
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI STIE “YKP” YOGYAKARTA

Y. Sudaryanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “YKP” Yogyakarta
sudaryantosef@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this research is analyzing how academic service quality regresses student's satisfaction. Here are the variables using as independent variabel: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Student's satisfaction is a dependent variable.

I need 100 students as subjects of analyzing. Simple random sampling is adopted. The analyzing tool used is multiple regression, including F and t test. Meanwhile, rate of α is 5%.

The result shows, academic service quality has a significant influence over student's satisfaction. Partially, only tangible, assurance and empathy significantly influence satisfaction. Reliability and responsiveness cannot show a significant influence.

Keywords: *Academic Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Student's Satisfaction.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana kualitas layanan akademik mengalami kemunduran pada kepuasan siswa. Berikut adalah variabel menggunakan sebagai variabel independen: tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Kepuasan siswa adalah variabel dependen.

Saya membutuhkan 100 siswa sebagai subyek analisis. Pengambilan sampel acak sederhana diadopsi. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, termasuk uji F dan uji t. Sementara itu, tingkat α adalah 5%.

Hasilnya menunjukkan, kualitas layanan akademik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa. Secara parsial, hanya berwujud, jaminan dan empati yang secara signifikan memengaruhi kepuasan. Keandalan dan daya tanggap tidak dapat menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: *Kualitas Layanan Akademik, Berwujud, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Siswa.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan lembaga pendidikan tinggi khususnya di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dirasakan sedemikian pesatnya. Saat ini di propinsi ini telah berdiri ratusan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Yang terjadi adalah persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat.

Situasi persaingan tersebut semakin diperketat oleh arus globalisasi. Berbagai perguruan tinggi asing menawarkan berbagai program pendidikan melalui berbagai media dan cara. Persaingan yang sedemikian ketat dalam menjaring mahasiswa tersebut dapat mengancam kelangsungan perguruan tinggi di propinsi ini. Ancaman tentu saja lebih nyata dirasakan oleh berbagai perguruan tinggi kecil atau yang daya saingnya lemah.

Secara strategik, suatu organisasi akan memiliki peluang yang lebih baik dalam memenangkan persaingan apabila organisasi memiliki keunggulan bersaing. Salah satu cara untuk memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah dengan menghasilkan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan khususnya di bidang akademik dapat dipandang sebagai cerminan kualitas suatu perguruan tinggi. Kiranya hal ini sejalan dengan ketentuan pentingnya penjaminan mutu. Kualitas pelayanan tidak dapat dipisahkan dari lembaga yang bergerak di bidang jasa, termasuk jasa pendidikan tinggi.

Berbagai hasil penelitian di bidang pemasaran menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Secara umum dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik menyebabkan kepuasan yang semakin tinggi. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kualitas pelayanan yang dirasakan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan maka konsumen dapat merasakan kepuasan.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada dasarnya bermuara pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan. *Wyckoff* dan *Lovelock* (dalam Parasuraman, 1985) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman (1985) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Lewin dan Booms (dalam Tjiptono, 2005:121) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan.

Pada dasarnya ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa, yaitu kualitas pelayanan jasa yang diharapkan (*expected service*) dan kualitas pelayanan jasa yang diterima (*perceived service*). Apabila pelayanan jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sementara itu jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan jasa akan dipersepsikan ideal. Sebaliknya, jika pelayanan jasa yang diberikan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan buruk. Sehingga baik tidaknya kualitas pelayanan jasa sangat tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Pada awalnya lazim digunakan 10 dimensi atau indikator dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu *communication, credibility, security, knowing the customer, tangibles, reliability, responsiveness, competence, access, courtesy* dan *assurance* (Parasuraman, 1985). Pada perkembangan selanjutnya dilakukan penyederhanaan menjadi lima dimensi atau indikator saja. Beberapa indikator digabungkan karena dinilai rancu. Kelima indikator itu adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*.

Kepuasan Pelanggan

Hingga saat ini belum ada kesepakatan mengenai konsep kepuasan pelanggan. Apakah kepuasan pelanggan merupakan respon emosional atau evaluasi kognitif ? Mowen dan Minor (2002) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan atau pemakaiannya. Kotler (2005) mengatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan.

Zeithamal (dalam Rangkuti, 2003) mengemukakan, ada 10 faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap jasa yaitu *enduring service intensifiers, personal needs, transitory service intensifiers, personal service alternative, self perceived service role, situasional factors, explicit service promises, implicit service promises, word of mouth* dan *past experience*. Adapun dimensi atau indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah *expectation, performance, comparison* dan *confirmation / disconfirmation*.

PENELITIAN TERDAHULU

Uchik Triswandari (2011) melakukan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Timur. Peneliti menyimpulkan bahwa *reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t, semua indikator kualitas pelayanan tersebut secara parsial mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun indikator yang paling dominan berpengaruh adalah *emphaty*.

Peneliti kedua adalah Muh Yunus Bandu (2013), penelitiannya berjudul Pagaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Barat. Peneliti juga berkesimpulan *reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Secara parsial, hanya *reliability, responsiveness* dan *emphaty* saja yang berpengaruh secara signifikan. *Assurance* dan *tangible* tidak menunjukkan

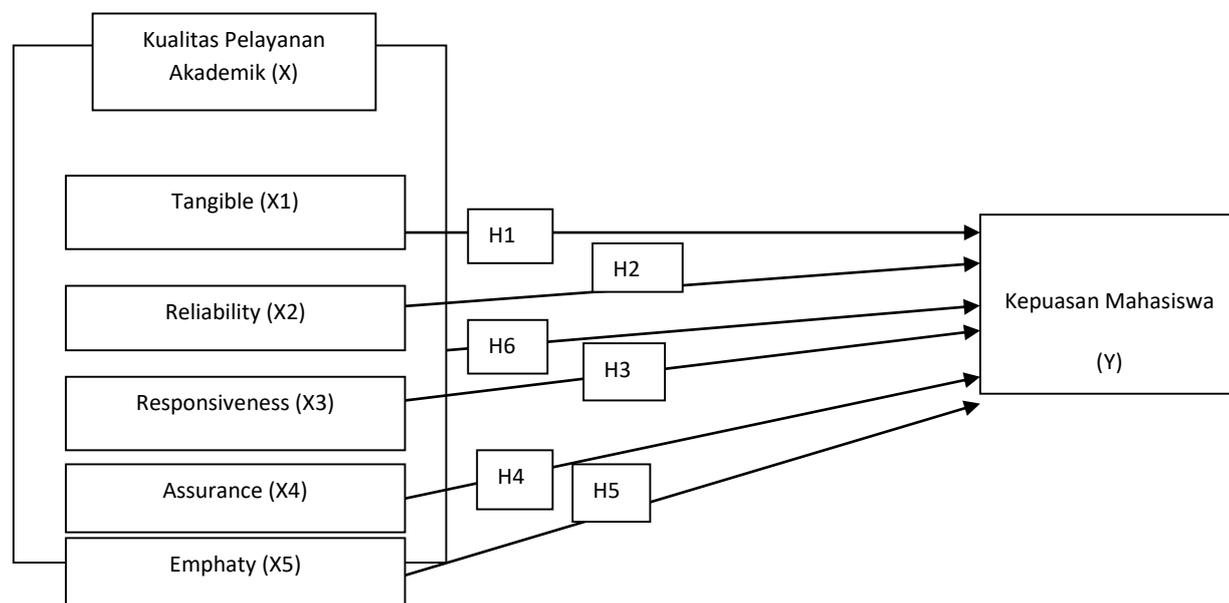
pengaruh yang signifikan. Reliability merupakan indikator kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ketiga berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Wendi Ardiawan Happy, 2009). Hasil penelitian menunjukkan *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial, hanya *tangible*, *responsiveness* dan *assurance* saja yang pengaruhnya signifikan. *Reliability* dan *emphaty* tidak berpengaruh secara signifikan. Adapun indikator kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *responsiveness*.

Peneliti keempat (Tiyana Aprisa, 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa di AMA Yogyakarta. Berdasarkan uji F peneliti menyimpulkan *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Adapun hasil uji t menunjukkan hanya *assurance*, *emphaty* dan *tangible* saja yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. *Emphaty* merupakan indikator kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Keempat peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan / mahasiswa / konsumen. Yang berbeda adalah pengaruh parsial indikator kualitas pelayanan. Perbedaan kedua ada pada indikator kualitas pelayanan yang dominan berpengaruh. Berdasarkan perbedaan-perbedaan tersebut maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

Paradigma Penelitian



Hipotesis

H₁ : *Tangible* mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

H₂ : *Reliability* mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

H₃ : *Responsiveness* mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

H₄ : *Assurance* mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

H₅ : *Emphaty* mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

H₆ : Kualitas pelayanan akademik mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Subyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE “YKP” Yogyakarta. Dengan kata lain, merekalah yang dijadikan populasi. Karena banyaknya anggota populasi maka hanya dipilih 100 mahasiswa sebagai sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan *quota sampling*. Adapun pengumpulan data

dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan. Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

Ada enam variabel penelitian, yaitu satu variabel terikat dan lima variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi adalah kepuasan mahasiswa. Sedangkan kelima variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, sedangkan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Besarnya $\alpha = 5\%$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Besarnya koefisien korelasi (R) adalah 0,769. Hal ini bermakna kualitas pelayanan akademik memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan mahasiswa. Besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah 0,570 atau 57 %. Hal ini bermakna 57% kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan / dipengaruhi oleh kualitas pelayanan akademik, sedangkan 43% sisanya dijelaskan / dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Persamaan regresinya adalah $Y = 22,979 + 2,382X_1 - 0,009X_2 - 0,280X_3 + 1,978X_4 + 2,490X_5 + \varepsilon$ Persamaan tersebut dapat dimaknai, apabila kualitas pelayanan akademik sangat buruk atau 0 maka besarnya kepuasan mahasiswa sebesar 22,979. *Tangible*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya, apabila *tangible*, *assurance* dan *emphaty* diperbaiki atau ditingkatkan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat pula. Sementara itu *reliability* dan *responsiveness* berpengaruh negatif. Hal ini bermakna, apabila *reliability* dan *responsiveness* diperbaiki atau ditingkatkan maka kepuasan mahasiswa justru berkurang atau menurun. *Emphaty* merupakan variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Huruf ε menunjukkan variabel lain di luar model penelitian yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Hasil uji t ditunjukkan oleh tabel berikut:

Variabel	Nilai Signifikansi
Tangible	0,001
Reliability	0,992
Responsiveness	0,727
Assurance	0,031
Emphaty	0,009

Dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,005, suatu variabel bebas mempunyai pengaruh parsial yang signifikan apabila besarnya nilai signifikansi kurang dari 0,005. Dengan demikian tabel tersebut dapat dimaknai hanya *tangible*, *assurance* dan *emphaty* saja yang secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa atau H_1 , H_4 dan H_5 dapat diterima atau terbukti. Sementara itu *reliability* dan *responsiveness* secara parsial tidak mempengaruhi kepuasan mahasiswa atau H_2 dan H_3 ditolak atau tidak terbukti.

Hasil uji F menunjukkan besarnya nilai signifikansi adalah 0,00 atau lebih kecil dari 0,005. Hal ini bermakna kualitas pelayanan akademik mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini juga berarti H_6 terbukti atau diterima.

Makna penelitian ini bagi STIE “YKP” Yogyakarta adalah, kepuasan mahasiswa dapat ditingkatkan dengan cara memperbaiki kualitas pelayanan akademik, khususnya memperbaiki *tangible*, *assurance* dan *emphaty*. Dalam hal memperbaiki *tangible*, yang dapat dilakukan misalnya memperbaiki tampilan gedung / ruang, penataan fasilitas, fasilitas yang lebih modern, karyawan yang berpakaian rapi / berseragam, dsb. *Assurance* dapat ditingkatkan misalnya dengan meningkatkan kompetensi karyawan, karyawan mampu menyelesaikan permasalahan mahasiswa dengan sigap, mampu menjawab pertanyaan mahasiswa dengan cerdas, karyawan yang sopan dan berwibawa, dsb. *Emphaty* dapat diperbaiki misalnya dengan memberi perhatian terhadap keluhan atau masalah pribadi mahasiswa, menjenguk mahasiswa yang sakit, membantu mencari tempat kost, karyawan yang lebih ramah, dsb.

Bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan mahasiswa atau konsumen, sudah sesuai dengan hasil penelitian keempat peneliti sebelumnya. Mengenai pengaruh parsialnya, terdapat beberapa perbedaan, khususnya berbeda dengan hasil penelitian Uchik (2011), Muh Yunus (2013) dan Wendi (2009). Namun hasil penelitian ini sejalan dengan Tiyana (2015). Mengenai variabel bebas yang dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa, hasilnya sejalan pendapat Uchik (2011) dan Tiyana (2015).

KESIMPULAN

1. *Tangible* secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa.
2. *Reliability* secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa.
3. *Responsiveness* secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa.
4. *Assurance* secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa.
5. *Emphaty* secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa.
6. *Kualitas* pelayanan akademik mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip (2005), Manajemen Pemasaran, P.T.Indeks, Jakarta.
- Mowen, John C dan Minor (2002), Perilaku Konsumen, Erlangga, Jakarta.
- Muh Yunus Bandu (2013), Pengaruh Kulalitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Barat, tidak diterbitkan.
- Parasuraman, A, Zeithaml, VA dan Berry, LL (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its Implicaton for Future Research, Journal of Marketing.
- Rangkuti Freddy (1997), Riset Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tiyana Aprisa (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa di AMA Yogyakarta, tidak diterbitkan.
- Tjiptono, Fandy (2005), Pemasaran Jasa, Bayumedia Publishing, Malang.

Uchik Triswandari (2011), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Timur, tidak diterbitkan.

Wendi Ardiawan Happy (2009), Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, tidak diterbitkan.