ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI FKIP UNIVERSITAS VETERAN RI. MAKASSAR

Neneng Hapsah

Universitas Veteran Republik Indonesia, Fakultas Ekonomi.

ABSTRAK :

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari : bukti fisik (*tangible*), keandalan(*reliabilitas*), daya tanggap(*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Veteran RI-Makassar. 2. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Veteran RI-Makassar. Dalam pengolahannya, tahap pertama yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner. Pengujian ini dilakukan agar kuesioner yang digunakan akurat dan layak untuk disebarakan kepada responden.

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Hasil penelitian ini membuktikan dugaan hipotesis pertama dapat diterima yaitu H0 ditolak dan H1 diterima dimana bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan pada Universitas Veteran RI Makassar. Walaupun demikian terdapat faktor yakni keandalan yang tidak terlalu membawa pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. 2. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dimensi kualitas layanan berdasarkan empati dan bukti fisik adalah faktor yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Ilmu Pendidikan pada Universitas Veteran RI Makassar. Hal ini berarti bahwa kepuasan yang dirasakan lebih banyak ditentukan oleh pemberian layanan berupa perhatian yang lebih bersifat pribadi kepada mahasiswa, melakukan kontak, hubungan, dan komunikasi yang baik dengan mahasiswa serta bukti fisik seperti kebersihan dan kenyamanan lingkungan, kelengkapan peralatan dalam proses belajar, kelengkapan fasilitas kemahasiswaan dan kerapian penataan bangunan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa, Universitas Veteran Ri. Makassar

PENDAHULUAN

Keberadaan lembaga pendidikan di setiap negara adalah sangat penting dan strategis. Sebagai pembentuk sumber daya manusia yang berkualitas, lembaga pendidikan merupakan kunci pokok kemajuan suatu negara. Semakin maju lembaga pendidikan suatu negara, akan semakin maju pula peradaban negara yang bersangkutan khususnya dalam era globalisasi sekarang ini dimana tingkat persaingan menjadi semakin ketat, oleh karenanya lembaga pendidikan dituntut agar terus-menerus meningkatkan kinerja dan pelayanannya agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan serupa lainnya.

Perguruan tinggi sebagai sebuah lembaga yang bergerak di bidang jasa harus mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dan pelanggannya. Hal ini diperlukan agar dapat memenangkan persaingan dengan perguruan tinggi lain yang kian menjamur dimana-mana. Bahkan sekarang ini persaingan tidak hanya terjadi diantara perguruan tinggi yang satu dengan perguruan tinggi lainnya melainkan persaingan sudah terjadi diantara fakultas-fakultas yang ada di dalam lingkup perguruan tinggi itu sendiri.

Dalam pengolahannya, tahap pertama yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner. Pengujian ini dilakukan agar kuesioner yang digunakan akurat dan layak untuk disebarakan kepada responden.

➤ Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Sedang hasil penelitian yang valid ditunjukkan oleh terdapatnya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi Product Moment Pearson.

Korelasi Product Moment digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel atau lebih adalah sama. Kemudian r_{xy} dibandingkan dengan r -tabel (dengan taraf kesalahan tertentu/ $DF=N-2$ dan Probabilitas 0,05). Jika nilai r -hitung lebih besar dari nilai r -tabel maka berarti item dinyatakan valid. Syarat minimal untuk dinyatakan Valid dalam penelitian ini adalah 0,195.

➤ Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya kuesioner yang digunakan perlu diuji realibilitasnya untuk menunjukkan konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang terhadap kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach. Syarat minimal untuk dinyatakan reliable adalah 0,60.

➤ Uji Asumsi Klasik

• Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel bebas atau tidak (Ghozali, 2001). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independan. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah melihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance , di mana nilai tolerance mendekati 1 atau tidakkurang dari 0,10, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

- Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2007). Untuk menguji apakah data-data tersebut memenuhi asumsi normalitas, maka dilakukan proses uji normalitas, dimana :

- Jika data menyebar di sekitar daerah diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari sekitar daerah diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

- Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan konsumen. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005)

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen (Mahasiswa)

$B_0 = \text{Konstanta}$

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = \text{Koefisien regresi}$

$x_1 = \text{Bukti fisik (Tangible)}$

$x_2 = \text{Kehandalan (Reliability)}$

$x_3 = \text{Daya tanggap (Responsiveness)}$

$x_4 = \text{Jaminan (Assurance)}$

$x_5 = \text{Empati / kepedulian (Empathy)}$

$e = \text{Standart error / variabel pengganggu}$

Selanjutnya untuk menentukan pengaruh dan tingkat signifikan digunakan $\alpha = 0.05$ atau 5% dapat diuji dengan menggunakan uji-F dan uji-T melalui program SPSS.

- Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit)

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan goodness of fit-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis di mana H_0 ditolak, sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah di mana H_0 diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar dalam memberikan pelayanan harus menghadirkan layanan dalam bentuk bukti fisik atau tangibles dengan baik sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa. Bentuk-bentuk pemberian kualitas pelayanan berupa bukti fisik yang diberikan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar secara operasional dicerminkan dari kelengkapan fasilitas kemahasiswaan (taman, kantin, toilet, dan tempat parkir), kebersihan dan kenyamanan lingkungan (tidak ada sampah yang berserakan dimana-mana, kelengkapan peralatan dalam proses belajar mengajar (LCD, ac, kursi, meja, spidol, wireless, dll), dan kerapihan penataan bangunan, taman serta tempat parkir fakultas.

Dari penelitian ditemukan bahwa bukti fisik yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan. Terlihat bahwa mayoritas responden (53%) menyatakan bahwa kualitas layanan berupa bukti fisik kurang sesuai dengan dengan unsur-unsur bukti fisik yang seharusnya diberikan. Dalam kaitannya dengan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, bukti fisik menyumbang sebesar 32% dalam memberikan tingkat kepuasan bagi mahasiswa sehingga bukti fisik dalam kualitas pelayanan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan. Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Lupiyoadi (2001) yang menyatakan bahwa kualitas layanan bukti fisik dari suatu pemasaran jasa, sangat ditentukan bukti fisik berupa penggunaan alat, ketersediaan perlengkapan yang terpenuhi dan kemampuan individu dari aspek pemasaran untuk memberikan suatu kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen.

1. Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen

Keandalan yang diberikan terhadap mahasiswa berupa: keakuratan dosen dalam memberikan nilai (mengembalikan hasil lembar jawaban), ketepatan waktu (tidak ada dosen yang mangkir atau terlambat mengajar), kesiapan dosen dalam memberikan perkuliahan (dosen mengajar sesuai dengan SAP), peran dan ketrampilan karyawan dalam menjamin kelancaran proses perkuliahan (misalnya menyiapkan absensi, spidol, penghapus, LCD, dan kelengkapan penunjang lainnya) dalam pelayanannya perlu ditingkatkan.

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden yakni sebesar 49.0% menyatakan bahwa faktor keandalan sudah sesuai bahkan 3.0% lainnya menyatakan sudah sangat sesuai, namun demikian terdapat 43.0% responden menyatakan bahwa keandalan masih kurang sesuai dan 5.0% lainnya menyatakan tidak sesuai. Sehingga keandalan dalam kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan lagi agar dapat memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumen.

Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas layanan berupa keandalan ini dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa seperti konsep dan teori yang dikemukakan oleh Hamzenah (2003) yang mengemukakan bahwa untuk memenangkan suatu persaingan dalam

pemasaran jasa, maka fokus dari setiap pelayanan harus bertumpu kepada kehandalan yang dimiliki dalam bersaing menurut standar-standar kelayakan pelayanan jasa. Aspek kehandalan yang harus diperhatikan adalah proses pelayanan yang cepat, sikap pelayanan yang utama dan menanamkan kepercayaan.

2. Daya tanggap terhadap Kepuasan Konsumen

Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar tentunya mengharapkan adanya daya tanggap atas kualitas pelayanan yang diberikan. Daya tanggap yang ditunjukkan kepada mahasiswa tampak dalam antara lain ketanggapan dan kecepatan respon dari dosen dan karyawan terhadap permasalahan mahasiswa, kesiapan dan kesediaan dari dosen dan karyawan dalam membantu mahasiswa yang membutuhkan (ada waktu untuk membantu mahasiswa), kemauan dosen dan karyawan dalam mendengarkan saran dan keluhan dari mahasiswa (mis. Menyediakan kotak saran), kejelasan informasi penyampaian jasa (kejelasan jalur mengurus krs, beasiswa dan surat-surat penting lain)

Daya tanggap yang ditunjukkan dalam layanan akademik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar menunjukkan bahwa tingkat ketanggapan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar sangat rendah dimana terdapat 45.0% responden menyatakan bahwa ketanggapan kurang sesuai, 33.0% menyatakan tidak sesuai dan 4% menyatakan sangat tidak sesuai. Sementara yang menyatakan sesuai hanya sebesar 18.0%. Daya tanggap dalam kualitas pelayanan di bidang ini perlu lebih ditingkatkan lagi.

Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, daya tanggap sangat penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh konsep dan teori yang dikemukakan oleh Yazid (1999) bahwa suatu pemasaran jasa banyak melibatkan tingkat tanggap dalam memberikan suatu pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Bentuk konkrit daya tanggap yang dapat ditunjukkan oleh pemberi jasa terhadap konsumen adalah terjadinya respon timbal balik guna saling memberikan feedback yang positif bagi proses pemberian kualitas pelayanan yang utama antara pihak Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar dengan mahasiswa.

3. Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar telah melakukan pembenahan dalam berbagai aktivitas yang sifatnya untuk menumbuhkan jaminan bagi mahasiswa atas kualitas pelayanan yang diberikan. Bentuk jaminan tersebut berupa. kemampuan dan pengetahuan (kompetensi) dosen dalam memberikan kuliah (mampu memberikan pengetahuan lain diluar mata kuliah), perilaku dosen di depan kelas sopan dan dapat dipercaya, pengalaman mengajar dosen (pernah mengajar di tempat lain dan telah berpengalaman mengajar selama lebih dari 3 tahun), serta kualifikasi akademik dosen memenuhi persyaratan untuk mengajar mahasiswa strata satu (memiliki gelar akademik s-2 atau s-3)

Jaminan yang ditunjukkan telah sesuai dengan yang diharapkan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Hal ini terlihat dari hasil penelitian bahwa mayoritas responden yakni sebesar 61.0% menyatakan bahwa tingkat kualitas berdasarkan unsur Jaminan (Assurance) sudah sesuai dan bahkan 23.0% menyatakan sangat sesuai. Hanya 1.0% yang menyatakan tidak sesuai dan 15.0% menyatakan kurang sesuai. Faktor jaminan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan perhatian kedepannya oleh pengelola Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar guna memberikan kepuasan yang lebih besar kepada mahasiswa atas pelayanan yang diberikan.

Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, faktor jaminan mempengaruhi kepuasan mahasiswa sebesar 25,3%. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan dalam layanan yang diberikan sangat penting. Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Bob E. Heyes (2008) yang menyatakan bahwa dasar-dasar dari suatu pelayanan jasa dalam menjalin suatu kemitraan adalah keyakinan yang ditumbuhkan kepada konsumen, sehingga loyalitas yang diberikan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan meyakini pelayanan yang diberikan apabila aspek kualitas pelayanan keyakinan dipenuhi berupa sikap yang meyakinkan, motivasi yang ditunjukkan, kesesuaian dalam berbagai pelayanan yang diberikan.

4. Empati terhadap Kepuasan Konsumen

Secara operasional, pihak pengelola Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Veteran RI Makassar hingga saat ini telah mengembangkan suatu empati yang ditujukan dalam bentuk kemudahan untuk menemui dosen (di kampus dan di rumah), pengertian dan pemahaman dosen terhadap kebutuhan mahasiswa (mis. Bimbingan karir dan perhatian personal), perhatian karyawan terhadap mahasiswa (memperhatikan kesulitan-kesulitan mahasiswa), komunikasi yang baik dan ramah dari dosen dan karyawan dalam melayani mahasiswa (melayani dengan ekspresi menyenangkan dan tidak cemberut).

Empati dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa ditunjukkan oleh data bahwa mayoritas sebesar 57.0% responden menyatakan kualitas berdasarkan empati kurang sesuai dan 20.0% lain menyatakan tidak sesuai. Sementara 22.0% lainnya menyatakan sudah sesuai dan 1.0% menyatakan sangat sesuai. Empati dalam dimensi kualitas perlu ditingkatkan lagi dalam meningkatkan kepuasan.

Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa akan layanan yang diberikan. Hal ini nampak dari hasil perhitungan bahwa empati mampu mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa sebesar 35,6%. Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Tjiptono (2002) yang menyatakan bahwa empati dalam kualitas pelayanan merupakan aspek keseriusan, pembinaan, penyuluhan dan memberikan imej mengenai pola pengembangan pemasaran jasa yang harus dipenuhi agar memberikan impact kepada kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dimensi kualitas layanan berdasarkan empati dan bukti fisik adalah faktor yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Ilmu Pendidikan pada Universitas Veteran RI Makassar. Hal ini berarti bahwa kepuasan yang dirasakan lebih banyak ditentukan oleh pemberian layanan berupa perhatian yang lebih bersifat pribadi kepada mahasiswa, melakukan kontak, hubungan, dan komunikasi yang baik dengan mahasiswa serta bukti fisik seperti kebersihan dan kenyamanan lingkungan, kelengkapan peralatan dalam proses belajar, kelengkapan fasilitas kemahasiswaan dan kerapian penataan bangunan.

REFERENSI :

- Frederich, James at All. 2012. Consumer Behavior. Singapre: Lengange Learning.
- Goetsch, D.L. & Davis, S. 2010. Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality. NJ: Printice Hall International, Inc.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM Spss 21 up date PLS Regresi. Semarang: BP Universitas Diponegoro
- Gronroos, Cristian. 2012. Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. New Delhi: Wiley India.
- Griffin, Ricky and Ebert, Ronald J. 2013. Study Guide for Business Essentials. NJ: Prentice Hall.
- ISO 9004:2000, Quality Management Systems – Guidelines for Performance Improvements.
- Hasan, Ali. 2008. Marketing. Cetakan pertama. Yogyakarta: Buku Kita.
- Hayes, Bob E. 2008. Measuring Customer Satisfaction and Loyalty: Survey Design, Use and Statistical Analysis Methods. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Umar, Husein. 2003. Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kertajaya, Hermawan & Muhammad, Syakir. 2006. Syariah Marketing. Bandung: Mizan pustaka.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2013. Prinsip – Prinsip Pemasaran. NJ: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane. 2012. Marketing Manahement. Edisi 14. London: Pearson Education Ltd.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi III. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus. Jakarta: PT. Gramedia.
- Parasuraman, A.,V.A., Zeithaml & L.L., Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for future research. Journal of Marketing, Vol.49.
- Parasuraman, A.,V.A., Zeithaml & L.L., Berry. 1998. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, Vol.64 No 1
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke-3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Manajemen Jasa. Yogyakarta: ANDI
- Zeithaml, Valarie et al. 2012. Service Marketing. 6th Edition. Boston: McGraw-Hill.
- Yazid. 2005. Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi. Edisi kedua, cetakan ketiga. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- William, Stanton et al. 2000. Fundamental of Marketing. Sidney: McGraw-Hill