveness	0,7713	Reliable
Assurance	0,6603	Reliable
Empathy	0,6686	Reliable

Sumber : Lampiran 2

Hasil uji *reliabilitas* instrumen kuesioner kepuasan mahasiswa, sebagaimana terlihat pada Tabel 5.2. di atas, diketahui bahwa keseluruhan instrumen kuesioner nilai koefisien *reliabilitas* lebih besar daripada 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen kuesioner *reliable*, karena telah memenuhi syarat minimal, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sekaran (1992 : 287).

5.3.Deskripsi Hasil Kuesioner Tentang Persepsi Kualitas Layanan terhadap kepuasan Mahasiswa Pada FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata.

Jawaban dari responden terhadap pertanyaan yang diajukan kepada mahasiswa dalam kuesioner (lampiran 3), selanjutnya dijumlahkan tiap-tiap pertanyaan (indikator) untuk keseluruhan responden mahasiswa. Setelah itu dihitung persentase dari jawaban responden untuk tiap-tiap pertanyaan pada dimensi kualitas layanan :

Klasifikasi dari pengguna jasa yang di rasakan adalah :

- Sangat tidak baik
- Tidak baik
- Netral
- Baik
- Sangat baik

Klasifikasi dari persepsi pengguna jasa adalah :

- Sangat tidak puas
- Tidak puas
- Netral
- Puas
- Sangat puas

Deskripsi dari jawaban responden pengguna jasa tersebut, diuraikan di bawah ini :

TABEL 5.3.
FREKWENSI DISTRIBUSI PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNHALU

DIMENSI	KRITERIA KUALITAS LAYANAN											
	STB		TB		N		B		SB		TOTAL	
SERVQUAL	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TANG 1	6	100.0000	35	583.3333	32	533.3333	22	366.6667	5	83.3333	100	100
TANG 2	-	-	5	83.3333	19	316.6667	64	1066.6667	11	183.3333	100	100
TANG 3	11	183.3333	48	800.0000	25	416.6667	14	233.3333	2	33.3333	100	100
TANG 4	8	133.3333	31	516.6667	25	416.6667	32	533.3333	3	50.0000	100	100
TANG 5	3	50.0000	25	416.6667	27	450.0000	40	666.6667	5	83.3333	100	100
TANG 6	3	50.0000	25	416.6667	33	550.0000	35	583.3333	4	66.6667	100	100
RELIA 7	8	100.0000	14	175.0000	27	337.5000	46	575.0000	2	49.7500	100	100
RELIA 8	3	37.5000	14	175.0000	32	400.0000	50	625.0000	1	24.8750	100	100
RELIA 9	1	12.5000	15	187.5000	17	212.5000	61	762.5000	4	99.5000	100	100
RELIA 10	4	50.0000	23	287.5000	31	387.5000	36	450.0000	6	149.2500	100	100
RELIA 11	1	12.5000	2	25.0000	19	237.5000	68	850.0000	10	248.7500	100	100
RELIA 12	2	25.0000	8	100.0000	44	550.0000	44	550.0000	2	49.7500	100	100
RELIA 13	5	62.5000	17	212.5000	29	362.5000	46	575.0000	3	74.6250	100	100
RELIA 14	6	75.0000	31	387.5000	8	100.0000	22	275.0000	2	49.7500	100	100
RESP 15	5	83.3333	22	366.6667	29	483.3333	40	666.6667	4	66.6667	100	100
RESP 16	8	133.3333	18	300.0000	48	800.0000	24	400.0000	2	33.3333	100	100
RESP 17	-	-	17	283.3333	34	566.6667	36	600.0000	4	66.6667	100	100
RESP 18	6	100.0000	18	300.0000	41	683.3333	33	550.0000	2	33.3333	100	100
RESP 19	2	33.3333	6	100.0000	22	366.6667	57	950.0000	13	216.6667	100	100
RESP 20	2	33.3333	13	216.6667	43	716.6667	37	616.6667	3	50.0000	100	100
ASSU 21	1	16.6667	4	66.6667	18	300.0000	54	900.0000	23	383.3333	100	100
ASSU 22	-	-	12	200.0000	35	583.3333	51	850.0000	2	33.3333	100	100
ASSU 23	1	16.6667	5	83.3333	25	416.6667	52	866.6667	19	316.6667	100	100
ASSU 24	4	66.6667	15	250.0000	30	500.0000	47	783.3333	4	66.6667	100	100
ASSU 25	1	16.6667	3	50.0000	10	166.6667	63	1050.0000	23	383.3333	100	100
ASSU 26	3	50.0000	2	33.3333	32	533.3333	43	716.6667	20	333.3333	100	100
EMPA 27	6	120.0000	21	420.0000	31	620.0000	37	740.0000	4	80.0000	100	100
EMPA 28	2	40.0000	17	340.0000	31	620.0000	47	940.0000	2	40.0000	100	100
EMPA 29	2	40.0000	19	380.0000	40	800.0000	38	760.0000	1	20.0000	100	100
EMPA 30	4	80.0000	12	240.0000	36	720.0000	41	820.0000	7	140.0000	100	100
EMPA 31	6	120.0000	23	460.0000	31	620.0000	35	700.0000	5	100.0000	100	100

Sumber : Lampiran 2

TABEL 5.4.
FREKWENSI DISTRIBUSI PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNSULTRA

DIMENSI	KRITERIA KUALITAS LAYANAN											
	STB		TB		N		B		SB		TOTAL	
SERVQUAL	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TANG 1	1	16.6667	9	150.0000	6	100.0000	-	-	-	-	16	100
TANG 2	-	-	-	-	4	66.6667	10	166.6667	2	3.3333	16	100
TANG 3	1	16.6667	8	133.3333	4	66.6667	3	50.0000	-	-	16	100
TANG 4	-	-	10	166.6667	6	100.0000	-		-	-	16	100
TANG 5	-	-	6	100.0000	4	66.6667	6	100.0000	-	-	16	100
TANG 6	2	33.3333	8	133.3333	5	83.3333	1	16.6667	-	-	16	100
RELIA 7	-	-	4	50.0000	4	50.0000	5	62.5000	2	25.0000	16	100
RELIA 8	1	12.5000	4	50.0000	-	-	10	125.0000	1	12.5000	16	100
RELIA 9	1	12.5000	2	25.0000	3	37.5000	10	125.0000	-	-	16	100
RELIA 10	-	-	2	25.0000	4	50.0000	7	87.5000	1	12.5000	16	100
RELIA 11	-	-	1	12.5000	3	37.5000	10	125.0000	2	25.0000	16	100
RELIA 12	-	-	2	25.0000	6	75.0000	5	62.5000	3	37.5000	16	100
RELIA 13	-	-	3	37.5000	4	50.0000	8	100.0000	1	12.5000	16	100
RELIA 14	-	-	-	-	5	62.5000	4	50.0000	4	50.0000	16	100
RESP 15	-	-	2	33.3333	6	100.0000	6	100.0000	2	33.3333	16	100
RESP 16	-	-	1	16.6667	9	150.0000	4	66.6667	2	33.3333	16	100
RESP 17	-	-	2	33.3333	4	66.6667	9	150.0000	1	16.6667	16	100
RESP 18	1	16.6667	3	50.0000	4	66.6667	6	100.0000	2	33.3333	16	100
RESP 19	1	16.6667	3	50.0000	2	33.3333	9	150.0000	1	16.6667	16	100
RESP 20	-		2	33.3333	8	133.3333	4	66.6667	2	33.3333	16	100
ASSU 21	-	-	1	16.66667	3	50.0000	11	183.3333	1	16.6667	16	100
ASSU 22	-	-	1	16.66667	6	100.0000	9	150.0000	-	-	16	100
ASSU 23	-	-	1	16.66667	4	66.6667	11	183.3333	-	-	16	100
ASSU 24	-	-	2	33.33333	2	33.3333	11	183.3333	1	16.6667	16	100
ASSU 25	-	-	-	-	5	83.3333	8	133.3333	3	50.0000	16	100
ASSU 26	4	66.6667	1	16.66667	7	116.6667	-	-	4	66.6667	16	100
EMPA 27	-	-	2	40.0000	5	100.0000	8	160.0000	-	-	16	100
EMPA 28	-	-	3	60.0000	7	140.0000	6	120.0000	-	-	16	100
EMPA 29	-	-	1	20.0000	8	160.0000	7	140.0000	-	-	16	100
EMPA 30	-	-	-	-	4	80.0000	11	220.0000	-	-	16	100
EMPA 31	-	-	-	-	9	180.0000	7	140.0000	-	-	16	100

Sumber : Lampiran 2

TABEL 5.5.
FREKWENSI DISTRIBUSI PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA STIE DHARMA BARATA

DIMENSI	KRITERIA KUALITAS LAYANAN											
	STB		TB		N		B		SB		TOTAL	
SERVQUAL	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
TANG 1	-	-	2	33.3333	13	216.6667	9	150.0000	1	16.66667	25	100
TANG 2	-	-	1	16.6667	2	33.33333	16	266.6667	6	100	25	100
TANG 3	-	-	9	150.0000	7	116.6667	7	116.6667	2	33.33333	25	100
TANG 4	2	33.3333	7	116.6667	11	183.3333	4	66.6667	1	16.66667	25	100
TANG 5	1	16.6667	7	116.6667	8	133.3333	9	150.0000	1	16.66667	25	100
TANG 6	4	66.6667	16	266.6667	3	50.0000	1	16.6667	1	16.66667	25	100
RELIA 7	1	12.5000	1	16.6667	10	125.0000	10	125.0000	3	37.5000	25	100
RELIA 8	-	-	2	33.3333	12	150.0000	9	112.5000	2	25.0000	25	100
RELIA 9	-	-	3	50.0000	6	75.0000	16	200.0000	-	-	25	100
RELIA 10	-	-	8	133.3333	10	125.0000	6	75.0000	1	12.5000	25	100
RELIA 11	-	-	3	50.0000	3	37.5000	19	237.5000	-	-	25	100
RELIA 12	-	-	2	33.3333	9	112.5000	11	137.5000	3	37.5000	25	100
RELIA 13	-	-	2	33.3333	9	112.5000	14	175.0000	-	-	25	100
RELIA 14	4	50.0000	9	150.0000	7	87.5000	4	50.0000	1	12.5000	25	100
RESP 15	1	16.6667	2	33.3333	9	150.0000	11	183.3333	2	33.33333	25	100
RESP 16	2	33.3333	4	66.6667	13	216.6667	5	83.3333	1	16.66667	25	100
RESP 17	-	-	4	66.6667	6	100.0000	11	183.3333	4	66.66667	25	100
RESP 18	-	-	4	66.6667	6	100.0000	12	200.0000	3	50.0000	25	100
RESP 19	-	-	4	66.6667	6	100.0000	13	216.6667	2	33.33333	25	100
RESP 20	-	-	5	83.3333	7	116.6667	12	200.0000	1	16.66667	25	100
ASSU 21	-	-	-	-	1	16.6667	20	333.3333	4	66.66667	25	100
ASSU 22	-	-	1	16.6667	9	150.0000	15	250.0000	-	-	25	100
ASSU 23	-	-	-	-	1	16.6667	18	300.0000	5	83.33333	25	100
ASSU 24	-	-	3	50.0000	6	100.0000	13	216.6667	1	16.66667	25	100
ASSU 25	-	-	-	-	5	83.3333	17	283.3333	3	50.0000	25	100
ASSU 26	2	33.3333	3	50.0000	8	133.3333	9	150.0000	3	50.0000	25	100
EMPA 27	-	-	4	80.0000	7	140.0000	11	220.0000	3	60.0000	25	100
EMPA 28	1	20.0000	4	80.0000	7	140.0000	12	240.0000	1	20.0000	25	100
EMPA 29	-	-	3	60.0000	15	300.0000	7	140.0000	-	-	25	100
EMPA 30	1	20.0000	1	20.0000	10	200.0000	13	260.0000	-	-	25	100
EMPA 31	-	-	7	140.0000	7	140.0000	10	200.0000	1	20.0000	25	100

Sumber : Lampiran 2

5.4.Gambaran Hasil Penelitian.

Pada bagian ini diuraikan gambaran hasil penelitian terhadap variabel-variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian yang di maksud adalah persepsi kualitas layanan pada dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan kepuasan mahasiswa.

5.4.1. Persepsi Mahasiswa tentang Kualitas Layanan.

Sesuai dengan definisi operasional, persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan adalah penilaian mahasiswa terhadap item-item indikator pada dimensi-dimensi kualitas jasa pendidikan meliputi dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Dalam penelitian ini, kualitas jasa diukur berdasarkan pendekatan *SERVQUAL* yaitu persepsi tentang kualitas layanan yang dirasakan. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 141 responden mahasiswa, diperoleh gambaran tentang tanggapan/pernyataan mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan mahasiswa, sebagaimana terlihat dalam tabel 5.6.

Tabel 5.6.
Perhitungan Skor Rata-Rata Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNHALU

Dimensi Layanan	Skor Rata-Rata Persepsi Kualitas Layanan
Tangible	3,065
Reliability	3,325
Responsiveness	3,2617
Assurance	3,7183
Empathy	3,214
Total Skor	3,3168

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel 5.6. di atas terlihat bahwa persepsi mahasiswa FE. Unhalu tentang kualitas layanan yang paling rendah adalah pada indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *Tangible* (3,065), selanjutnya secara berturut-turut, yaitu dimensi *Empathy* (3,214), dimensi *Responsiveness* (3,2617), dimensi *Reliability* (3,325) dan dimensi *Assurance* (3,7183).

Tabel 5.7.
Perhitungan Skor Rata-Rata Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNSULTRA

Dimensi Layanan	Skor Rata-Rata Persepsi Kualitas Layanan
Tangible	2,7396
Reliability	3,4766
Responsiveness	3,4271
Assurance	3,4479
Empathy	3,525
Total Skor	3,3232

Sumber : Data primer diolah

Dari tebel 5.7. di atas terlihat bahwa persepsi mahasiswa FE. Unsultra tentang kualitas layanan yang paling rendah adalah pada indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *Tangible* (2,7396), selanjutnya secara berturut-turut, yaitu dimensi *Responsiveness* (3,4271), dimensi *Assurance* (3,4479), dimensi *Reliability* (3,4766) dan dimensi *Empathy* (3,525).

Tabel 5.8.
Perhitungan Skor Rata-Rata Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Dharma Barata

Dimensi Layanan	Skor Rata-Rata Persepsi Kualitas Layanan
Tangible	3,0867
Reliability	3,345
Responsiveness	3,4067
Assurance	3,7467
Empathy	3,32
Total Skor	3,3810

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel 5.8. di atas terlihat bahwa persepsi mahasiswa STIE Dharma Barata tentang kualitas layanan yang paling rendah adalah pada indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *Tangible* (3,0867), selanjutnya secara berturut-turut, yaitu indikator-indikator pada dimensi *Empathy* (3,32), dimensi *Reliability* (3,345), dimensi *Responsiveness* (3,4067), dan dimensi *Assurance* (3,7467).

Skor masing-masing diatas, diperoleh dari distribusi tanggapan/pernyataan responden mahasiswa menurut persepsinya terhadap item-item indikator pada masing-masing dimensi yaitu, dimensi *Tangible* 6 item, dimensi *Reliability* 8 item, dimensi *Resposiveness* 6 item, dimensi *Assurance* 6 item dan dimensi *Empathy* 5 item. Untuk mengenai tanggapan skor rata-rata tanggapan/pernyataan responden terhadap setiap item indikator pada masing-masing dimensi dapat dijelaskan sebagai berikut :

5.4.2. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Tangible FE. Unhalu

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Tangible*, merupakan penilaian mahasiswa mengenai penampilan, atau kinerja fisik nyata dari semua unsur jasa pendidikan. Dalam penelitian ini, variabel dimensi *Tangible* (X1) di definisikan dalam 6 item indikator yaitu (X1-1) kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki FE. Unhalu; (X1-2) kerapian penampilan karyawan, dosen dalam berpakaian; (X1-3) kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan saai ini; (X1-4) kelengkapan fasilitas pendidikan FE. Unhalu; (X1-5) kelengkapan peralatan belajar mengajar ddi ruang kelas yang dimiliki FE. Unhalu; (X1-6) kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki FE. Unhalu. Berdasarkan tanggapan/pernyataan dari 100 responden terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi tangible sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.6.

Tabel 5.9. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.85) pada indikator (X1-1) mengenai kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki FE. Unhalu. Pada indikator (X1-2) tentang kerapian penampilan karyawan, dosen dalam berpakaian FE. Unhalu, total skor rata-rata kualitas pendidikan yang dirasakan sebesar (3.83); Pada indikator (X1-3) tentang kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan FE. Unhalu, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.48); Pada indikator (X1-4) tentang kelengkapan fasilitas pendidikan FE. Unhalu, total skor rata-rata

kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.92); Pada indikator (X1-5) tentang kelengkapan peralatan belajar-mengajar di ruang kelas yang dimilki FE. Unhalu, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.19); Pada indikator)X1-6) tentang kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki FE. Unhalu, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.12).

Tabel 5.9.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Tangible Pada FE. Unhalu

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
TANGIBLE		
TANG 1	285	2.85
TANG 2	383	3.83
TANG 3	248	2.48
TANG 4	292	2.92
TANG 5	319	3.19
TANG 6	312	3.12

Sumber : Data Primer Diolah

5.4.3. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Reliability FE. Unhalu

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Reliability* merupakan penilaian mahasiswa tentang kemampuan/kehandalan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dalam dimensi *Reliability* (X2) terdapat delapan item indikator, yaitu (X2-7) ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan; (X2-8) keakuratan, keadilan dosen dala memberi nilai;(X2-9) keakuratan bagian pengajaran dalam pencatatan laporan akademik mahasiswa; (X2-10) Ketepatan waktu kuliah, ujian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan; (X2-11) kesiapan dosen sebelum memberikan kuliah; (X2-12) dukungan tenaga non

edukatif/administrasi dalam mennjamin kelancaran perkuliahan; (X2-13) Ketepatan waktu dalam bimbingan KRS; (X2-14) ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan. Hasil tanggapan/pernyataan 100 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran menganai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi reliability sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.7.

Tabel 5.10. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.26) pada indikator (X2-7) mengenai ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan; Pada indikator (X2-8) tentang keakuratan, keadilan dosen dalam memberi nilai, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.32); Pada indikator (X2-9) tentang keakuratan bagian pengajaran dalam mencatat laporan akademik mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.55); Pada indikator (X2-10) tentang ketepatan waktu kuliah,ujian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.17); Pada indikator (X2-11) tentang keseapan dosen sebelum memberikan kuliah, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.84); Pada indikator (X2-12) tentang dukungan non-tenagaedikatif/administrasi dalam menjamin kelancaran perkuliahan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.36); Pada indokator (X2-13) tentang ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.25); Pada indikator (X2-14)

tentang Ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.85).

Tabel 5.10.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Reliability Pada FE. Unhalu

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
RELIABILITY		
RELI 7	326	3.26
RELI 8	332	3.32
RELI 9	355	3.55
RELI 10	317	3.17
RELI 11	384	3.84
RELI 12	336	3.36
RELI 13	325	3.25
RELI 14	285	2.85

Sumber : Data primet diolah

5.4.4. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Responsiveness FE. Unhalu

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Resposiveness* merupakan penilaian mahasiswa tentang ketanggapan dan kesediaan secara cepat dalam membantu dan memberikan layanan jasa. Dalam dimensi *Responsiveness* (X3) terdapat enam item indikator, yaitu (X3-15) ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa; (X3-16) ketanggapan tenaga non-edukatif/karyawan terhadap permasalahan mahasiswa; (X3-17) kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa; (X3-18) kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa; (X3-19) kesediaan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa; (X3-20) kemauan, pengetahuan non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa. Hasil tanggapan /pernyataan 100 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang

dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi responsiveness sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.11.

Tabel 5.11. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.16) pada indikator (X3-15) tentang ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa; Pada indikator (X3-16) tentang ketanggapan tenaga non-edukatif/karyawan terhadap permasalahan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.94); Pada indikator (X3-17) tentang kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.36); Pada indikator (X3-18) tentang kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.07); Pada indikator (X3-19) tentang kemauan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.73); Pada indikator (X3-20) tentang kemauan tenaga non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.31).

Tabel 5.11.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Resposiveness Pada FE. Unhalu

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
RESPOSIVENESS		
RESP 15	316	3.16
RESP 16	294	2.94
RESP 17	336	3.36
RESP 18	307	3.07
RESP 19	373	3.73
RESP 20	331	3.31

Sumber : Data primer diolah

5.4.5. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimendsi Assurance FE. Unhalu

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Assurance* merupakan penilaian mahasiswa atas jaminan atau kepastian jasa dari lembaga. Dalam dimensi *Assurance* (X4) terdapat enam item indikator, yaitu (X4-21) kemampuan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan; (X4-22) kemampuan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi; (X4-23) sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan; (X4-24) sikap karyawan dalam melayani mahasiswa; (X4-25) pengalaman mengajar dosen; (X4-26) tingkat kualifikasi akademik dosen. Hasil tanggapan /pernyataan 100 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi assurance sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.12.

Tabel 5.12. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan pada dimensi *Assurance* sebesar (3.94) pada indikator (X4-21)

tentang kemampuan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan; Pada indikator (X4-22) tentang kemampuan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.43); Pada indikator (X4-23) tentang sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan, total skor rata-rata kualitas jasa yang dirasakan sebesar (3.83); Pada Indikator (X4-24) tentang sikap karyawan dalam melayani mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.32); Pada indikator (X4-25) tentang pengalaman mengajar dosen, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (4.04); Pada indikator (X4-26) tentang tingkat kualifikasi akademik dosen, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.75).

Tabel 5.12.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Assurance Pada FE. Unhalu

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
ASSURANCE		
ASSU 21	394	3.94
ASSU 22	343	3.43
ASSU 23	383	3.83
ASSU 24	332	3.32
ASSU 25	404	4.04
ASSU 26	375	3.75

Sumber : Data primer diolah

5.4.6. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Empathy FE. Unhalu

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Empathy* merupakan penilaian mahasiswa mengenai sikap empati dosen dan karyawan. Dalam dimensi *Empathy* (X5) terdapat lima item indikator, yaitu (X5-27) kemudahan untuk menemui dosen;

(X5-28) pengertian dan pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa; (X5-29) pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa; (X5-30) perhatian personel dosen terhadap mahasiswa; (X5-31) peran dosen dalam masalah pribadi dan bimbingan karier mahasiswa. Hasil tanggapan/pernyataan 100 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi empathy sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.13.

Tabel 5.13. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan pada dimensi *Empathy* sebesar (3.13) pada indikator (X5-27) tentang kemudahan untuk menemui dosen; Pada indikator (X5-28) tentang pengertian, pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.32); Pada indikator (X5-29) tentang pengertian, pemahaman tenaga non-edukasi/karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.17); Pada Indikator (X5-30) tentang perhatian dosen dan karyawan terhadap mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.35); Pada indikator (X5-31) tentang peranan dosen dalam masalah pribadi mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.1).

Tabel 5.13.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator
Pada Dimensi Empathy Pada FE. Unhalu

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
EMPATHY		
EMPA 27	313	3.13
EMPA 28	332	3.32
EMPA 29	317	3.17
EMPA 30	335	3.35
EMPA 31	310	3.1

Sumber : Lampiran 2

5.4.7. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Tangible FE. Unsultra

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Tangible*, merupakan penilaian mahasiswa mengenai penampilan, atau kinerja fisik nyata dari semua unsur jasa pendidikan. Dalam penelitian ini, variabel dimensi *Tangible* (X1) di definisikan dalam 6 item indikator yaitu (X1-1) kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki FE. Unsultra; (X1-2) kerapian penampilan karyawan, dosen dalam berpakaian; (X1-3) kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan saai ini; (X1-4) kelengkapan fasilitas pendidikan FE. Unsultra; (X1-5) kelengkapan peralatan belajar mengajar di ruang kelas yang dimiliki FE. Unsultra; (X1-6) kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki FE. Unsultra. Berdasarkan tanggapan/pernyataan dari 16 responden terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi tangible sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.14.

Tabel 5.14. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.31) pada indikator (X1-1) mengenai kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki FE. Unsultra. Pada indikator (X1-2) tentang kerapian penampilan karyawan, dosen dalam berpakaian FE. Unsultra, total skor rata-rata kualitas pendidikan yang dirasakan sebesar (3.88); Pada indikator (X1-3) tentang kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan FE. Unsultra, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.56); Pada indikator (X1-4) tentang kelengkapan fasilitas pendidikan FE. Unsultra, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.38); Pada indikator (X1-5) tentang kelengkapan peralatan belajar-mengajar di ruang kelas yang dimilki FE. Unsultra, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.00); Pada indikator (X1-6) tentang kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki FE. Unsultra, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.31).

Tabel 5.14.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Tangible Pada FE. Unsultra

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
TANGIBLE		
TANG 1	37	2.31
TANG 2	62	3.88
TANG 3	41	2.56
TANG 4	38	2.38
TANG 5	48	3.00
TANG 6	37	2.31

Sumber : Data primer diolah

5.4.7. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Reliability FE. Unsultra

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Reliability* merupakan penilaian mahasiswa tentang kemampuan/kehandalan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dalam dimensi *Reliability* (X2) terdapat delapan item indikator, yaitu (X2-7) ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan; (X2-8) keakuratan, keadilan dosen dala memberi nilai;(X2-9) keakuratan bagian pengajaran dalam pencatatan laporan akademik mahasiswa; (X2-10) Ketepatan waktu kuliah, ujian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan; (X2-11) kesiapan dosen sebelum memberikan kuliah; (X2-12) dukungan tenaga non edukatif/administrasi dalam mennjamin kelancaran perkuliahan; (X2-13) Ketepatan waktu dalam bimbingan KRS; (X2-14) ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan. Hasil tanggapan/pernyataan 16 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran menganai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi reliability sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.15.

Tabel 5.15. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38) pada indikator (X2-7) mengenai ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan; Pada indikator (X2-8) tentang keakuratan, keadilan dosen dalam memberi nilai, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38); Pada indikator (X2-9) tentang keakuratan

bagian pengajaran dalam mencatat laporan akademik mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38); Pada indikator (X2-10) tentang ketepatan waktu kuliah,ujian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.44); Pada indikator (X2-11) tentang keseapan dosen sebelum memberikan kuliah, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.81); Pada indikator (X2-12) tentang dukungan non-tenagaedikatif/administrasi dalam menjamin kelancaran perkuliahan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.56); Pada indokator (X2-13) tentang ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.44); Pada indikator (X2-14) tentang Ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.44).

Tabel 5.15.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Reliability Pada FE. Unsultra

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
RELIABILITY		
RELI 7	54	3.38
RELI 8	54	3.38
RELI 9	54	3.38
RELI 10	55	3.44
RELI 11	61	3.81
RELI 12	57	3.56
RELI 13	55	3.44
RELI 14	55	3.44

Sumber : Data primer diolah

5.4.8. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Resposiveness FE. Unsultra

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Resposiveness* merupakan penilaian mahasiswa tentang ketanggapan dan kesediaan secara cepat dalam membantu dan memberikan layanan jasa. Dalam dimensi *Responsiveness* (X3) terdapat enam item indikator, yaitu (X3-15) ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa; (X3-16) ketanggapan tenaga non-edukatif/karyawan terhadap permasalahan mahasiswa; (X3-17) kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa; (X3-18) kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa; (X3-19) kesediaan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa; (X3-20) kemauan, pengetahuan non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa. Hasil tanggapan /pernyataan 16 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi responsiveness sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.16.

Tabel 5.16. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.50) pada indikator (X3-15) tentang ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa; Pada indikator (X3-16) tentang ketanggapan tenaga non-edukatif/karyawan terhadap permasalahan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.44); Pada indikator (X3-17) tentang kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa, total skor

rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.56); Pada indikator (X3-18) tentang kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.31); Pada indikator (X3-19) tentang kemauan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38); Pada indikator (X3-20) tentang kemauan tenaga non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38).

Tabel 5.16.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Resposiveness Pada FE. Unsultra

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
RESPOSIVENESS		
RESP 15	56	3.50
RESP 16	55	3.44
RESP 17	57	3.56
RESP 18	53	3.31
RESP 19	54	3.38
RESP 20	54	3.38

Sumber : Data primer diolah

5.4.9. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Assurance FE. Unsultra

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Assurance* merupakan penilaian mahasiswa atas jaminan atau kepastian jasa dari lembaga. Dalam dimensi *Assurance* (X4) terdapat enam item indikator, yaitu (X4-21) kemampuan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan; (X4-22) kemampuan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi; (X4-23) sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan; (X4-24) sikap karyawan dalam melayani mahasiswa; (X4-25)

pengalaman mengajar dosen; (X4-26) tingkat kualifikasi akademik dosen. Hasil tanggapan /pernyataan 16 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi assurance sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.17.

Tabel 5.17. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan pada dimensi *Assurance* sebesar (3.56) pada indikator (X4-21) tentang kemampuan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan; Pada indikator (X4-22) tentang kemampuan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38); Pada indikator (X4-23) tentang sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan, total skor rata-rata kualitas jasa yang dirasakan sebesar (3.44); Pada Indikator (X4-24) tentang sikap karyawan dalam melayani mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.69); Pada indikator (X4-25) tentang pengalaman mengajar dosen, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.63); Pada indikator (X4-26) tentang tingkat kualifikasi akademik dosen, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.00).

Tabel 5.17.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Assurance Pada FE. Unsultra

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
ASSURANCE		
ASSU 21	57	3.56
ASSU 22	54	3.38
ASSU 23	55	3.44
ASSU 24	59	3.69
ASSU 25	58	3.63
ASSU 26	48	3.00

Sumber : Data primer diolah

5.4.10. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Empathy FE. Unsultra

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Empathy* merupakan penilaian mahasiswa mengenai sikap empati dosen dan karyawan. Dalam dimensi *Empathy* (X5) terdapat lima item indikator, yaitu (X5-27) kemudahan untuk menemui dosen; (X5-28) pengertian dan pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa; (X5-29) pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa; (X5-30) perhatian personel dosen terhadap mahasiswa; (X5-31) peran dosen dalam masalah pribadi dan bimbingan karier mahasiswa. Hasil tanggapan/pernyataan 16 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi empathy sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.18.

Tabel 5.18. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan pada dimensi *Empathy* sebesar (3.63) pada indikator (X5-27) tentang

kemudahan untuk menemui dosen; Pada indikator (X5-28) tentang pengertian, pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.31); Pada indikator (X5-29) tentang pengertian, pemahaman tenaga non-edukasi/karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.75); Pada Indikator (X5-30) tentang perhatian dosen dan karyawan terhadap mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.38); Pada indikator (X5-31) tentang peranan dosen dalam masalah pribadi mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.56).

Tabel 5.18.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Empathy Pada FE. Unsultra

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
EMPATHY		
EMPA 27	58	3.63
EMPA 28	53	3.31
EMPA 29	60	3.75
EMPA 30	54	3.38
EMPA 31	57	3.56

Sumber : Data primer diolah

5.4.11. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Tangible STIE Dharma Barata

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Tangible*, merupakan penilaian mahasiswa mengenai penampilan, atau kinerja fisik nyata dari semua unsur jasa pendidikan. Dalam penelitian ini, variabel dimensi *Tangible* (X1) di definisikan dalam 6 item indikator yaitu (X1-1) kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki STIE Dharma Barata; (X1-2) kerapian penampilan karyawan, dosen dalam

berpakaian; (X1-3) kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan saai ini; (X1-4) kelengkapan fasilitas pendidikan STIE Dharma Barata; (X1-5) kelengkapan peralatan belajar mengajar di ruang kelas yang dimiliki STIE Dharma Barata; (X1-6) kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki STIE Dharma Barata. Berdasarkan tanggapan/pernyataan dari 25 responden terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi tangible sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.19.

Tabel 5.19. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.36) pada indikator (X1-1) mengenai kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki STIE Dharma Barata. Pada indikator (X1-2) tentang kerapian penampilan karyawan, dosen dalam berpakaian STIE Dharma Barata, total skor rata-rata kualitas pendidikan yang dirasakan sebesar (4.08); Pada indikator (X1-3) tentang kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan STIE Dharma Barata, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.08); Pada indikator (X1-4) tentang kelengkapan fasilitas pendidikan STIE Dharma Barata, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.80); Pada indikator (X1-5) tentang kelengkapan peralatan belajar-mengajar di ruang kelas yang dimilki STIE Dharma Barata, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.04); Pada indikator (X1-6) tentang

kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki STIE Dharma Barata, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.16).

Tabel 5.19.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Tangible Pada STIE Dharma Barata

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
TANGIBLE		
TANG 1	84	3.36
TANG 2	102	4.08
TANG 3	77	3.08
TANG 4	70	2.80
TANG 5	76	3.04
TANG 6	54	2.16

Sumber :Data primer diolah

5.4.12. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Reliability STIE Dharma Barata

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Reliability* merupakan penilaian mahasiswa tentang kemampuan/kehandalan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dalam dimensi *Reliability* (X2) terdapat delapan item indikator, yaitu (X2-7) ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan; (X2-8) keakuratan, keadilan dosen dala memberi nilai;(X2-9) keakuratan bagian pengajaran dalam pencatatan laporan akademik mahasiswa; (X2-10) Ketepatan waktu kuliah, ujian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan; (X2-11) kesiapan dosen sebelum memberikan kuliah; (X2-12) dukungan tenaga non edukatif/administrasi dalam mennjamin kelancaran perkuliahan; (X2-13) Ketepatan waktu dalam bimbingan KRS; (X2-14) ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan. Hasil tanggapan/pernyataan 25 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan

mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran menganai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi reliability sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.20.

Tabel 5.20. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.52) pada indikator (X2-7) mengenai ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan; Pada indikator (X2-8) tentang keakuratan, keadilan dosen dalam memberi nilai, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.44); Pada indikator (X2-9) tentang keakuratan bagian pengajaran dalam mencatat laporan akademik mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.52); Pada indikator (X2-10) tentang ketepatan waktu kuliah,ujian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.00); Pada indikator (X2-11) tentang keseapan dosen sebelum memberikan kuliah, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.64); Pada indikator (X2-12) tentang dukungan non-tenagaedikatif/administrasi dalam menjamin kelancaran perkuliahan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.60); Pada indokator (X2-13) tentang ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.48); Pada indikator (X2-14) tentang Ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.56).

Tabel 5.20.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Reliability Pada STIE Dharma Barata

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
RELIABILITY		
RELI 7	88	3.52
RELI 8	86	3.44
RELI 9	88	3.52
RELI 10	75	3.00
RELI 11	91	3.64
RELI 12	90	3.60
RELI 13	87	3.48
RELI 14	64	2.56

Sumber : Data primer diolah

5.4.13. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Responsiveness STIE Dharma Barata

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Resposiveness* merupakan penilaian mahasiswa tentang ketanggapan dan kesediaan secara cepat dalam membantu dan memberikan layanan jasa. Dalam dimensi *Responsiveness* (X3) terdapat enam item indikator, yaitu (X3-15) ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa; (X3-16) ketanggapan tenaga non-edukatif/karyawan terhadap permasalahan mahasiswa; (X3-17) kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa; (X3-18) kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa; (X3-19) kesediaan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa; (X3-20) kemauan, pengetahuan non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa. Hasil tanggapan /pernyataan 25 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor

1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi responsiveness sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.21.

Tabel 5.21. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.44) pada indikator (X3-15) tentang ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa; Pada indikator (X3-16) tentang ketanggapan tenaga non-edukatif/karyawan terhadap permasalahan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (2.96); Pada indikator (X3-17) tentang kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.60); Pada indikator (X3-18) tentang kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.56); Pada indikator (X3-19) tentang kemauan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.52); Pada indikator (X3-20) tentang kemauan tenaga non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.36).

Tabel 5.21.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Resposiveness Pada STIE Dharma Barata

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
RESPOSIVENESS		
RESP 15	86	3.44
RESP 16	74	2.96
RESP 17	90	3.60
RESP 18	89	3.56
RESP 19	88	3.52
RESP 20	84	3.36

Sumber : Data primer diolah

5.4.14. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi assurance STIE Dharma Barata

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Assurance* merupakan penilaian mahasiswa atas jaminan atau kepastian jasa dari lembaga. Dalam dimensi *Assurance* (X4) terdapat enam item indikator, yaitu (X4-21) kemampuan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan; (X4-22) kemampuan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi; (X4-23) sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan; (X4-24) sikap karyawan dalam melayani mahasiswa; (X4-25) pengalaman mengajar dosen; (X4-26) tingkat kualifikasi akademik dosen. Hasil tanggapan /pernyataan 25 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi assurance sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.22.

Tabel 5.22. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan pada dimensi *Assurance* sebesar (4.12) pada indikator (X4-21) tentang

kemampuan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan; Pada indikator (X4-22) tentang kemampuan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.56); Pada indikator (X4-23) tentang sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan, total skor rata-rata kualitas jasa yang dirasakan sebesar (4.20); Pada Indikator (X4-24) tentang sikap karyawan dalam melayani mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.36); Pada indikator (X4-25) tentang pengalaman mengajar dosen, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.92); Pada indikator (X4-26) tentang tingkat kualifikasi akademik dosen, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.32).

Tabel 5.22.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Assurance Pada STIE Dharma Barata

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
ASSURANCE		
ASSU 21	103	4.12
ASSU 22	89	3.56
ASSU 23	105	4.20
ASSU 24	84	3.36
ASSU 25	98	3.92
ASSU 26	83	3.32

Sumber : data primer diolah

5.4.15. Kualitas Jasa Pendidikan Pada Dimensi Empathy STIE Dharma Barata

Kualitas jasa pendidikan pada dimensi *Empathy* merupakan penilaian mahasiswa mengenai sikap empati dosen dan karyawan. Dalam dimensi *Empathy* (X5) terdapat lima item indikator, yaitu (X5-27) kemudahan untuk menemui dosen;

(X5-28) pengertian dan pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa; (X5-29) pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa; (X5-30) perhatian personel dosen terhadap mahasiswa; (X5-31) peran dosen dalam masalah pribadi dan bimbingan karier mahasiswa. Hasil tanggapan/pernyataan 25 responden mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan yang dirasakan terhadap lima kategori pilihan mulai dari kategori sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan sangat baik (skor 5), maka diperoleh gambaran mengenai kualitas jasa pendidikan yang dirasakan untuk setiap item indikator dalam dimensi empathy sebagaimana diperlihatkan dalam tabel 5.23.

Tabel 5.23. menunjukkan bahwa total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan pada dimensi *Empathy* sebesar (3.52) pada indikator (X5-27) tentang kemudahan untuk menemui dosen; Pada indikator (X5-28) tentang pengertian, pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.32); Pada indikator (X5-29) tentang pengertian, pemahaman tenaga non-edukasi/karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.16); Pada Indikator (X5-30) tentang perhatian dosen dan karyawan terhadap mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.40); Pada indikator (X5-31) tentang peranan dosen dalam masalah pribadi mahasiswa, total skor rata-rata kualitas jasa pendidikan yang dirasakan sebesar (3.20).

Tabel 5.23.
Skor Rata-rata kualitas layanan Untuk Setiap Item Indikator Pada Dimensi Empathy Pada STIE Dharma Barata

DIMENSI SERVQUAL	SKOR RATA-RATA	
	KUALITAS YANG DIRASAKAN	TOTAL SKOR RATA-RATA
EMPATHY		
EMPA 27	88	3.52
EMPA 28	83	3.32
EMPA 29	79	3.16
EMPA 30	85	3.40
EMPA 31	80	3.20

Sumber : data primer diolah

5.5. Kepuasan Mahasiswa

5.5.1. Kepuasan mahasiswa Pada FE. Unhalu

Kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini, didefinisikan sebagai tanggapan/pernyataan mahasiswa tentang tingkat kepuasan yang dirasakannya, berdasarkan pengalamannya sebagai mahasiswa yang diukur dengan *single item scale.*

Skor rata-rata diperoleh berdasarkan distribusi tanggapan dari 100 responden atau lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Sebanyak 33 persen responden yang memilih kategori 2 atas jasa pendidikan yang dirasakan, 30 persen responden yang memilih kategori 4, 28 persen responden yang memilih kategori 3, 6 persen responden yang memilih kategori 1 dan 2 persen responden yang memilih kategori 5. Untuk jelasnya lihat tabel 5.24.

Tabel 5.24.
Distribusi Frekwensi Tanggapan Responden
Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa
Pada FE. Unhalu

SKOR KATEGORI	DISTRIBUSI FREKWENSI (%)
1	5
2	33
3	28
4	30
5	2

Sumber: Data primer diolah

5.5.2. Kepuasan Mahasiswa Pada FE. Unsultra

Kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini, didefinisikan sebagai tanggapan/penyataan mahasiswa tentang tingkat kepuasan yang dirasakannya, berdasarkan pengalamannya sebagai mahasiswa yang diukur dengan *single item scale.*

Skor rata-rata diperoleh berdasarkan distribusi tanggapan dari 16 responden atau lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Sebanyak 37,5 persen responden yang memilih kategori 3 dan 4 atas jasa pendidikan yang dirasakan, 25 persen responden yang memilih kategori 2, sedangkan untuk kategori 1 dan 5 tidak terpilih oleh responden. Untuk jelasnya lihat tabel 5.25.

Tabel 5.25.
Distribusi Frekwensi Tanggapan Responden
Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa
Pada FE. Unsultra

SKOR KATEGORI	DISTRIBUSI FREKWENSI (%)
1	-
2	25
3	37,5
4	37,5
5	-

Sumber: data primer diolah

5.5.3. Kepuasan Mahasiswa Pada STIE Dharma Barata

Kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini, didefinisikan sebagai tanggapan/penyataan mahasiswa tentang tingkat kepuasan yang dirasakannya, berdasarkan pengalamannya sebagai mahasiswa yang diukur dengan *single item scale*.

Skor rata-rata diperoleh berdasarkan distribusi tanggapan dari 25 responden atau lima kategori pilihan mulai dari sangat tidak baik (skor 1) sampai dengan kategori sangat baik (skor 5). Sebanyak 52 persen responden yang memilih kategori 3 atas jasa pendidikan yang dirasakan, 32 persen responden yang memilih kategori 4, 16 persen responden yang memilih kategori 2, sedangkan untuk kategori 1 dan 5 tidak terpilih oleh responden. Untuk jelasnya lihat tabel 5.26.

Tabel 5.26.
Distribusi Frekwensi Tanggapan Responden
Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa
Pada STIE Dharma Barata

SKOR KATEGORI	DISTRIBUSI FREKWENSI (%)
1	-
2	16
3	52
4	32
5	-

Sumber: Data primer diolah

5.6. Analisis Penelitian.

Hasil pengujian dengan menggunakan metode *Regresi Linier Berganda* ditemukan bahwa persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi pada dimensi *tangible, reliability, resposiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo, Fakultas Ekonomi Sulawesi Tenggara dan STIE Dharma Barata.

Dari tabel output regresi berganda yang dikeluarkan oleh SPSS versi 10. pada lampiran IV, memberikan persamaan regresi untuk FE. Unhalu sebagai berikut :

Y = -2,361 + 0,303X1 + 0,478X2 - 0,208X3 + 0,428X4 + 0,565X5

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Semua tanda nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa jika nilai-nilai variabel bebas dari dimensi *SERVQUAL* yakni *Tangible, Reliability, Responsiveness Assurance* dan *Empathy* meningkat atau ditingkatkan maka akan mendorong peningkatan kualitas layanan di FE. Unhalu. Hal ini menunjukkan bahwa setiap

kenaikan atau penurunan nilai X, maka akan menyebabkan kenaikan atau penurunan niali Y, dengan kata lain terjadi perubahan searah antara variabel X dan Variabel Y dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

Persamaan regresi untuk FE. Unsultra yaitu :

Y = -2,684 + 0,295X1 - 0,253X2 + 0,525X3 - 0,274X4 + 0,920X5

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tanda nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa jika nilai-nilai variabel bebas dari dimensi *SERVQUAL* yakni *Tangible, Reliability, Responsiveness Assurance* dan *Empathy* meningkat atau ditingkatkan maka akan mendorong peningkatan kualitas layanan di FE. Unsultra. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan atau penurunan nilai X, maka akan menyebabkan kenaikan atau penurunan niali Y, dengan kata lain terjadi perubahan searah antara variabel X dan Variabel Y dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

Persamaan regresi untuk STIE Dharma Barata Yaitu :

Y = 0,01194 + 0,252X1 - 0,729X2 + 0,723X3 - 0,391X4 + 1,109X5

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tanda nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa jika nilai-nilai variabel bebas dari dimensi *SERVQUAL* yakni *Tangible, Reliability, Responsiveness Assurance* dan *Empathy* meningkat atau ditingkatkan maka akan mendorong peningkatan kualitas layanan di STIE Dharma Barata. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan atau penurunan nilai X, maka akan menyebabkan kenaikan atau

penurunan niali Y, dengan kata lain terjadi perubahan searah antara variabel X dan Variabel Y dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

Analisis hasil uji serentak (uji F) di maksudkan untuk membuktikan bahwa dimensi *SERVQUAL* yaitu *Tangible, Reliability, Resposiveness, Assurance dan Empathy* secara serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa . Hasil perhitungan uji F dapat di lihat pada lampiran IV.

Dari lampiran IV, dapat diketahui bahwa nilai F hitung untuk FE. Unhalu sebesar 16,599. Apabila dibandingkan dengan F tabel pada taraf signifikan 5 % yaitu sebesar 2,45 adalah lebih besar dari nilai F tabelnya. Hasil ini berarti bahwa dimensi *SERVQUAL* yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil ini juga didukung dengan nilai probabilitas kesalahan sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Sedangkan nilai F hitung untuk FE. Unsultra sebesar 13,898. Apabila dibandingkan dengan F tabel pada taraf signifikan 5 % yaitu 3,48 adalah lebih besar dari nilai F tabelnya. Hasil ini berarti bahwa dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil ini juga didukung oleh nilai probabilitas kesalahan sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Kemudian nilai F hitung untuk STIE Dharma Barata sebesar 8,147. Apabila dibandingkan dengan nilai F tabel pada taraf signifikan sebesar 5 % yaitu 2,90 adalah lebih besar dari pada nilai F tabelnya. Hasil ini berarti bahwa dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil ini didukung oleh probabilitas kesalahan sebesar 0,000 di bawah 0,05.

Selain itu, temuan hasil penelitian ini juga mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Zeithalm dan Bitner (1996) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berbeda dengan kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan hanya merupakan salah satu variabel determinan kepuasan pelanggan. Proporsi variasi dalam veriabel kepuasan mahasiswa yang di jelaskan secara serentak (gabungan) ditunjukkan oleh nilai R^2 (koefisien determinan), untuk FE. Unhalu sebesar 0,469. Artinya 46,9 % kepuasan mahasiswa mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan untuk FE. Unsultra sebesar 0,874. Artinya 87,4 % kepuasan mahasiswa mampu dijelaskan oleh variabel independen, dan STIE Dharma Barata sebesar 0,682. Artinya 68,2 % kepuasan mahasiswa mampu dijelaskan oleh variabel independen. Sisanya, untuk FE. Unhalu 53,1 %, Untuk FE. Unsultra 12,6 % dan STIE Dharma Barata 31,8 % yang berarti bahwa kepuasan mahasiswa, selain kualitas jasa pendidikan juga diterangkan oleh variabel lain di luar model yang terangkum dalam kesalahan random.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ho : yang menyatakan bahwa nilai dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara serentak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di tolak.
2. Ha : yang menyatakan bahwa nilai dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa diterima.

Tapi berdasarkan hasil pengujian secara partial, ternyata dimensi *resposiveness* pada FE. Unhalu mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai (t hitung) dan probabilitas dimensi, yaitu dimensi *responsiveness* t_{hitung} sebesar –1,002. Apabila dibandingkan dengan taraf signifikan (α) sebesar 5 % (p > 0,005) yaitu sebesar 1,980 adalah lebih besar dari nilai t_{hitung}. Sedangkan pada FE. Unsultra adalah *tangible* dan *assurance* yang mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai (t hitung) dan probabilitas masing-masing dimensi yaitu untuk dimensi *tangible* t_{hitung} sebesar 0,783. Apabila dibandingkan dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% (p > 0,005) sebesar 2,160, maka lebih besar dari nilai t_{hitung}. Demikian pula untuk dimensi *assurance* t_{hitung} sebesar –0,936, apabila dibandingkan dengan taraf signifikan (α) yakni sebesar 5% (p > 0,005) sebesar 2,160 maka lebih besar dari nilai t_{hitung}. Kemudian untuk STIE Dharma Barata terdapat pada dimensi *tangible*, *reliability* dan *responsiveness* dengan nilai (t hitung) dan probabilitas masing-masing dimensi yaitu untuk dimensi *tangible* t_{hitung} sebesar 0897. Apabila dibandingkan dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% (p > 0,005) yaitu sebesar 2,074 adalah lebih besar dari nilai t_{hitung}, dimensi *reliability* t_{hitung} sebesar –2,007. Apabila dibandingkan dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% (p > 0,005) yaitu sebesar 2,074 adalah lebih besar dari nilai t_{hitung} dan dimensi *assurance* t_{hitung} sebesar –1,097 jika dibandingkan dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% (p > 0,005) yaitu sebesar 2,074 maka lebih besar nilai t_{hitung}. Tidak signifikannya pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas jasa pendidikan pada dimensi *responsiveness* untuk FE. Unhalu, dimensi

tangible dan *assurance* untuk FE. Unsultra dan dimensi *tangible*, *reliability* dan *assurance* pada STIE Dharma Barata terhadap kepuasan mahasiswa sangat terkait dengan masalah kepuasan dan ketidakpuasan mahasiswa atas jasa yang dirasakan atau dipersepsikan.

Sedangkan dimensi *Tangible, Reliability, Assurance* dan *Empathy* pada FE. Unhalu; *Reliability, Responsiveness, Empathy* pada FE. Unsultra dan *Responsiveness, Empathy* Pada STIE Dharma Barata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dapat diketahui dari nilai (t hitung) dan probabilitas masing-masing dimensi. Pada FE. Unhalu, dimensi *Tangible* t_{hitung} sebesar 2,062; dimensi *Reliability* t_{hitung} sebesar 2,332; dimensi *Assurance* t_{hitung} sebesar 2,147 dan dimensi *Empathy* t_{hitung} sebesar 3,200. Apabila dibandingkan dengan taraf signifikan (α) 5 % yaitu sebesar 1,980 maka lebih besar dari nilai t_{tabel}. Sedangkan untuk FE. Unsultra,; dimensi Responsiveness t_{hitung} sebesar 2,163 dan dimensi Empathy t_{hitung} sebesar 3,169 dengan taraf signifikan (α) 5 % yaitu sebesar 2,160 adalah lebih besar dari nilai t_{tabel}. Kecuali untuk dimensi *Reliability* t_{hitung} sebesar 1,690 dengan taraf signifikan (α) 5 % yaitu sebesar 2,160 adalah lebih kecil dari nilai t_{tabel}. Kemudian untuk STIE Dharma Barata dimensi *Responsiveness* t_{hitung} sebesar 2,533; dimensi *Empathy* t_{hitung} sebesar 2,381 dengan tingkat signifikan (α) 5 %, maka apabila dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 2,074, maka lebih besar dari nilai t_{tabel}.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ho : yang menyatakan bahwa nilai dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance* dan *Empathy* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di tolak.
2. Ha : yang menyatakan bahwa nilai dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance* dan *Empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di terima.

BAB VI

PEMBAHASAN

BAB VI

PEMBAHASAN

6.1. Hasil Analisis Kualitas Layanan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo Kendari.

Kualitas jasa dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Kotler, 1997 : 11). Persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* di FE. Unhalu adalah merupakan penilaian mahasiswa yang terlibat dalam proses pendidikan terhadap kualitas jasa pendidikan (*academic quality, administrative quality, relationship quality*) yang disampaikan FE. Unhalu.

Hasil pengujian dengan menggunakan metode *Regresi Linear Berganda* ditemukan bahwa persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi pada dimensi *tangible, reliability, resposiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo. Hal ini dapat dilihat dari nilai R^2 (*koefisien determinan*) sebesar 0,469. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa dari hasil kualitas pelayanan jasa sebesar 46,9 % dipengaruhi oleh dimensi *SERVQUAL* yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.* Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa "persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan berdasarkan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan*

empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di FE. Unhalu terbukti.

1. Dimensi *Tangible* (*X1*).

Besarnya pengaruh dimensi *tangible* (*X1*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unhalu dapat dilihat dari koefisien partialnya (r^2) sebesar 0,208 atau 20,8 %. dan koefisien regresinya sebesar 0,303. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahahan nilai dimensi *tangible* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 20,8 % dan sebesar 0,303.

2. Dimensi *Reliability* (*X2*).

Besarnya pengaruh dimensi *reliability* (X2) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unhalu dapat dilihat dari koefisien partial dan koefisien regresinya. Koefisien partialnya (r^2) adalah 0,234 atau 23,4 % dan koefisien regresinya sebesar 0,478. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahahan nilai dimensi *reliability* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 23,4 % dan sebesar 0,478.

3. Dimensi *Responsiveness* (*X3*).

Besarnya pengaruh dimensi *responsiveness* (*X3*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unhalu dapat dilihat dari koefisien partial dan koefisien regresinya. Koefisien partialnya (r^2) adalah -0,103 atau 10,3 % dan -0,208. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahahan nilai dimensi *responsiveness* sebesar 1

satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar -10,3 % dan sebesar -0,208.

4. Dimensi *Assurance* (*X4*).

Besarnya pengaruh dimensi *assurance* (*X4*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unhalu dapat dilihat dari koefisien partialnya (r^2) adalah 0,216 atau 21,6 %. Sedangkan koefisien regresinya adalah 0,428. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahahan nilai dimensi *assurance* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 21,6 % dan sebesar 0,428.

5. Dimensi *Empathy* (*X5*).

Besarnya pengaruh dimensi *empathy* (*X5*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unhalu dapat dilihat dari koefisien partial dan koefisien regresinya. Koefisien partialnya (r^2) adalah 0,313 atau 31,3 % dan 0,565. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahahan nilai dimensi *empathy* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 31,3 % dan sebesar 0,565.

Dari uraian di atas, akan berlaku jika diasumsikan bahwa variabel-variabel bebas lainnya dalam penelitian ini (dimensi *SERVQUAL*) dianggap tetap. Secara teori pengertian nilai koefisien dengan tanda positif atau negatif tersebut di atas mengindikasikan bahwa pelayanan jasa dalam hal ini kualitas layanan maka akan menyebabkan kecenderungan naiknya atau turunnya tingkat kepuasan mereka dari kualitas layanan tersebut dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap.

Mengenai dimensi kualitas layanan yang terendah terhadap kepuasan pengguna jasa adalah pada indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *tangible* (3,065), dan secara berturut-turut pada indikator-indikator pada dimensi *empathy* (3,214), dimensi *resposiveness* (3,2617), dimensi *reliability* (3,325) dan dimensi *assurance* (3,7183).

Pada dimensi *tangible*, persepsi terendah dari mahasiswa FE. Unhalu tentang kualitas layanan adalah mengenai kelengkapan fasilitas pendidikan (misalnya ruang kuliah yang nyaman, ruang praktek atau laboratorium yang lengkap, perpustakaan dan buku yang lengkap dan fasilitas baca yang sejuk), kelengkapan peralatan belajar-mengajar (misalnya penggunaan OHP), kemoderenan perlengkapan dan sarana yang dimiliki (misalnya fasilitas internet yang dapat diakses oleh mahasiswa), kelengkapan fasilitas kemahasiswaan. Demikian halnya untuk dimensi *empathy* mengenai kemudahan dosen untuk ditemui, peningkatan peran dosen dalam membimbing karir mahasiswa, pada dimensi *responsiveness* seperti ketanggapan dosen dan karyawan terhadap masalah mahasiswa. Untuk dimensi *reliability* dan assurance mengenai ketepatan jam mengajar, keakuratan dan keadilan dalam memberi nilai serta ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, sedangkan *assurance* mengenai peningkatan kualifikasi akademik dosen ke jenjang yang lebih tinggi. Keinginan mahasiswa untuk lebih meningkatkan kualifikasi akademik dosen sangat wajar sebab hal ini merupakan sentral dari jasa pendidikan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas layanan yang diberikan oleh FE. Unhalu kepada pengguna jasa terhadap kepuasan mahasiswa di FE Unhalu

sudah berkualitas. Sudah berkualitasnya layanan yang diberikan oleh FE. Unhalu, karena pimpinan sudah mampu memahami harapan pengguna jasa tentang kualitas pelayanan yang seharusnya diberikan. Disamping itu juga, janji yang diberikan atau yang dikomunikasikan kepada pengguna jasa sudah mampu dipenuhi oleh dosen dan karyawan FE. Unhalu.

6.2. Hasil Analisis Kualitas Layanan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Tenggara kendari.

Dari hasil penelitian bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh FE. Unsultra dengan kata lain sudah berkualitas. Hal ini ditandai dengan layanan yang diberikan oleh FE. Unsultra kepada pengguna jasa sudah mampu diterjemahkan dan dipahami oleh pimpinan terhadap harapan pengguna jasa ke dalam suatu standar kualitas layanan, dan juga janji yang diberikan atau yang dikomunikasikan kepada pengguna jasa sudah mampu dipenuhi oleh dosen dan karyawan FE. Unsultra.

Hasil pengujian dengan menggunakan metode *Regresi Linear Berganda* ditemukan bahwa persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi pada dimensi *tangible, reliability, resposiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Sulawesi Tenggara. Hal ini dapat dilihat dari nilai R^2 (*koefisien determinan*) sebesar 0,874. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa dari hasil kualitas pelayanan jasa sebesar 87,4 % dipengaruhi oleh dimensi *SERVQUAL* yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.* Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa " persepsi mahasiswa tentang kualitas

layanan berdasarkan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di FE. Unsultra.

1. Dimensi *Tangible* (*X1*).

Besarnya pengaruh dimensi *tangible* (*X1*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unsultra dapat dilihat nilai koefisien partialnya (r^2) sebesar 0,240 atau 24 % sedangkan koefisien regresinya sebesar 0,295. Ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *tangible* sebesar 1 satuan, yang akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 24% dan sebesar 0,295.

2. Dimensi *Reliability* (*X2*).

Besarnya pengaruh dimensi *reliability* (*X2*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unsultra dapat dilihat nilai koefisien partialnya (r^2) sebesar 0,471 atau 47,1 % sedangkan koefisien regresinya sebesar 0,253. Ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *reliability* sebesar 1 satuan, yang akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 47,1 % dan sebesar 0,253.

3. Dimensi *Responsiveness* (*X3*).

Besarnya pengaruh dimensi *responsiveness* (*X3*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unsultra dapat dilihat nilai koefisien partialnya (r^2) sebesar 0,565 atau 56,5 % sedangkan koefisien regresinya sebesar 0,525. Ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *responsiveness*

sebesar 1 satuan, yang akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 56,5 % dan sebesar 0,525.

4. Dimensi *Assurance* (*X4*).

Besarnya pengaruh dimensi *Assurance* (*X4*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unsultra dapat dilihat nilai koefisien partialnya (r^2) sebesar -0,284 atau 28,4 % sedangkan koefisien regresinya sebesar -0,274. Ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *assurance* sebesar 1 satuan, yang akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar -28,4 % dan sebesar -0,274.

5. Dimensi *Empathy* (*X5*).

Besarnya pengaruh dimensi *empathy* (*X5*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan FE. Unsultra dapat dilihat nilai koefisien partialnya (r^2) sebesar 0,708 atau 70,8 % sedangkan koefisien regresinya sebesar 0,920. Ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *empathy* sebesar 1 satuan, yang akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 70,8 % dan sebesar 0,920.

Mengenai dimensi kualitas layanan yang terendah terhadap kepuasan pengguna jasa adalah pada indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *tangible* (2,7396), dan secara berturut-turut indikator-indikator pada dimensi *respositveness* (3,4271), dimensi *assurance* (3,4479), dimensi *reliability* (3,4766) dan dimensi *empathy* (3,525).

Pada dimensi *tangible*, persepsi terendah dari mahasiswa FE. Unsultra tentang kualitas layanan adalah mengenai kemoderenan perlengkapan, kelengkapan fasilitas pendidikan (ruang kuliah yang nyaman, ruang baca yang sejuk dan perpustakaan dengan fasilitas buku yang lengkap), kelengkapan peralatan belajar-mengajar dan fasilitas kemahasiswaan (penggunaan OHP dan fasilitas internet yang dapat diakses oleh mahasiswa). Kemudian diikuti oleh dimensi *responsiveness* mengenai ketanggapan dosen dan karyawan dalam membantu permasalahan mahasiswa, serta kesediaan dosen dan karyawan dalam mendengar sumbang saran mahasiswa, sedangkan pada dimensi *assurance* mengenai kemampuan dan pengetahuan dosen dan karyawan, pengalaman mengajar dan tingkat kualifikasi dosen sebagai staf pengajar yang selama ini dilakukan masih pada jenjang S1, tapi perlu ditingkatkan ke jenjang yang lebih tinggi (S2 dan S3).

Untuk dimensi *reliability* dan *empathy* adalah pada dimensi *reliability* tentang keakuratan pencatatan laporan akademik, kesiapan dosen dan karyawan dalam memberikan dan menjalin kelancaran perkuliahan serta ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, sedangkan pada dimensi *empathy* mengenai kemudahan untuk menemui dosen, pengertian dan pemahaman dosen dan karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa dan peran dosen dalam bimbingan karier mahasiswa.

6.3. Hasil Analisis Kualitas Layanan Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Barata kendari.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh STIE Dharma Barata sudah berkualitas. Kualitas layanan yang diberikan oleh

STIE Dharma Barata sudah dapat diterjemahkan dan dipahami oleh pimpinan terhadap pengguna jasa ke dalam suatu standar kualitas layanan, dan juga janji yang sudah mampu dipenuhi oleh dosen dan karyawan STIE Dharma Barata.

Hasil pengujian dengan menggunakan metode *Regresi Linear Berganda* ditemukan bahwa persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan tinggi pada dimensi *tangible, reliability, resposiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi STIE Dharma Barata. Hal ini dapat dilihat dari nilai nilai R^2 (*koefisien determinan*) sebesar 0,682. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa dari hasil kualitas pelayanan jasa sebesar 68,2 % dipengaruhi oleh dimensi SERVQUAL yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa " persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan berdasarkan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE Dharma Barata terbukti.

1. Dimensi *Tangible* (*X1*).

Besarnya pengaruh dimensi *tangible* (*X1*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan STIE Dharma Barata dapat dilihat dari nilai koefisien partialnya (r^2) yaitu 0,202 atau 20,2 % dan koefisien regresinya yaitu 0,252. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *tangible* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 20,2 % dan sebesar 0,252.

2. Dimensi *Reliability* (*X2*).

Besarnya pengaruh dimensi *reliability* (*X2*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan STIE Dharma Barata dapat dilihat dari nilai koefisien partialnya (r^2) yaitu -0,418 atau -41,8 % dan koefisien regresinya yaitu -0,729. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *reliability* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar -41,8 % dan sebesar -0,729.

3. Dimensi *Responsiveness* (*X3*).

Besarnya pengaruh dimensi *responsiveness* (*X3*) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) dari kualitas layanan STIE Dharma Barata dapat dilihat dari nilai koefisien partialnya (r^2) yaitu 0,502 atau 50,2 % dan koefisien regresinya yaitu 0,723. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *responsiveness* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar 50,2 % dan sebesar 0,723.

4. Dimensi *Assurance* (*X4*).

Besarnya pengaruh dimensi *assurance* (*X4*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan STIE Dharma Barata dapat dilihat dari nilai koefisien partialnya (r^2) yaitu -0,244 atau 24,4 % dan koefisien regresinya yaitu -0,391. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *assurance* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar -24,4 % dan sebesar -0,391.

5. Dimensi *Empathy* (*X5*).

Besarnya pengaruh dimensi *empathy* (*X5*) terhadap kepuasan mahasiswa (*Y*) dari kualitas layanan STIE Dharma Barata dapat dilihat dari nilai koefisien partialnya (r^2) yaitu 0,479 atau 47,9 % dan koefisien regresinya yaitu 1,109. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dimensi *empathy* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan perubahan searah terhadap nilai kepuasan mahasiswa sebesar – 47,9 % dan sebesar 1,109.

Mengenai dimensi kualitas layanan yang terendah terhadap kepuasan pengguna jasa adalah pada indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *Tangible* (3,0867), selanjutnya secara berurut yaitu indicator-indikator dimensi *empathy* (3,32), dimensi *reliability* (3,345), dimensi *responsiveness* (3,4067), dan dimensi *assurance* (3,7467).

Persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan pada dimensi *tangible* yang terendah dari mahasiswa STIE Dharma Barata adalah mengenai kelengkapan fasilitas pendidikan (ruang baca, ruang praktikum), kelengkapan peralatan dalam proses belajar-mengajar dan kelengkapan fasilitas kemahasiswaan (penggunaan OHP). Selanjutnya pada dimensi *empathy* kemudahan untuk menemui dosen dan pemahaman dosen dan karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa, pada dimensi *reliability* tentang ketepatan jam mengajar dan kesiapan dosen sebelum memberikan perkuliahan, dan ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, untuk dimensi *responsiveness* dan *assurance* adalah kemauan dosen dan karyawan dalam membantu mahasiswa, kesediaan dosen dalam mendengarkan sumbang saran mahasiswa sedangkan untuk dimensi *assurance* mengenai pengalaman mengajar dosen,

kemampuan dan pengetahuan dosen dan tingkat kualifikasi akademik tenaga pengajar ke jenjang yang lebih tinggi. Keinginan mahasiswa untuk lebih meningkatkan kualifikasi akademik dosen sangat wajar yang merupakan sentral jasa pendidikan.

Dari hasil analisis dan pembahasan terhadap kualitas layanan pada FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata, diketahui bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh FE. Unhalu, FE. Unsultra Dan STIE Dharma Barata sudah berkualitas. Temuan dari penelitian ini mendukung teori yang dilakukan oleh Syihabudin (1999) yang meneliti tentang pengaruh dimensi kualitas jasa yang meliputi faktor fisik *(tangible)*, keandalan *(reliability)*, ketanggapan *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)* dan empati *(empathy)* terhadap kepuasan mahasiswa.

Sudah berkualitasnya layanan yang diberikan oleh FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata menunjukkan bahwa FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata sudah dapart memenuhi harapan atau kebutuhan dari pengguna jasa . Hasil temuan pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Haistead, Hartman, Scmidt (1994) yang melakukan penelitian tentang proses pembentukan kepuasan dan sejalan dengan hasil penelitian Ciptono (1999) yang mengkaji sertifikat ISO 9001/9002 untuk Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

Keseluruhan dimensi *Servqual* yang digunakan untuk menilai kualitas layanan FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa persepsi pengguna jasa atas kualitas layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari

Syihabudin (2000), Ciptono (1999) dan Erawati (1999) yang meneliti tentang pengaruh kualitas jasa pendidikan tinggi terhadap kepuasan mahasiswa. Engel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kemudian Oliver (1997) dengan mengacu pada pendekatan *disconfirmation* mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif pada jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan di FE. Unhalu, FE. Unsultra dan STIE Dharma Barata sudah berada di atas rata-rata harapannya. Dengan kata lain bahwa kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangible, reliability, responsiviness, assurance* dan *empathy,* meskipun dipersepsikan lebih rendah dari yang diharapkan, namun masih berada pada batas kategori sedang atau berkualitas.
2. Persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *resposiveness* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan pada kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangible, reliability, assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo.

Sudah berkualitasnya jasa layanan yang diberikan oleh FE. Unhalu kepada pengguna jasa, dikarenakan bahwa pimpinan sudah mampu menerjemahkan dan memahami harapan pengguna jasa tentang kualitas layanan kedalam suatu standar kualitas pelayanan dan kemampuan dosen dan karyawan FE. Unhalu memenuhi janji yang diberikan kepada pengguna jasa.

3. Persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangible* dan *assurance* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan pada kualitas jasa pendidikan pada dimensi *reliability, responsiviness* dan *empathy* mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Tenggara.

   Sudah berkualitasnya jasa layanan yang diberikan oleh FE. Unsultra kepada pengguna jasa, dikarenakan bahwa pimpinan sudah mampu menerjemahkan dan memahami harapan pengguna jasa tentang kualitas layanan kedalam suatu standar kualitas pelayanan dan kemampuan dosen dan karyawan FE. Unsultra memenuhi janji yang diberikan kepada pengguna jasa.

4. Persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangible*, *reliability* dan *assurance* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan kualitas jasa pendidikan pada dimensi responsiviness dan *empathy* mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Barata.

   Sudah berkualitasnya layanan yang diberikan oleh STIE Dharma Barata kepada pengguna jasa, dikarenakan bahwa pimpinan sudah mampu menerjemahkan dan memahami harapan pengguna jasa tentang kualitas layanan kedalam suatu standar kualitas pelayanan dan kemampuan dosen dan karyawan STIE Dharma Barata memenuhi janji yang diberikan kepada pengguna jasa.

7.2. Saran

Dari kesimpulan hasil penelitian di atas, disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Mengingat persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada FE. Unhalu pada dimensi *tangible, reliability, assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, maka untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa kualitas jasa pada dimensi tersebut ditingkatkan terutama kelengkapan peralatan dalam proses belajar-mengajar danfasilitas kemahasiswaan, ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, program peningkatan kualifikasi tenaga pengajar yang selama ini yang dilakukan tidak hanya pada jenjang S2, tapi perlu ditingkatkan ke jenjang S3.

   Persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada FE. Unhalu pada dimensi *resposiviness* masih sangat rendah terhadap kepuasan mahasiswa, maka untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa kualitas jasa pada dimensi tersebut perlu ditingkatkan terutama dosen dan karyawan masih perlu ditingkatkan keterampilan dan sikap profesionalismenya dalam melayani mahasiswa. Peningkatan rasa kepedulian atau perhatian kepada mahasiswa, dengan mengembangkan pola hubungan kemitraan karena mahasiswa tidak hanya dapat dipandang sebagai subyek, tetapi juga sebagai mitra dalam pendidikan.

2. Untuk persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada FE. Unsultra pada dimensi reliability, responsiveness dan empathy juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, maka untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa tentang kualitas jasa pada dimensi tersebut perlu di tingkatkan mengenai

keakuratan penawaran mata kuliah dan pemberian nilai, ketepatan waktu dalam bimbingan KRS, ketanggapan dosen dan karyawan terhadap permasalahan mahasiswa dan pemahaman dosen dan karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa. Sedangkan untuk FE. Unsultra, persepsi tentang kualitas jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa masih sangat rendah terutama pada dimensi tangible dan assurance, maka sebaiknya kedua dimensi tersebut ditingkatkan kinerjanya terutama mengenai kelengkapan fasilitas pendidikan seperti kelengkapan perpustakaan baik jumlah buku-buku koleksinya maupun sarana dan prasarana ruang bacanya. Kelengkapan ruang dalam proses belajar-mengajar serta laboratorium komputer sebagai kelengkapan fasilitas kemahasiswaan dan sarana olahraga yang dapat digunakan oleh mahasiswa.

Begitu juga perbaikan pada dimensi assurance terutama mengenai program peningkatan kualifikasi tenaga pengajar, yang selama ini sudah dilakukan tidak hanya berhenti pada jenjang S2, tetapi juga ditingkatkan pada jenjang S3. Dan juga masih perlu ditingkatkan keterampilan dan sikap dosen dan karyawan dalam melayani mahasiswa, dengan mengembangkan pola hubungan yang baik kepada mahasiswa yang dipandang sebagai subjek tapi juga sebagai mitra dalam pendidikan.

3. Mengenai persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada STIE Dharma Barata pada dimensi responsiveness dan empathy mepunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap kualitas jasa pendidikan pada dimensi tersebut perlu ditingkatkan

mengenai ketanggapan dan kesediaan dosen dan karyawan dalam membantu permasalahan mahasiswa serta sumbang saran mahasiswa dan kemudahan untuk menemui dosen.

Untuk persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa pada STIE Dharma Barata pada dimensi tangible, reliability dan assurance masih sangat rendah. Maka sebaiknya ketiga dimensi tersebut ditingkatkan kinerjanya terutama mengenai kelengkapan fasilitas pendidikan seperti kelengkapan perpustakaan baik dalam jumlah buku-buku koleksinya maupun sarana dan prasarana ruang bacanya, kelengkapan peralatan dalam proses belajar-mengajar, kelengkapan ruang praktikum akuntansi dan manajemen serta kelengkapan fasilitas kegiatan kemahasiswaan, sarana olahraga dan fasilitas lainnya. Sedangkan untuk dimensi reliability mengenai keterlambatan dosen baik dalam proses jam mengajar maupun dalam pemberian nilai, penyelesaian KRS dan bimbingan mahasiswa yang paling banyak mendapat komplain dari mahasiswa.

Untuk dimensi assurance masih sangat rendah, maka perlu ditingkatkan mengenai program peningkatan kualifikasi tenaga pengajar yang selama ini dilakukan tidak hanya pada jenjang S2 tetapi juga ditingkatkan ke jenjang S3. Dan juga perlu ditingkatkan keterampilan dan sikap dosen dan karyawan dalam melayani mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Ancok, Djamaluddin, 1993, *Teknik Penyusunan Skala,* seri metodologi No. 9, Edisi ketujuh, Pusat Penelitian kependudukan Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Arikunto, Suharsimi, 1998, Prosedur Penelitian : *Suatu Pendekatan Praktek,* Edisi Revisi IV, Cetakan Kesebelas, Rineka Cipta, Jakarta.

Azwar, Saifuddin (2000), *Reliabilitas dan Validitas,* Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Astuti, Sri Wahyuni, 2001, *Dampak Pemasaran Jasa Rumah Sakit Terhadap Nilai, Kepuasan Dan Loyalitas Pasien : Penelitian Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum di Tiga Ibukota Propinsi di Pulau Jawa,* Disertasi, PPs Unair Surabaya.

Boulding, William, Ajai kalra, Ricahar Staelen, and Valerie A. Zeithalm (1993), *"A dynamic Process Model of Service Quality Prom Expectation to Behavioral Intetions", Journal of Marketing Research,* 30 (pebruary), pp 7-27.

Churchill Jr, A. Gilbert, 1999, *Marketing Research : Metodological Foundations,* The Dryden Press, Seventh Edition.

Croning, J. Joseph dan S.A. Taylor (1992), *Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension,* Journal of Marketing , July (Vol. 56), pp. 55-68.

Coper, Donal R. dan Emory C. William (1997), *Metode Penelitian Bisnis,* Jilid 1 dan 2, terjemahan, penerbit Erlangga, Jakarta.

Erawati, Sherly Hesti, 1999, *Analisis persepsi konsumen Terhadap Perguruan Tinggi Swasta di Kodya Malang : Kajian Tentang Penempatan Posisi Persaingan PTS Bidang Ilmu Ekonomi,* Tesis PPs Unibraw, Malang.

Gaspersz, Vincent, 1997, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa,* Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Halstead D,D. Hartman, & SL Schmidt, (1994), *Multi Sources Effects on The Satisfaction Formation Process, Journal of The Academy of Marketing Science,* Vol. 22, p.114-129.

Heizer, Jay and Barry Render, 2001, *Operations Management,* Sixth Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.

Hermawanto, 2001, *Materi Kuliah Manajemen Operasional,* Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga.

Hadi, Sutrisno, 2001, *Analisa Butir Untuk Instrument Angket Tes Dan Skala Nilai Dengan Basica :* Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.

Kamariah, Najmi, (2000), *Analisis Kualitas Pelayanan Ditinjau Dari Sudut Pandang Pengguna Jasa dan Pemberi Jasa Pada Lembaga Administrasi Negara Perwakilan Sulawesi Selatan.* Tesis, PPs Unair.

Kotler, Philip, 1998, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Impelentasi dan Kontrol,* Terjemahan, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2, Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management,* The millenium Edition, Printice Hall, Inc, New Jersey.

Kustiartini, Veronica 1998, *Hubungan Antara Persepsi Pengelola Akademik Tentang Faktor-Faktor Kritis TQM Pendidikan Tinggi Dan Pengintegrasiannya Kedalam Kurikulum,* Tesis PPs UGM Yogyakarta.

Parasuraman, A, Valarie A. Zeithalm, & Leonard L. Berry, 1985, Conceptual Model of Service Quality And Its Implication For Future Research, *Journal of Marketing,* Volume 49, p. 41-50.

Parasuraman, A, Valarie A, Zeithalm, & Leonard L. Berry, 1988, *SERVQUAL :* A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal Of Retailing,* Volume 64, p. 12-40.

Parasuraman, A, Valarie A. Zeithalm, & Leonard L. Berry, 1994, Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implications for Further Research, *Journal Of Marketing,* Volume 58, p. 111-124.

Payne Adrian, 2000, *The Essence of Service Marketing,* Terjemahan, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Andi, Yogyakarta.

Qomari, Nurul Ika, 1998, *Evaluasi Kualitas Pelayanan Rumah Sakit dan Penerapan QFD (Studi Pada Berbagai Rumah Sakit di Yogyakarta),* Tesis, Program Pascasarjana UGM, Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy, 2001, *Riset Pemasaran,* Cetakan Keempat, Gramedia, Jakarta.

Subagyo, Pangestu, 2001, *Statistik Deskriptif,* Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, BPFE, Yogyakarta.

Sugiono, 2001, *Metode Penelitian Bisnis,* Cetakan Ketiga, Alfabeta, Bandung.

Sarwono. SS dan Soedarsono (1997), *Konsumen dan TQM Dalam Dunia Pendidikan Tinggi,* Kinerja, II (3) 83-93.

Syamsuddin R, 2002, *Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Jasa Pendidikan Tinggi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa : Studi pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Panca Bhakti Palu,* Tesis, PPs Unair, Surabaya.

Syihabudhin, (1999), *Beberapa faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Jasa Perguruan Tinggi : Studi Pada Perguruan Tinggi "X" Di Gresik.* Tesis, PPs Unair.

Tampubolon, Daulat P, 2001, *Perguruan Tinggi Bermutu,* Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandi 1997, *Manajemen Jasa,* Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi dan Anastasia Diana, 2001, *Total Quality Management,* Penerbit Andi, Yogyakarta.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

KUESIONER

Nama :
Program Studi : Manajemen, Pembangunan, Akuntansi
Angkatan :

Petunjuk :

- Bagian ini meminta anda selaku mahasiswa memberikan pendapat, mengenai kualitas layanan yang terbaik dari perguruan Tinggi (Fakultas Ekonomi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata).
- Dalam pengisian kuesioner ini, tidak ada jawaban benar atau salah.
- Nomor 1 sampai nomor 5 menunjukkan tingkatan dari sangat tidak baik, tidak baik, netral, baik, sangat baik, dengan notasi skor sebagai berikut :

1	2	3	4	5
Sangat Tidak baik	Tidak Baik	Netral	Baik	Sangat Baik

- Berilah tanda silang (X) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling baik.

No.	KARAKTERISTIK PERSEPSI KUALITAS JASA PENDIDIKAN TINGGI	KUALITAS YANG ANDA RASAKAN SAAT INI				
1.	Kemoderenan perlengkapan, sarana yang dimiliki.	1	2	3	4	5
2.	Kerapian penampilan karyawan, dosen dalam berpakaian.	1	2	3	4	5
3.	Kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan lingkungan saat ini.	1	2	3	4	5
4.	Kelengkapan fasilitas pendidikan (ruang kuliah, ruang seminar, perpustakaan, ruang praktikum dll).	1	2	3	4	5
5.	Kelengkapan peralatan belajar mengajar di ruang kelas (OHP, spidol, waraless, dll) yang dimiliki.	1	2	3	4	5

6.	Kelengkapan fasilitas kemahasiswaan yang dimiliki (fasilitas olahraga, kantin, koperasi, senat dll).	1 2 3 4 5
7.	Ketepatan penawaran mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan (tuntutan ketrampilan, propesi dan dunia kerja).	1 2 3 4 5
8.	Keakuratan, keadilan (kepairan) dosen dalam memberi nilai.	1 2 3 4 5
9.	Keakuratan bagian pengajaran dalam pencatatan laporan akademik mahasiswa (mis : perhitungan IPK, KHS dll).	1 2 3 4 5
10.	Ketepatan waktu kuliah, ujian sesuai dengan jadwal kuliah dan jadwal ujian yang sudah ditetapkan.	1 2 3 4 5
11.	Kesiapan dosen sebelum memberikan kuliah.	1 2 3 4 5
12.	Dukungan tenaga non-edukatif/administrasi dalam menjamin kelancaran perkuliahan.	1 2 3 4 5
13.	Ketepatan waktu dalam bimbingan Kartu rencana Studi (KRS).	1 2 3 4 5
14.	Ketepatan dan kelancaran dana bantuan kegiatan kemahasiswaan	1 2 3 4 5
15.	Ketanggapan dosen terhadap permasalahan yang dihadapi mahasiswa.	1 2 3 4 5
16.	Ketanggapan tenaga non-edukatif/ karyawan terhadap permasalahan mahasiswa.	1 2 3 4 5

17.	Kesiapan, kesediaan dosen dalam membantu mahasiswa.	1 2 3 4 5
18.	Kesiapan, kecepatan tenaga non-edukatif/karyawan dalam membantu mahasiswa.	1 2 3 4 5
19.	Kemauan dosen dalam mendengarkan sumbang saran/masukan dari mahasiswa.	1 2 3 4 5
20.	Kemauan tenaga non-edukatif/karyawan mendengarkan sumbang saran dari mahasiswa.	1 2 3 4 5
21.	Kemauan, pengetahuan dosen dalam memberikan perkuliahan.	1 2 3 4 5
22.	Kemauan, pengetahuan karyawan dalam pelayanan administrasi.	1 2 3 4 5
23.	Sikap dosen yang meyakinkan dalam memberikan perkuliahan.	1 2 3 4 5
24.	Sikap karyawan dalam melayani mahasiswa.	1 2 3 4 5
25.	Pengalaman mengajar dosen.	1 2 3 4 5
26.	Tingkat kualifikasi akademik dosen (gelar S-2 dan S-3).	1 2 3 4 5
27.	Kemudahan dosen untuk ditemui di ruang kerja, dirumah, via telepon.	1 2 3 4 5
28.	Pengertian, pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa.	1 2 3 4 5

29.	Pengertian, pemahaman tenaga non-edukatif/karyawan terhadap kebutuhan mahasiswa.	1 2 3 4 5
30.	Perhatian dosen dan karyawan terhadap mahasiswa.	1 2 3 4 5
31.	Peranan dosen dalam masalah pribadi mahasiswa (mis : bimbingan karier bagi mahasiswa).	1 2 3 4 5

KUESIONER KEPUASAN

Petunjuk :

- Bagian ini anda selaku mahasiswa memberikan pendapat, mengenai kualitas layanan yang terbaik dari Perguruan Tinggi (Fakultas Ekonomi Unhalu, Unsultra dan STIE Dharma Barata)
- Dalam pengisian kuesioner ini, tidak ada jawaban benar atau salah
- Nomor 1 sampai 5 menunjukkan tingkatan dari jawaban sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas dengan notasi skor sebagai berikut :
- Berilah tanda silang (X) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling baik

Seberapah puaskah saudara atas dimensi kualitas layanan yang telah saudara rasakan saat ini

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

LAMPIRAN II

Hasil Jawaban Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNHALU

	Dimensi Tangible							Dimensi Reliability								Dimensi Responsiveness							Dimensi Assurance							Dimensi Empathy						KM
Resp.	1	2	3	4	5	6	TOT	7	8	9	10	11	12	13	14	TOT	15	16	17	18	19	20	TOT	21	22	23	24	25	26	TOT	27	28	29	30	31	TOT	32
1	3	4	5	4	4	3	23	5	3	4	4	4	4	4	5	33	4	3	2	4	4	4	23	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	3	4	19	4
2	2	4	3	4	4	4	21	3	4	3	2	4	3	3	2	24	4	2	4	3	3	5	18	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	2	14	3
3	4	3	4	4	4	4	21	4	2	4	5	4	3	2	4	28	2	3	4	3	3	4	21	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	20	4
4	2	4	1	2	4	3	19	4	3	2	3	4	3	4	2	25	4	4	3	2	4	4	22	4	2	5	2	4	5	22	2	3	2	3	4	14	2
5	2	4	1	1	2	2	12	4	2	3	2	4	2	1	2	20	4	1	4	1	2	2	10	4	3	3	2	4	5	21	3	2	2	3	2	12	2
6	2	3	1	2	4	3	15	2	2	2	4	4	4	2	3	23	1	3	4	3	4	4	21	3	4	3	3	4	3	20	3	4	3	3	2	15	2
7	3	5	1	2	2	2	16	4	3	2	3	4	4	4	2	26	3	1	3	1	5	1	16	4	2	4	3	5	5	23	4	3	2	4	4	17	2
8	4	5	2	2	4	3	22	4	3	4	5	3	3	4	3	29	4	3	2	3	5	5	22	3	3	3	3	3	3	18	5	3	3	5	5	21	3
9	2	3	3	2	2	2	13	1	4	2	3	3	3	5	2	23	3	1	2	1	3	2	11	3	2	2	2	3	4	16	2	3	2	3	3	13	3
10	2	4	1	2	4	4	18	2	3	4	2	4	4	4	2	25	2	2	3	2	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	2	4	2	4	4	16	4
11	4	5	2	2	3	2	18	3	3	4	3	4	4	3	4	28	2	3	3	3	4	3	20	2	2	3	4	5	4	20	3	3	3	3	3	15	2
12	3	4	2	4	3	4	20	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	4	4	17	2
13	3	4	2	1	2	4	16	3	4	5	4	4	4	4	3	31	4	5	3	4	3	5	23	3	4	4	1	5	2	19	4	5	1	4	4	18	2
14	3	5	3	2	3	3	19	2	4	4	4	3	3	3	2	25	3	3	2	2	2	2	14	4	4	4	4	4	4	24	2	3	3	2	2	12	2
15	1	4	3	3	4	4	19	4	4	4	2	3	2	2	4	25	3	2	4	3	4	3	18	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	5	5	21	3
16	2	3	2	2	2	2	13	2	3	4	3	3	3	3	2	23	2	2	2	3	3	2	14	4	2	4	2	4	5	21	2	3	2	2	2	11	2
17	2	4	2	2	3	2	15	2	2	3	2	4	3	2	2	20	2	3	3	3	2	2	16	3	3	2	2	3	3	16	2	2	3	3	3	13	3
18	2	4	1	4	4	4	19	4	3	4	4	4	3	4	4	30	3	3	4	4	4	3	20	4	3	4	4	4	4	23	2	3	4	4	4	17	4
19	2	2	2	4	3	1	14	2	1	2	2	2	3	2	3	17	2	3	2	2	4	3	17	3	4	2	2	4	1	16	3	4	4	3	1	15	1
20	2	4	1	2	3	2	14	2	2	3	3	3	1	3	2	19	3	3	3	3	4	4	20	1	2	3	3	2	5	16	4	3	3	3	3	16	1
21	1	4	4	4	4	4	21	4	3	4	4	4	2	4	2	27	3	2	2	2	4	3	16	4	3	3	3	4	4	21	2	2	2	2	3	11	2
22	2	4	3	4	4	4	21	4	3	4	2	4	2	4	2	25	2	3	2	2	4	3	16	3	3	3	2	4	2	17	2	2	2	2	3	11	2
23	2	3	1	3	3	3	15	3	3	4	4	4	3	3	2	26	3	2	3	2	3	3	16	4	3	1	3	2	4	17	2	2	2	3	3	12	1
24	2	3	2	3	3	3	16	3	2	3	4	3	3	3	3	24	2	3	3	2	3	3	16	4	3	3	3	4	4	21	3	3	3	3	3	15	3
25	4	5	3	2	2	2	18	5	3	4	2	4	3	3	2	26	3	4	4	3	4	3	21	5	5	4	4	3	3	24	2	2	4	4	3	15	3
26	2	3	2	2	2	3	14	3	3	4	3	1	4	3	2	23	3	3	3	3	4	3	19	5	3	4	3	4	4	23	3	2	3	3	4	15	1
27	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25	2	4	4	4	4	18	3

28	2	2	2	2	2	4	14	4	3	2	4	4	3	3	3	26	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4
29	4	4	2	2	4	2	18	4	3	4	3	3	4	4	3	28	4	3	3	4	4	3	21	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	4	3	18	4
30	5	4	4	4	4	5	26	1	5	2	2	4	3	4	3	24	5	4	4	4	5	4	26	5	4	5	4	5	4	27	4	4	4	4	4	20	2
31	4	5	4	4	4	3	24	4	1	4	5	5	4	4	3	30	4	3	4	3	4	4	22	5	4	4	4	4	4	25	3	4	4	3	3	17	3
32	5	3	4	5	3	5	25	4	3	5	4	4	4	4	3	31	3	4	3	4	4	3	21	5	3	5	4	4	5	26	4	4	4	5	3	20	5
33	3	3	2	4	2	4	18	4	3	4	4	3	3	3	4	28	4	4	5	5	3	3	24	4	4	3	5	3	3	22	3	3	3	5	5	19	5
34	3	4	3	4	4	4	22	3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20	4
35	4	4	2	4	4	4	22	4	3	3	2	4	4	4	4	28	4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	4	4	22	4
36	4	4	2	4	4	4	22	4	3	3	3	4	4	4	3	28	4	3	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	5	25	3	4	4	3	3	17	3
37	4	5	2	4	4	3	22	4	3	4	4	4	3	4	1	27	2	3	2	4	1	3	15	4	4	4	4	5	5	26	1	1	3	1	2	8	2
38	2	3	2	3	2	2	14	4	3	4	3	4	4	4	4	30	4	3	4	2	4	4	21	4	4	3	3	4	4	22	1	3	3	4	4	15	2
39	2	4	2	2	4	1	15	3	3	3	4	3	3	3	5	27	1	1	3	3	3	3	14	3	3	2	2	4	4	18	1	3	1	1	1	7	2
40	3	2	1	3	2	2	13	4	4	5	4	4	3	2	3	29	5	3	3	2	4	3	20	5	4	5	2	5	5	26	4	4	3	4	3	18	3
41	1	4	3	2	3	2	15	2	4	4	3	4	4	3	3	27	3	3	3	3	4	3	19	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	3	19	3
42	3	5	2	4	4	4	22	5	4	3	5	4	4	5	3	33	4	4	3	4	4	3	22	4	4	5	5	5	4	27	3	4	4	4	4	19	4
43	4	4	3	4	4	4	23	2	4	4	3	4	3	3	3	26	4	3	4	4	4	3	22	5	4	4	4	4	5	26	4	3	4	5	4	20	4
44	2	4	2	2	2	2	14	3	3	4	2	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	23	5	4	5	3	4	4	25	2	3	3	3	3	14	3
45	4	4	2	4	4	4	22	4	4	2	4	4	4	4	4	30	3	3	4	3	4	2	19	4	4	3	4	4	3	22	2	4	4	3	3	16	3
46	4	5	2	5	5	4	25	5	4	4	4	5	3	5	4	34	4	3	5	4	5	4	25	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	4	23	4
47	3	4	3	4	2	4	20	3	4	5	2	3	4	4	2	27	3	4	3	3	4	4	21	4	4	3	3	3	4	21	3	2	2	3	2	12	2
48	2	4	2	2	3	2	15	1	2	3	2	3	2	2	1	16	1	2	2	1	1	1	8	3	2	4	2	1	3	15	1	1	2	2	1	7	1
49	4	4	3	4	3	3	21	3	2	2	3	4	3	3	2	22	2	2	2	2	3	2	13	3	2	3	2	3	3	16	3	2	2	2	2	11	2
50	4	3	4	2	2	3	18	4	4	2	4	3	4	4	3	28	2	3	4	3	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	2	3	2	2	13	2
51	4	3	3	4	4	3	21	3	2	3	2	4	3	2	4	23	2	3	3	4	3	3	18	3	4	4	4	4	5	24	3	4	4	3	1	15	2
52	3	4	2	3	2	4	18	4	4	4	3	5	3	4	2	29	3	3	4	4	4	3	21	4	4	5	4	5	5	27	3	4	4	5	3	19	4
53	4	3	4	4	4	2	21	2	4	4	2	2	3	4	2	23	4	3	4	3	4	3	21	4	2	4	3	4	4	21	4	4	3	3	3	17	3
54	1	4	2	3	5	4	19	3	1	4	1	4	3	4	3	23	4	4	3	5	3	3	22	5	5	3	5	5	5	28	4	2	4	2	2	14	3
55	3	4	3	4	4	3	21	3	4	4	4	4	3	4	3	29	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	4	26	4	4	3	3	4	18	3
56	3	4	2	4	3	3	19	2	2	2	2	4	2	4	2	20	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	2	2	16	3
57	3	4	3	4	4	2	20	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3	3	4	3	3	3	19	4	3	4	3	4	4	22	4	3	3	4	3	17	4
58	3	4	3	3	3	2	18	3	3	4	2	3	3	3	2	23	2	2	2	3	4	4	17	3	3	4	3	4	4	21	4	2	3	3	2	14	3

59	3	4	4	2	2	3	18	3	4	4	3	4	4	4	1	27	4	3	4	3	5	4	23	4	4	3	3	4	4	22	5	4	3	4	5	21	3
60	3	4	2	3	4	2	18	2	4	2	1	4	4	3	3	23	4	3	2	1	4	3	17	3	3	3	1	3	4	17	2	3	2	3	3	13	2
61	3	4	4	2	2	4	19	4	4	3	4	4	3	4	1	27	4	3	3	3	5	3	23	4	4	4	3	4	5	24	5	3	2	4	3	17	4
62	3	4	4	2	1	3	17	3	4	5	3	4	3	4	1	27	1	1	4	3	4	3	16	4	3	4	3	4	4	22	3	3	3	3	2	14	3
63	3	4	3	3	4	3	20	4	2	3	3	4	4	4	3	27	2	2	3	3	3	2	15	4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3	2	14	3
64	2	4	2	2	4	4	18	3	2	4	3	4	3	2	3	24	2	2	3	3	3	2	15	3	3	3	3	4	4	20	2	2	2	3	2	11	3
65	3	4	2	3	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	4	4	20	4	3	3	3	2	15	3
66	2	4	4	1	2	2	15	1	4	2	2	4	2	2	2	19	3	2	4	3	4	3	19	4	3	4	2	4	4	21	1	3	3	4	3	14	2
67	2	3	1	2	2	3	13	1	3	1	1	3	1	1	4	15	1	1	3	2	3	2	12	2	3	3	3	4	4	19	3	2	2	2	2	11	2
68	1	4	1	1	3	1	11	3	2	3	2	3	2	3	3	21	2	3	2	3	3	3	16	2	2	4	2	4	3	17	3	2	3	2	3	13	1
69	2	4	2	3	3	3	17	4	4	3	4	4	4	3	3	29	2	4	3	4	4	4	21	4	4	3	3	4	4	22	3	4	3	4	4	18	2
70	2	4	2	4	5	5	22	4	4	3	5	5	3	2	3	29	5	4	3	2	4	4	22	5	3	4	4	4	3	23	4	3	3	3	3	16	2
71	4	4	3	2	2	3	18	4	4	4	2	4	4	2	3	27	4	3	4	3	4	3	21	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	8	4
72	2	4	2	2	4	2	16	4	3	4	3	3	4	4	2	27	3	2	3	3	4	3	18	3	4	4	2	4	4	21	3	4	4	3	3	17	2
73	4	4	2	4	4	4	22	2	3	2	3	4	4	3	2	23	3	2	3	2	3	3	16	4	4	4	3	4	3	22	2	3	3	2	2	12	4
74	4	4	3	4	2	3	20	4	4	4	2	4	4	4	4	30	2	2	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	4	22	2	2	2	4	2	12	4
75	1	5	1	1	1	4	13	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	2	5	4	25	4	4	2	3	4	17	2
76	4	4	1	1	4	4	18	5	4	4	1	4	3	1	4	26	4	3	4	4	4	3	22	5	4	4	4	4	3	24	3	4	3	4	5	19	2
77	2	4	2	2	2	4	16	3	3	4	4	4	4	3	3	28	3	3	3	2	5	2	18	4	3	4	3	4	3	21	3	3	3	3	3	15	2
78	2	4	2	2	4	3	17	3	3	4	4	4	3	1	1	23	2	2	3	1	5	2	15	4	3	5	4	4	3	23	3	2	2	3	2	12	2
79	4	4	2	2	4	4	20	2	3	4	2	4	3	4	5	27	4	2	3	4	4	2	19	4	3	4	3	5	3	22	4	4	3	4	3	18	2
80	3	4	3	4	4	4	22	1	4	4	3	4	4	2	2	24	2	1	2	2	2	4	13	4	3	4	1	4	4	20	2	4	4	4	2	16	2
81	3	4	2	4	4	2	19	1	4	4	3	4	4	2	2	24	2	1	2	2	2	4	13	4	3	4	1	4	4	20	2	4	4	1	1	12	2
82	2	5	2	2	4	4	19	4	2	2	2	3	3	2	3	21	3	3	3	4	3	3	19	2	2	4	4	4	4	20	2	3	3	3	3	14	2
83	3	4	2	4	4	2	19	1	4	4	4	4	4	1	2	24	2	2	2	4	2	4	16	4	4	2	4	2	4	20	1	4	4	1	1	11	2
84	5	2	4	1	3	5	20	4	4	4	4	4	4	2	2	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	1	21	4	4	4	4	2	18	4
85	2	2	3	4	3	4	18	3	4	4	3	4	4	4	3	29	4	3	4	3	4	4	22	4	4	5	4	5	3	25	4	4	4	4	4	20	4
86	3	5	2	3	2	4	19	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3	4	3	3	4	4	21	5	4	5	3	5	3	25	4	4	4	4	4	20	4
87	5	3	4	3	5	3	23	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	3	5	3	4	3	22	4	4	5	4	5	3	25	4	3	3	4	4	18	4
88	3	4	3	3	3	3	19	4	4	3	3	4	3	3	3	27	4	3	4	4	4	3	22	4	4	5	3	4	3	23	4	3	4	4	3	18	4
89	3	3	3	3	2	3	17	4	4	4	3	5	5	3	4	32	3	4	4	4	4	3	22	4	3	4	4	5	3	23	4	4	3	3	4	18	4

90	2	3	2	3	3	2	15	3	4	4	3	4	4	3	4	29	3	4	4	4	5	5	25	5	3	4	4	4	3	23	4	4	4	3	4	19	4
91	3	4	2	2	3	3	17	3	4	4	3	4	4	3	3	28	4	3	4	3	4	4	22	5	4	5	3	4	3	24	3	4	4	3	3	17	3
92	2	4	2	1	1	2	12	4	4	4	4	4	3	4	3	30	4	3	4	3	4	3	21	5	4	4	4	4	3	24	3	3	4	4	4	18	3
93	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	5	3	3	3	30	4	3	4	3	4	4	22	4	4	5	3	5	3	24	3	4	4	4	4	19	4
94	2	4	3	2	3	3	17	4	4	4	4	4	3	4	3	30	3	4	4	3	5	3	22	4	4	4	4	5	3	24	4	4	3	4	4	19	4
95	3	4	5	3	3	3	21	3	4	4	3	4	3	3	3	27	3	4	4	3	4	4	22	5	3	5	3	5	3	24	4	4	4	4	4	20	4
96	3	4	4	3	3	4	21	3	4	4	3	5	3	3	3	28	3	3	4	4	5	5	24	5	3	5	3	4	3	23	4	4	4	4	4	20	4
97	2	3	2	3	2	3	15	4	4	4	5	5	5	4	2	33	4	3	3	4	4	4	22	4	3	5	4	5	3	24	3	4	4	4	4	19	3
98	2	3	2	3	3	2	15	3	3	4	4	4	3	3	2	26	4	3	4	3	4	4	22	5	3	5	5	5	3	26	3	4	4	4	4	19	3
99	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	5	4	4	3	32	4	3	4	4	4	3	22	4	3	4	4	4	3	22	4	4	3	4	4	19	4
100	5	4	2	5	5	4	25	4	4	4	4	4	4	2	2	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	1	21	4	4	4	4	2	18	4

Hasil Jawaban Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNSULTRA

	Dimensi Tangible							Dimensi Rehability									Dimensi Responsiveness							Dimensi Assurance							Dimensi Empathy						KL
Resp.	1	2	3	4	5	6	TOT	7	8	9	10	11	12	13	14	TOT	15	16	17	18	19	20	TOT	21	22	23	24	25	26	TOT	27	28	29	30	31	TOT	32
1	1	4	2	2	4	1	14	2	4	3	3	4	3	4	1	24	4	5	4	4	3	4	24	2	2	4	2	4	5	19	4	5	5	4	4	22	4
2	3	4	4	3	4	2	20	4	4	4	3	3	4	4	3	29	3	3	4	4	4	3	21	3	4	2	4	4	5	22	3	4	3	4	4	18	3
3	2	4	3	2	4	1	16	4	2	3	2	3	3	2	1	20	4	2	5	2	2	4	19	4	3	3	4	3	1	18	4	2	4	3	3	16	3
4	2	4	2	2	4	2	16	2	5	4	4	4	4	4	5	32	5	3	4	5	4	5	26	4	4	4	4	4	1	21	4	2	4	4	4	18	4
5	2	4	2	2	4	2	16	2	1	2	4	4	2	3	4	22	2	3	4	2	2	2	15	4	3	3	4	3	1	18	4	2	4	2	4	16	2
6	3	3	4	3	2	3	18	5	4	4	3	4	5	5	4	34	3	3	3	3	4	3	19	3	4	5	3	3	3	21	4	3	5	3	5	20	4
7	2	3	4	3	2	3	17	3	4	3	4	3	5	4	4	30	3	4	3	3	4	3	20	4	3	3	4	3	3	20	2	5	3	3	3	16	3
8	3	3	3	3	2	3	16	5	4	4	3	5	3	4	5	33	3	3	2	3	4	3	18	3	4	3	4	3	3	20	2	3	3	4	3	15	3
9	2	5	2	3	3	3	18	4	4	4	3	4	4	3	3	29	4	4	4	4	1	3	20	5	3	2	4	4	3	21	3	3	3	4	3	16	3
10	2	4	1	2	3	2	14	3	2	1	4	4	3	3	4	24	3	3	3	2	4	3	18	4	4	4	2	4	2	20	3	3	3	3	3	15	2
11	3	3	3	2	2	4	17	4	4	4	5	4	3	4	5	33	4	3	4	4	5	5	25	5	4	4	5	5	3	26	4	4	4	4	4	20	4
12	3	4	2	3	2	2	16	4	4	4	3	4	3	3	5	30	4	5	4	3	4	4	24	4	3	4	4	4	3	22	5	4	3	4	4	20	4
13	2	4	2	2	3	2	15	3	2	4	4	4	4	2	2	25	2	3	4	4	3	3	19	4	3	4	3	4	3	21	3	3	3	4	3	16	2
14	2	4	3	2	2	3	16	4	4	4	4	5	4	4	3	32	5	4	4	5	4	3	25	3	4	4	4	4	5	24	5	4	5	4	3	21	4
15	3	5	2	2	4	2	18	2	4	2	4	4	5	4	3	28	3	4	3	4	2	4	20	4	4	2	4	1	2	17	4	4	4	2	3	17	3
16	3	4	2	2	3	2	16	3	2	4	2	2	2	2	3	20	4	3	2	1	4	2	16	1	2	4	4	5	5	21	4	2	4	2	4	16	2

Hasil Jawaban Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Dharma Barata

	Dimensi Tangible							Dimensi Reliability									Dimensi Responsiveness							Dimensi Assurance							Dimensi Empathy							KL
Resp.	1	2	3	4	5	6	TOT	7	8	9	10	11	12	13	14	TOT	15	16	17	18	19	20	TOT	21	22	23	24	25	26	TOT	27	28	29	30	31	TOT	32
1	2	5	5	2	2	2	18	3	5	3	4	4	2	2	2	25	3	4	3	4	3	5	22	5	3	5	2	3	1	19	5	2	4	3	5	19	4
2	3	4	2	4	2	2	17	4	3	2	2	4	4	4	1	24	1	2	5	4	3	4	19	4	3	4	3	4	1	19	2	4	3	4	2	15	3
3	3	5	4	4	5	2	23	5	3	4	4	4	3	4	4	31	5	3	4	3	5	4	24	4	4	5	2	4	2	21	4	4	3	4	4	19	4
4	4	4	4	3	4	2	21	4	4	2	4	2	4	4	3	27	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	19	3
5	3	4	2	3	2	2	16	3	3	4	2	4	3	3	2	24	4	1	4	3	2	3	17	4	4	4	3	3	2	20	2	1	3	3	2	11	2
6	4	4	2	3	4	2	19	3	3	3	3	4	4	3	2	25	3	3	4	3	3	3	19	3	3	4	4	4	3	21	3	3	4	3	3	16	3
7	3	4	4	2	2	1	16	3	3	4	2	4	4	4	2	26	4	3	3	2	4	2	18	4	3	4	3	4	3	21	5	2	3	3	4	17	3
8	3	4	3	2	1	1	14	1	2	4	3	4	3	2	2	21	3	3	2	2	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	2	17	3
9	5	3	5	5	4	4	26	4	3	3	5	4	3	4	5	31	5	3	4	3	3	3	21	4	4	5	4	4	5	26	4	4	3	4	4	19	4
10	3	4	3	3	4	2	19	4	4	4	3	4	5	4	3	31	4	4	3	4	2	4	21	5	4	4	4	5	4	26	4	3	3	4	4	18	3
11	4	4	4	2	3	2	19	3	3	4	3	4	3	3	3	26	4	3	5	3	4	4	23	4	3	4	3	4	4	22	3	5	3	3	4	18	4
12	4	4	2	1	3	1	15	3	3	4	2	4	3	4	1	24	4	3	4	5	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	4	17	4
13	4	4	4	2	3	2	19	4	5	4	4	2	5	4	2	30	2	4	2	4	4	4	20	4	4	4	0	3	3	18	4	4	4	4	2	18	2
14	4	4	2	3	2	2	17	5	4	4	2	4	4	3	2	28	4	2	4	4	4	2	20	4	4	5	4	4	4	25	4	2	2	4	4	16	3
15	4	5	3	4	4	2	22	3	4	4	4	2	2	4	2	25	4	5	4	4	4	3	24	4	4	5	4	5	5	27	4	4	4	4	4	20	4
16	4	5	3	4	3	2	21	3	3	4	3	4	5	4	4	30	3	3	5	5	4	3	23	5	3	4	4	5	4	25	4	3	3	4	4	18	4
17	3	4	4	3	3	3	20	4	4	4	3	4	4	4	3	30	4	3	2	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	3	18	3
18	4	5	2	2	4	5	22	4	4	2	4	4	4	3	4	29	3	4	3	2	4	4	20	4	4	4	5	3	4	24	2	4	2	4	2	14	2
19	3	3	2	2	2	2	14	2	2	3	3	3	4	4	3	24	3	2	3	4	2	2	16	4	3	3	3	4	3	20	4	2	3	1	2	12	2
20	3	4	3	3	4	1	18	5	3	4	2	4	3	3	1	25	2	1	3	3	3	2	14	5	3	5	4	4	3	24	3	3	3	3	3	15	3
21	3	4	2	3	3	3	18	4	4	3	2	3	4	3	2	25	4	3	4	2	4	3	20	4	4	4	3	4	3	22	4	4	3	2	3	16	3
22	2	2	2	1	2	2	11	3	3	4	2	3	3	3	1	22	3	3	4	5	4	2	21	4	2	4	2	4	5	21	3	3	2	3	2	13	3
23	3	5	4	3	3	3	21	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	3	4	4	5	4	24	4	3	4	4	4	3	22	5	4	3	4	4	20	4
24	3	4	3	3	3	2	18	3	3	3	3	4	3	3	3	25	3	2	5	4	3	3	20	4	4	4	3	3	3	21	2	3	3	3	3	14	3
25	3	4	3	3	4	2	19	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3	3	4	4	2	4	20	4	4	4	4	4	2	22	3	4	3	3	3	16	3

Hasil Jawaban Pengaruh Persepsi Terhadap Kealitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNHALU

	Dimensi Tangible		Dimensi Reliability		Dimensi Responsiveness		Dimensi Assurance		Dimensi Empathy		
RESP.	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	KM
1	23	3.83	33	4.13	23	3.83	23	3.83	19	3.80	4
2	21	3.50	24	3.00	18	3.00	21	3.50	14	2.80	3
3	21	3.50	28	3.50	21	3.50	25	4.17	20	4.00	4
4	19	3.17	25	3.13	22	3.67	22	3.67	14	2.80	2
5	12	2.00	20	2.50	10	1.67	21	3.50	12	2.40	2
6	15	2.50	23	2.88	21	3.50	20	3.33	15	3.00	2
7	16	2.67	26	3.25	16	2.67	23	3.83	17	3.40	2
8	22	3.67	29	3.63	22	3.67	18	3.00	21	4.20	3
9	13	2.17	23	2.88	11	1.83	16	2.67	13	2.60	3
10	18	3.00	25	3.13	16	2.67	24	4.00	16	3.20	4
11	18	3.00	28	3.50	20	3.33	20	3.33	15	3.00	2
12	20	3.33	30	3.75	20	3.33	21	3.50	17	3.40	2
13	16	2.67	31	3.88	23	3.83	19	3.17	18	3.60	2
14	19	3.17	25	3.13	14	2.33	24	4.00	12	2.40	2
15	19	3.17	25	3.13	18	3.00	23	3.83	21	4.20	3
16	13	2.17	23	2.88	14	2.33	21	3.50	11	2.20	2
17	15	2.50	20	2.50	16	2.67	16	2.67	13	2.60	3
18	19	3.17	30	3.75	20	3.33	23	3.83	17	3.40	4
19	14	2.33	17	2.13	17	2.83	16	2.67	15	3.00	1
20	14	2.33	19	2.38	20	3.33	16	2.67	16	3.20	1
21	21	3.50	27	3.38	16	2.67	21	3.50	11	2.20	2
22	21	3.50	25	3.13	16	2.67	17	2.83	11	2.20	2
23	15	2.50	26	3.25	16	2.67	17	2.83	12	2.40	1
24	16	2.67	24	3.00	16	2.67	21	3.50	15	3.00	3
25	18	3.00	26	3.25	21	3.50	24	4.00	15	3.00	3
26	14	2.33	23	2.88	19	3.17	23	3.83	15	3.00	1

27	22	3.67	32	4.00	24	4.00	25	4.17	18	3.60	3
28	14	2.33	26	3.25	22	3.67	24	4.00	20	4.00	4
29	18	3.00	28	3.50	21	3.50	23	3.83	18	3.60	4
30	26	4.33	24	3.00	26	4.33	27	4.50	20	4.00	2
31	24	4.00	30	3.75	22	3.67	25	4.17	17	3.40	3
32	25	4.17	31	3.88	21	3.50	26	4.33	20	4.00	5
33	18	3.00	28	3.50	24	4.00	22	3.67	19	3.80	5
34	22	3.67	31	3.88	26	4.33	26	4.33	20	4.00	4
35	22	3.67	28	3.50	26	4.33	27	4.50	22	4.40	4
36	22	3.67	28	3.50	22	3.67	25	4.17	17	3.40	3
37	22	3.67	27	3.38	15	2.50	26	4.33	8	1.60	2
38	14	2.33	30	3.75	21	3.50	22	3.67	15	3.00	2
39	15	2.50	27	3.38	14	2.33	18	3.00	7	1.40	2
40	13	2.17	29	3.63	20	3.33	26	4.33	18	3.60	3
41	15	2.50	27	3.38	19	3.17	23	3.83	19	3.80	3
42	22	3.67	33	4.13	22	3.67	27	4.50	19	3.80	4
43	23	3.83	26	3.25	22	3.67	26	4.33	20	4.00	4
44	14	2.33	28	3.50	23	3.83	25	4.17	14	2.80	3
45	22	3.67	30	3.75	19	3.17	22	3.67	16	3.20	3
46	25	4.17	34	4.25	25	4.17	27	4.50	23	4.60	4
47	20	3.33	27	3.38	21	3.50	21	3.50	12	2.40	2
48	15	2.50	16	2.00	8	1.33	15	2.50	7	1.40	1
49	21	3.50	22	2.75	13	2.17	16	2.67	11	2.20	2
50	18	3.00	28	3.50	19	3.17	23	3.83	13	2.60	2
51	21	3.50	23	2.88	18	3.00	24	4.00	15	3.00	2
52	18	3.00	29	3.63	21	3.50	27	4.50	19	3.80	4
53	21	3.50	23	2.88	21	3.50	21	3.50	17	3.40	3
54	19	3.17	23	2.88	22	3.67	28	4.67	14	2.80	3
55	21	3.50	29	3.63	24	4.00	26	4.33	18	3.60	3
56	19	3.17	20	2.50	22	3.67	25	4.17	16	3.20	3

57	20	3.33	31	3.88	19	3.17	22	3.67	17	3.40	4
58	18	3.00	23	2.88	17	2.83	21	3.50	14	2.80	3
59	18	3.00	27	3.38	23	3.83	22	3.67	21	4.20	3
60	18	3.00	23	2.88	17	2.83	17	2.83	13	2.60	2
61	19	3.17	27	3.38	21	3.50	24	4.00	17	3.40	4
62	17	2.83	27	3.38	16	2.67	22	3.67	14	2.80	3
63	20	3.33	27	3.38	15	2.50	23	3.83	14	2.80	3
64	18	3.00	24	3.00	15	2.50	20	3.33	11	2.20	3
65	19	3.17	31	3.88	19	3.17	20	3.33	15	3.00	3
66	15	2.50	19	2.38	19	3.17	21	3.50	14	2.80	2
67	13	2.17	15	1.88	12	2.00	19	3.17	11	2.20	2
68	11	1.83	21	2.63	16	2.67	17	2.83	13	2.60	1
69	17	2.83	29	3.63	21	3.50	22	3.67	18	3.60	2
70	22	3.67	29	3.63	22	3.67	23	3.83	16	3.20	2
71	18	3.00	27	3.38	21	3.50	24	4.00	18	3.60	4
72	16	2.67	27	3.38	18	3.00	21	3.50	17	3.40	2
73	22	3.67	23	2.88	16	2.67	22	3.67	12	2.40	4
74	20	3.33	30	3.75	20	3.33	22	3.67	12	2.40	4
75	13	2.17	33	4.13	25	4.17	25	4.17	17	3.40	2
76	18	3.00	26	3.25	22	3.67	24	4.00	19	3.80	2
77	16	2.67	28	3.50	18	3.00	21	3.50	15	3.00	2
78	17	2.83	23	2.88	15	2.50	23	3.83	12	2.40	2
79	20	3.33	27	3.38	19	3.17	22	3.67	18	3.60	2
80	22	3.67	24	3.00	13	2.17	20	3.33	16	3.20	2
81	19	3.17	24	3.00	13	2.17	20	3.33	12	2.40	2
82	19	3.17	21	2.63	19	3.17	20	3.33	14	2.80	2
83	19	3.17	24	3.00	16	2.67	20	3.33	11	2.20	2
84	20	3.33	28	3.50	24	4.00	21	3.50	18	3.60	4
85	18	3.00	29	3.63	22	3.67	25	4.17	20	4.00	4
86	19	3.17	30	3.75	21	3.50	25	4.17	20	4.00	4

87	23	3.83	31	3.88	22	3.67	25	4.17	18	3.60	4
88	19	3.17	27	3.38	22	3.67	23	3.83	18	3.60	4
89	17	2.83	32	4.00	22	3.67	23	3.83	18	3.60	4
90	15	2.50	29	3.63	25	4.17	23	3.83	19	3.80	4
91	17	2.83	28	3.50	22	3.67	24	4.00	17	3.40	3
92	12	2.00	30	3.75	21	3.50	24	4.00	18	3.60	3
93	19	3.17	30	3.75	22	3.67	24	4.00	19	3.80	4
94	17	2.83	30	3.75	22	3.67	24	4.00	19	3.80	4
95	21	3.50	27	3.38	22	3.67	24	4.00	20	4.00	4
96	21	3.50	28	3.50	24	4.00	23	3.83	20	4.00	4
97	15	2.50	33	4.13	22	3.67	24	4.00	19	3.80	3
98	15	2.50	26	3.25	22	3.67	26	4.33	19	3.80	3
99	19	3.17	32	4.00	22	3.67	22	3.67	19	3.80	4
100	25	4.17	28	3.50	24	4.00	21	3.50	18	3.60	4

Hasil Jawaban Pengaruh Persepsi Pengaruh Tentang Kualitas layanan Terhadap kepuasan Mahasiswa UNSULTRA

	Dimensi Tangible		Dimensi Reliability		Dimensi Responsiveness		Dimensi Assurance		Dimensi Empathy		
RESP.	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	KM
1	14	2.33	24	3.00	24	4.00	19	3.17	22	4.40	4
2	20	3.33	29	3.63	21	3.50	22	3.67	18	3.60	3
3	16	2.67	20	2.50	19	3.17	18	3.00	16	3.20	3
4	16	2.67	32	4.00	26	4.33	21	3.50	18	3.60	4
5	16	2.67	22	2.75	15	2.50	18	3.00	16	3.20	2
6	18	3.00	34	4.25	19	3.17	21	3.50	20	4.00	4
7	17	2.83	30	3.75	20	3.33	20	3.33	16	3.20	3
8	16	2.67	33	4.13	18	3.00	20	3.33	15	3.00	3
9	18	3.00	29	3.63	20	3.33	21	3.50	16	3.20	3
10	14	2.33	24	3.00	18	3.00	20	3.33	15	3.00	2
11	17	2.83	33	4.13	25	4.17	26	4.33	20	4.00	4
12	16	2.67	30	3.75	24	4.00	22	3.67	20	4.00	4
13	15	2.50	25	3.13	19	3.17	21	3.50	16	3.20	2
14	16	2.67	32	4.00	25	4.17	24	4.00	21	4.20	4
15	18	3.00	28	3.50	20	3.33	17	2.83	17	3.40	3
16	16	2.67	20	2.50	16	2.67	21	3.50	16	3.20	2

Hasil Jawaban Pengaruh Persepsi Terhadap Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Dharma Barata

	Dimensi Tangible		Dimensi Reliability		Dimensi Responsiveness		Dimensi Assurance		Dimensi Empathy		
RESP.	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	TOTAL	RATA-RATA	KM
1	18	3.00	25	3.13	22	3.67	19	3.80	19	3.80	4
2	17	2.83	24	3.00	19	3.17	19	3.80	15	3.00	3
3	23	3.83	31	3.88	24	4.00	21	4.20	19	3.80	4
4	21	3.50	27	3.38	22	3.67	24	4.80	19	3.80	3
5	16	2.67	24	3.00	17	2.83	11	2.20	11	2.20	2
6	19	3.17	25	3.13	19	3.17	16	3.20	16	3.20	3
7	16	2.67	26	3.25	18	3.00	17	3.40	17	3.40	3
8	14	2.33	21	2.63	18	3.00	17	3.40	17	3.40	3
9	26	4.33	31	3.88	21	3.50	19	3.80	19	3.80	4
10	19	3.17	31	3.88	21	3.50	18	3.60	18	3.60	3
11	19	3.17	26	3.25	23	3.83	18	3.60	18	3.60	4
12	15	2.50	24	3 00	24	4.00	17	3.40	17	3.40	4
13	19	3.17	30	3 75	20	3.33	18	3.60	18	3.60	2
14	17	2.83	28	3.50	20	3.33	16	3.20	16	3.20	3
15	22	3.67	25	3.13	24	4.00	20	4.00	20	4.00	4
16	21	3.50	30	3.75	23	3.83	18	3.60	18	3.60	4
17	20	3.33	30	3.75	21	3.50	18	3.60	18	3.60	3
18	22	3.67	29	3.63	20	3.33	14	2.80	14	2.80	2
19	14	2.33	24	3.00	16	2.67	12	2.40	12	2.40	2
20	18	3.00	25	3.13	14	2.33	15	3.00	15	3.00	3
21	18	3.00	25	3.13	20	3.33	16	3.20	16	3.20	3
22	11	1.83	22	2.75	21	3.50	13	2.60	13	2.60	3
23	21	3.50	31	3.88	24	4.00	20	4.00	20	4.00	4
24	18	3.00	25	3.13	20	3.33	14	2.80	14	2.80	3
25	19	3.17	30	3.75	20	3.33	16	3.20	16	3.20	3

LAMPIRAN III

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN

Dimensi Tangible

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	TOTTANG
X11	Pearson Correlation	1,000	,453*	,543**	,160	,319	-,032	,577**
	Sig. (2-tailed)	.	,012	,002	,399	,086	,868	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	,453*	1,000	,258	,233	,359	,147	,516**
	Sig. (2-tailed)	,012	.	,168	,215	,051	,440	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	,543**	,258	1,000	,310	,282	,195	,649**
	Sig. (2-tailed)	,002	,168	.	,095	,131	,301	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	,160	,233	,310	1,000	,616**	,844**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,399	,215	,095	.	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	,319	,359	,282	,616**	1,000	,819**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,086	,051	,131	,000	.	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	-,032	,147	,195	,844**	,819**	1,000	,719**
	Sig. (2-tailed)	,868	,440	,301	,000	,000	.	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTTANG	Pearson Correlation	,577**	,516**	,649**	,808**	,785**	,719**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,000	,000	,000	,000	.
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dimensi Reliability

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	TOTRELIA
X21	Pearson Correlation	1,000	,689**	,264	,410*	,333	,377*	,442*	,301	,607**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,176	,025	,072	,040	,014	,106	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	,689**	1,000	,567**	,437*	,286	,426*	,479**	,114	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,001	,016	,125	,019	,007	,549	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	,264	,567**	1,000	,149	,333	,194	,311	,086	,536**
	Sig. (2-tailed)	,176	,001	.	,432	,072	,305	,094	,649	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	,410*	,437*	,149	1,000	,138	,308	,135	,220	,599**
	Sig. (2-tailed)	,025	,016	,432	.	,467	,098	,478	,243	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	,333	,286	,333	,138	1,000	,329	,291	,107	,501**
	Sig. (2-tailed)	,072	,125	,072	,467	.	,076	,118	,575	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	,377*	,426*	,194	,308	,329	1,000	,544**	-,100	,595**
	Sig. (2-tailed)	,040	,019	,305	,098	,076	.	,002	,598	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X27	Pearson Correlation	,442*	,479**	,311	,135	,291	,544**	1,000	-,013	,627**
	Sig. (2-tailed)	,014	,007	,094	,478	,118	,002	.	,944	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X28	Pearson Correlation	,301	,114	,086	,220	,107	-,100	-,013	1,000	,417*
	Sig. (2-tailed)	,106	,549	,649	,243	,575	,599	,944	.	,022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTRELIA	Pearson Correlation	,607**	,811**	,536**	,599**	,501**	,595**	,627**	,417*	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,005	,001	,000	,022	.
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dimensi Responsiveness

Correlations

		X31	X32	X33	X34	X35	X36	TOTRESP
X31	Pearson Correlation	1,000	,399*	,530**	,391*	,524**	,200	,709**
	Sig. (2-tailed)	.	,029	,003	,033	,003	,290	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X32	Pearson Correlation	,399*	1,000	,234	,537**	,167	,632**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,029	.	,212	,002	,377	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X33	Pearson Correlation	,530**	,234	1,000	,317	,494**	,026	,595**
	Sig. (2-tailed)	,003	,212	.	,088	,006	,891	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X34	Pearson Correlation	,391*	,537**	,317	1,000	,323	,454*	,769**
	Sig. (2-tailed)	,033	,002	,088	.	,081	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X35	Pearson Correlation	,524**	,167	,494**	,323	1,000	,237	,616**
	Sig. (2-tailed)	,003	,377	,006	,081	.	,206	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X36	Pearson Correlation	,200	,632**	,026	,454*	,237	1,000	,656**
	Sig. (2-tailed)	,290	,000	,891	,012	,206	.	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTRESP	Pearson Correlation	,709**	,755**	,595**	,769**	,616**	,656**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	.
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dimensi Assurance

Correlations

		X41	X42	X43	X44	X45	X46	TOTASSU
X41	Pearson Correlation	1,000	,000	,440*	,325	,333	-,015	,522**
	Sig. (2-tailed)	.	1,000	,015	,080	,072	,939	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30
X42	Pearson Correlation	,000	1,000	,306	,272	-,259	,328	,459*
	Sig. (2-tailed)	1,000	.	,100	,146	,168	,077	,011
	N	30	30	30	30	30	30	30
X43	Pearson Correlation	,440*	,306	1,000	,359	,221	,193	,671**
	Sig. (2-tailed)	,015	,100	.	,051	,241	,308	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X44	Pearson Correlation	,325	,272	,359	1,000	,294	,436*	,797**
	Sig. (2-tailed)	,080	,146	,051	.	,115	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X45	Pearson Correlation	,333	-,259	,221	,294	1,000	,296	,486**
	Sig. (2-tailed)	,072	,168	,241	,115	.	,113	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30
X46	Pearson Correlation	-,015	,328	,193	,436*	,296	1,000	,657**
	Sig. (2-tailed)	,939	,077	,306	,016	,113	.	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTASSU	Pearson Correlation	,522**	,459*	,671**	,797**	,486**	,657**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,003	,011	,000	,000	,007	,000	.
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dimensi Empathy

Correlations

		X51	X52	X53	X54	X55	TOTEMPAT
X51	Pearson Correlation	1,000	,781**	,249	,307	,175	,800**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,185	,099	,355	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X52	Pearson Correlation	,781**	1,000	,428*	,334	,176	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,018	,071	,352	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X53	Pearson Correlation	,249	,428*	1,000	,083	,051	,464**
	Sig. (2-tailed)	,185	,018	.	,661	,788	,010
	N	30	30	30	30	30	30
X54	Pearson Correlation	,307	,334	,083	1,000	,286	,606**
	Sig. (2-tailed)	,099	,071	,661	.	,126	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X55	Pearson Correlation	,175	,176	,051	,286	1,000	,556**
	Sig. (2-tailed)	,355	,352	,788	,126	.	,001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTEMPAT	Pearson Correlation	,800**	,830**	,464**	,606**	,556**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	,000	,001	.
	N	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN

Dimensi Tangible

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X11	2,9000	1,0939	30,0
2.	X12	3,8333	,5921	30,0
3.	X13	2,8000	1,1265	30,0
4.	X14	2,9000	1,1250	30,0
5.	X15	3,0333	,9994	30,0
6.	X16	2,6000	1,1919	30,0

N of Cases = 30,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3,0111	2,6000	3,8333	1,2333	1,4744	,1830

Reliability Coefficients 6 items

Alpha = ,7614 Standardized item alpha = ,7666

Dimensi Reliability

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X21	3,2333	1,0063	30,0
2.	X22	3,4000	,8550	30,0
3.	X23	3,7667	,6261	30,0
4.	X24	3,2000	,8867	30,0
5.	X25	3,8667	,5074	30,0
6.	X26	3,6667	,7581	30,0
7.	X27	3,3667	,8087	30,0
8.	X28	2,6667	1,0613	30,0

N of Cases = 30,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3,3958	2,6667	3,8667	1,2000	1,4500	,1471

Reliability Coefficients 8 items

Alpha = ,7527 Standardized item alpha = ,7664

Dimensi Responsiveness

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X31	3,2000	,8469	30,0
2.	X32	2,7333	,9803	30,0
3.	X33	3,4667	,8604	30,0
4.	X34	3,2333	1,1043	30,0
5.	X35	3,8000	,7144	30,0
6.	X36	3,1667	1,0199	30,0

N of Cases = 30,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3,2667	2,7333	3,8000	1,0667	1,3902	,1249

Reliability Coefficients 6 items

Alpha = ,7713 Standardized item alpha = ,7748

Dimensi Assurance

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X41	4,1667	,5307	30,0
2.	X42	3,6000	,5632	30,0
3.	X43	3,9333	,6397	30,0
4.	X44	3,5000	,9002	30,0
5.	X45	4,0667	,5208	30,0
6.	X46	3,8333	,7466	30,0

N of Cases = 30,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3,8500	3,5000	4,1667	,6667	1,1905	,0679

Reliability Coefficients 6 items

Alpha = ,6603 Standardized item alpha = ,6486

Dimensi Empathy

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X51	3,3667	1,0334	30,0
2.	X52	3,5333	,8604	30,0
3.	X53	3,4333	,5683	30,0
4.	X54	3,5333	,7761	30,0
5.	X55	3,1667	,9855	30,0

N of Cases = 30,0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3,4067	3,1667	3,5333	,3667	1,1158	,0230

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = ,6686 Standardized item alpha = ,6680

LAMPIRAN IV

PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNHALU

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KM	2.6800	.9773	100
TANG	3.0655	.5493	100
RELI	3.3277	.4841	100
RESP	3.2626	.6211	100
ASSU	3.7182	.4881	100
EMPA	3.2060	.6688	100

Correlations

		KM	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA
Pearson Correlation	KM	1.000	.398	.544	.502	.532	.582
	TANG	.398	1.000	.348	.342	.360	.293
	RELI	.544	.348	1.000	.626	.539	.559
	RESP	.502	.342	.626	1.000	.602	.774
	ASSU	.532	.360	.539	.602	1.000	.542
	EMPA	.582	.293	.559	.774	.542	1.000
Sig. (1-tailed)	KM	.	.000	.000	.000	.000	.000
	TANG	.000	.	.000	.000	.000	.002
	RELI	.000	.000	.	.000	.000	.000
	RESP	.000	.000	.000	.	.000	.000
	ASSU	.000	.000	.000	.000	.	.000
	EMPA	.000	.002	.000	.000	.000	.
N	KM	100	100	100	100	100	100
	TANG	100	100	100	100	100	100
	RELI	100	100	100	100	100	100
	RESP	100	100	100	100	100	100
	ASSU	100	100	100	100	100	100
	EMPA	100	100	100	100	100	100

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EMPA, TANG, ASSU, RELI, RESP[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KM

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.685[a]	.469	.441	.7309	.469	16.599	5	94	.000	1.424

a. Predictors: (Constant), EMPA, TANG, ASSU, RELI, RESP

b. Dependent Variable: KM

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.341	5	8.868	16.599	.000[a]
	Residual	50.219	94	.534		
	Total	94.560	99			

a. Predictors: (Constant), EMPA, TANG, ASSU, RELI, RESP

b. Dependent Variable: KM

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.361	.643		-3.670	.000	-3.638	-1.083					
	TANG	.303	.147	.170	2.062	.042	.011	.594	.398	.208	.155	.830	1.205
	RELI	.478	.205	.237	2.332	.022	.071	.885	.544	.234	.175	.549	1.823
	RESP	-.208	.208	-.132	-1.002	.319	-.622	.205	.502	-.103	-.075	.323	3.095
	ASSU	.428	.199	.214	2.147	.034	.032	.823	.532	.216	.161	.570	1.753
	EMPA	.565	.177	.387	3.200	.002	.215	.916	.582	.313	.241	.387	2.587

a. Dependent Variable: KM

Coefficient Correlations[a]

Model			EMPA	TANG	ASSU	RELI	RESP
1	Correlations	EMPA	1.000	-.002	-.114	-.115	-.600
		TANG	-.002	1.000	-.165	-.136	-.072
		ASSU	-.114	-.165	1.000	-.215	-.234
		RELI	-.115	-.136	-.215	1.000	-.272
		RESP	-.600	-.072	-.234	-.272	1.000
	Covariances	EMPA	3.121E-02	-4.44E-05	-4.02E-03	-4.18E-03	-2.21E-02
		TANG	-4.44E-05	2.155E-02	-4.83E-03	-4.10E-03	-2.20E-03
		ASSU	-4.02E-03	-4.83E-03	3.970E-02	-8.77E-03	-9.69E-03
		RELI	-4.18E-03	-4.10E-03	-8.77E-03	4.198E-02	-1.16E-02
		RESP	-2.21E-02	-2.20E-03	-9.69E-03	-1.16E-02	4.329E-02

a. Dependent Variable: KM

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA
1	1	5.926	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	3.173E-02	13.667	.05	.28	.00	.06	.00	.18
	3	1.738E-02	18.466	.19	.72	.05	.01	.05	.06
	4	9.620E-03	24.820	.24	.00	.55	.12	.02	.37
	5	8.248E-03	26.805	.04	.00	.33	.33	.38	.31
	6	6.781E-03	29.563	.48	.00	.07	.47	.54	.09

a. Dependent Variable: KM

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.9353	4.5883	2.8800	.6692	100
Std. Predicted Value	-2.906	2.553	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	8.729E-02	.3101	.1721	4.961E-02	100
Adjusted Predicted Value	.9262	4.6431	2.8850	.6762	100
Residual	-1.6670	1.8961	3.952E-16	.7122	100
Std. Residual	-2.281	2.594	.000	.974	100
Stud. Residual	-2.478	2.643	-.003	1.006	100
Deleted Residual	-1.9677	1.9681	-4.98E-03	.7600	100
Stud. Deleted Residual	-2.549	2.732	-.003	1.015	100
Mahal. Distance	.422	16.826	4.950	3.482	100
Cook's Distance	.000	.185	.011	.022	100
Centered Leverage Value	.004	.170	.050	.035	100

a. Dependent Variable: KM

PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNSULTRA

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KM	3.1250	.8062	16
TANG	2.7356	.2589	16
RELI	3.6313	.7870	16
RESP	3.3925	.6112	16
ASSU	3.4456	.3736	16
EMPA	3.5250	.4553	16

Correlations

		KM	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA
Pearson Correlation	KM	1.000	.166	.603	.839	.427	.826
	TANG	.166	1.000	.317	.015	.156	.012
	RELI	.603	.317	1.000	.533	.432	.323
	RESP	.839	.015	.533	1.000	.490	.712
	ASSU	.427	.156	.432	.490	1.000	.456
	EMPA	.826	.012	.323	.712	.456	1.000
Sig. (1-tailed)	KM	.	.270	.007	.000	.050	.000
	TANG	.270	.	.116	.477	.283	.483
	RELI	.007	.116	.	.017	.047	.111
	RESP	.000	.477	.017	.	.027	.001
	ASSU	.050	.283	.047	.027	.	.038
	EMPA	.000	.483	.111	.001	.038	.
N	KM	16	16	16	16	16	16
	TANG	16	16	16	16	16	16
	RELI	16	16	16	16	16	16
	RESP	16	16	16	16	16	16
	ASSU	16	16	16	16	16	16
	EMPA	16	16	16	16	16	16

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EMPA, TANG, RELI, ASSU, RESP[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KM

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.935[a]	.874	.811	.3502	.874	13.898	5	10	.000	2.378

a. Predictors: (Constant), EMPA, TANG, RELI, ASSU, RESP

b. Dependent Variable: KM

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.523	5	1.705	13.898	.000[a]
	Residual	1.227	10	.122		
	Total	9.750	15			

a. Predictors: (Constant), EMPA, TANG, RELI, ASSU, RESP

b. Dependent Variable: KM

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.684	1.282		-2.094	.063	-5.540	.172					
	TANG	.295	.377	.095	.783	.452	-.545	1.135	.166	.240	.088	.859	1.165
	RELI	.253	.150	.247	1.690	.122	-.081	.588	.603	.471	.190	.587	1.704
	RESP	.525	.243	.398	2.163	.056	-.016	1.066	.839	.565	.243	.371	2.692
	ASSU	-.274	.293	-.127	-.936	.371	-.926	.378	.427	-.284	-.105	.684	1.462
	EMPA	.920	.290	.520	3.169	.010	.273	1.567	.826	.708	.355	.468	2.138

a. Dependent Variable: KM

Coefficient Correlations[a]

Model			EMPA	TANG	RELI	ASSU	RESP
1	Correlations	EMPA	1.000	-.020	.141	-.202	-.621
		TANG	-.020	1.000	-.339	-.088	.178
		RELI	.141	-.339	1.000	-.208	-.435
		ASSU	-.202	-.088	-.208	1.000	-.143
		RESP	-.621	.178	-.435	-.143	1.000
	Covariances	EMPA	8.432E-02	-2.19E-03	6.122E-03	-1.72E-02	-4.38E-02
		TANG	-2.19E-03	.142	-1.92E-02	-9.69E-03	1.629E-02
		RELI	6.122E-03	-1.92E-02	2.249E-02	-9.15E-03	-1.58E-02
		ASSU	-1.72E-02	-9.69E-03	-9.15E-03	8.566E-02	-1.02E-02
		RESP	-4.38E-02	1.629E-02	-1.58E-02	-1.02E-02	5.892E-02

a. Dependent Variable: KM

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA
1	1	5.936	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	2.849E-02	14.433	.03	.03	.52	.03	.01	.00
	3	2.112E-02	16.765	.01	.07	.23	.20	.00	.06
	4	6.501E-03	30.216	.00	.22	.00	.10	.83	.01
	5	4.995E-03	34.471	.00	.06	.17	.67	.04	.85
	6	3.106E-03	43.719	.96	.62	.08	.00	.12	.07

a. Dependent Variable: KM

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.8549	4.1468	3.1250	.7538	16
Std. Predicted Value	-1.685	1.356	.000	1.000	16
Standard Error of Predicted Value	.1546	.2871	.2115	3.657E-02	16
Adjusted Predicted Value	1.6964	4.2264	3.1279	.7865	16
Residual	-.4899	.4830	-3.89E-16	.2860	16
Std. Residual	-1.399	1.379	.000	.816	16
Stud. Residual	-1.559	1.642	-.002	1.007	16
Deleted Residual	-.7246	.6848	-2.92E-03	.4421	16
Stud. Deleted Residual	-1.700	1.823	.006	1.060	16
Mahal. Distance	1.984	9.141	4.688	1.937	16
Cook's Distance	.003	.355	.090	.096	16
Centered Leverage Value	.132	.609	.313	.129	16

a. Dependent Variable: KM

PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA STIE DHARMA BARATA

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KM	3.1600	.6880	25
TANG	3.0868	.5386	25
RELI	3.3476	.3843	25
RESP	3.4060	.4307	25
ASSU	3.4080	.5816	25
EMPA	3.3200	.4865	25

Correlations

		KM	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA
Pearson Correlation	KM	1.000	.372	.178	.709	.601	.712
	TANG	.372	1.000	.755	.430	.578	.611
	RELI	.178	.755	1.000	.391	.418	.507
	RESP	.709	.430	.391	1.000	.626	.686
	ASSU	.601	.578	.418	.626	1.000	.898
	EMPA	.712	.611	.507	.686	.898	1.000
Sig. (1-tailed)	KM	.	.033	.197	.000	.001	.000
	TANG	.033	.	.000	.016	.001	.001
	RELI	.197	.000	.	.027	.019	.005
	RESP	.000	.016	.027	.	.000	.000
	ASSU	.001	.001	.019	.000	.	.000
	EMPA	.000	.001	.005	.000	.000	.
N	KM	25	25	25	25	25	25
	TANG	25	25	25	25	25	25
	RELI	25	25	25	25	25	25
	RESP	25	25	25	25	25	25
	ASSU	25	25	25	25	25	25
	EMPA	25	25	25	25	25	25

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EMPA, RELI, RESP, TANG, ASSU[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KM

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.826[a]	.682	.598	.4361	.682	8.147	5	19	.000	2.406

a. Predictors: (Constant), EMPA, RELI, RESP, TANG, ASSU

b. Dependent Variable: KM

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.747	5	1.549	8.147	.000[a]
	Residual	3.613	19	.190		
	Total	11.360	24			

a. Predictors: (Constant), EMPA, RELI, RESP, TANG, ASSU

b. Dependent Variable: KM

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.194E-02	.922		.013	.990	-1.918	1.941					
	TANG	.252	.281	.198	.897	.381	-.336	.841	.372	.202	.116	.345	2.896
	RELI	-.729	.363	-.407	-2.007	.059	-1.490	.031	.178	-.418	-.260	.406	2.461
	RESP	.723	.285	.452	2.533	.020	.126	1.320	.709	.502	.328	.525	1.906
	ASSU	-.391	.356	-.330	-1.097	.286	-1.137	.355	.601	-.244	-.142	.184	5.424
	EMPA	1.109	.466	.784	2.381	.028	.134	2.084	.712	.479	.308	.154	6.479

a. Dependent Variable: KM

Coefficient Correlations[a]

Model			EMPA	RELI	RESP	TANG	ASSU
1	Correlations	EMPA	1.000	-.179	-.327	-.052	-.787
		RELI	-.179	1.000	-.082	-.667	.206
		RESP	-.327	-.082	1.000	.042	-.046
		TANG	-.052	-.667	.042	1.000	-.199
		ASSU	-.787	.206	-.046	-.199	1.000
	Covariances	EMPA	.217	-3.03E-02	-4.34E-02	-6.82E-03	-.131
		RELI	-3.03E-02	.132	-8.46E-03	-6.82E-02	2.670E-02
		RESP	-4.34E-02	-8.46E-03	8.141E-02	3.409E-03	-4.65E-03
		TANG	-6.82E-03	-6.82E-02	3.409E-03	7.909E-02	-2.00E-02
		ASSU	-.131	2.670E-02	-4.65E-03	-2.00E-02	.127

a. Dependent Variable: KM

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	TANG	RELI	RESP	ASSU	EMPA
1	1	5.954	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	1.841E-02	17.985	.10	.02	.06	.00	.11	.03
	3	1.606E-02	19.255	.15	.34	.01	.08	.00	.00
	4	6.052E-03	31.367	.28	.05	.00	.85	.10	.01
	5	3.522E-03	41.117	.45	.56	.79	.01	.01	.06
	6	2.037E-03	54.068	.03	.03	.15	.06	.79	.91

a. Dependent Variable: KM

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.0645	4.4177	3.1600	.5681	25
Std. Predicted Value	-1.928	2.214	.000	1.000	25
Standard Error of Predicted Value	.1151	.3295	.2065	5.579E-02	25
Adjusted Predicted Value	1.8659	4.6926	3.1701	.6377	25
Residual	-1.0680	.6762	-5.96E-16	.3880	25
Std. Residual	-2.449	1.550	.000	.890	25
Stud. Residual	-2.684	2.008	-.008	1.058	25
Deleted Residual	-1.2831	1.1341	-1.01E-02	.5598	25
Stud. Deleted Residual	-3.316	2.202	-.035	1.161	25
Mahal. Distance	.711	12.739	4.800	3.066	25
Cook's Distance	.001	.478	.085	.140	25
Centered Leverage Value	.030	.531	.200	.128	25

a. Dependent Variable: KM