



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Lilis Putri

021114194

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

AGUSTUS 2018

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A.)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, S.E., M.M.)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Jumat, Tanggal : 27 / Juli / 2018

Lilis Putri

021114194

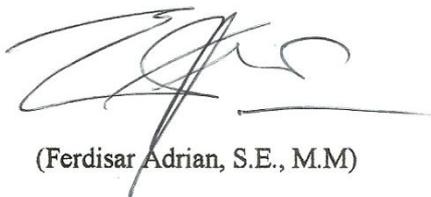
Menyetujui,

Ketua Sidang



(Dra. Hj. Sri Hartini, M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrian, S.E., M.M)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yetty Husnul Hayati, SE., M.M)

ABSTRAK

LILIS PUTRI. NPM 021114194. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Uiniversitas Pakuan). Dibawah bimbingan bapak FERDISAR ADRIAN dan ibu YETTY HUSNUL HAYATI. 2018.

Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan khususnya pendidikan tinggi, menjadikan perguruan tinggi sebagai sektor strategis yang diharapkan dapat menghasilkan sumber daya yang bermutu, keadaan persaingan yang cukup kompetitif antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut. Tetapi masih banyak kelemahan pelayanan publik termasuk dunia pendidikan sehingga belum memenuhi harapan masyarakat. Pemenuhan harapan masyarakat tersebut merupakan tujuan utama dari fungsi pelayanan publik yang harus selalu ditingkatkan, baik dari sisi kuantitas maupun dari sisi kualitas, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan adalah Fakultas yang paling banyak diminati oleh kalangan mahasiswa, tetapi masih banyak keluhan yang terjadi di Fakultas Ekonomi oleh sebab itu dalam upaya menghadapi masalah ini, diperlukan adanya tingkat kualitas pelayanan yang lebih baik harus diciptakan oleh pihak Fakultas Ekonomi. mahasiswa dikatakan puas jika sesuai harapan dan mahasiswa dikatakan tidak puas jika tidak sesuai harapan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan (studi kasus di Fakultas Ekonomi).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif eksploratif dengan metode berupa studi kasus dengan jenis data penelitian adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan sekunder dengan jumlah responden 300 mahasiswa. Metode penarikan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *Stratified Random Sampling* Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, tingkat kesesuaian dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan mahasiswa setuju atau pelayanan yang diberikan sudah baik dari keseluruhan penilaian yang diberikan oleh mahasiswa dari setiap atribut yang diberikan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi belum puas dengan kinerja yang diberikan dengan nilai tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan sebesar 93.70% yang menunjukkan bahwa mahasiswa belum puas atas kinerja yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi. Berdasarkan *Importance Performance Analysis*/diagram kartesius dan ini menjadi saran Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan terutama pada kepuasan mahasiswa kedepannya Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan harus lebih mengutamakan pelaksanaan pada indikator hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu, sistem penilaian yang objektif dan terbuka, menghidupkan suasana kelas, memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah, selalu adil dalam memperlakukan mahasiswa. Selalu mudah dihubungi ketika akan bimbingan/konselling kegiatan kemahasiswaan dan berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh mahasiswa.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa, Tki, *Importance Performance Analysis* (IPA)/ Diagram Kartesius.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, para keluarganya, sahabatnya dan pengikut hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Yudhia Mulya, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M. selaku ketua komisi pembimbing dan ibu Yetty Husnul Hayati, S.E., M.M selaku anggota komisi pembimbing.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh studi.
6. Kedua orang tua, nenek, serta adik tercinta Muhammad Arfan Haisyam Rizky, Inaya Raihana Yasmin dan paman saya yang senantiasa memberikan doa, semangat serta dukungan moral maupun materil selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dengan menyelesaikan skripsi ini yaitu: Lia Apriani, Dinny Imelda.
8. Teman-teman dirumah Eva Lestari, Dika Febriani, Yeni Restiani, Ayu Lestari, Eneng Jamilah yang selalu support selalu thank you.
9. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Angkatan 2014 Khususnya kelas E Manajemen telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua yang membutuhkannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa dinantikan untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada.

Bogor, Agustus 2018

Lilis Putri

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	7
2.2 Jasa	7
2.2.1 Pengertian Jasa	7
2.2.2 Karakteristik Jasa	8
2.2.3 Klasifikasi Jasa	9
2.2.4 Bauran Pemasaran Jasa	10
2.3 Kualitas Pelayanan	12
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.3.2 Dimensi kualitas pelayanan	13
2.4 Kepuasan Konsumen	15
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen	17
2.4.3 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	18
2.4.4 Strategi Kepuasan Konsumen	19
2.4.5 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	23
2.4.6 Analisis Kesenjangan dalam Kualitas Pelayanan	24
2.5 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Penelitian	25
2.5.1 Penelitian sebelumnya	25
2.5.2 Kerangka Pemikiran	26
2.6 Hipotesis	28

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Objek Peneliiian	29
3.2	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	29
3.2.1	Objek Penelitian.....	29
3.2.2	Unit Analisis	29
3.2.3	Lokasi Penelitian	29
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.4	Operasionalisasi Variabel	30
3.5	Metode Penarikan Sampel	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas	33
3.8	Metode Analisis Data	37
3.7.1	Analisis Deskriptif	37
3.7.2	Analisis Tingkat Kesesuain	37
3.7.3	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dan Lokasi Penelitian	39
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan	39
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan	39
4.1.3	Struktur Organisasi	40
4.2	Analisis Data.....	45
4.3	Pembahasan	48
4.3.1	Penerapan Kualitas Pelayanan Dosen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.....	49
4.3.2	Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.....	62
4.3.3	Analisis Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomomi	81
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Saran	86
	DAFTAR PUSTAKA	87
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi	2
Tabel 2.	Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi	3
Tabel 3.	Jumlah Keluhan Mahasiswa Fakultas Ekonomi	5
Tebel 4	Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 5.	Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 6.	Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi	31
Tabel 7.	Mahasiswa Aktif S1 Program Studi Manajemen Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi	32
Tabel 8.	Keterangan Skala	33
Tabel 9.	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	34
Tabel 10.	Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa	35
Tabel 11.	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	36
Tabel 12.	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Mahasiswa	36
Tabel 13.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 14.	Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 15.	Responden Berdasarkan Asal Sekolah.....	47
Tabel 16.	Responden Berdasarkan Program Studi.....	47
Tabel 17.	Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua.....	48
Tabel 18.	Dosen Berpenampilan Menarik, Berpakaian Rapih Dan Sopan	49
Tabel 19.	Memiliki Bahan Ajaran Yang Lengkap Berupa (Modul/Hanout/File Ppt)	50
Tabel 20.	Kompetensi Yang Dimiliki Sesuai Dengan Mata Kuliah Yang Diajarkan	50
Tabel 21.	Kemampuan Menggunakan Beragam Teknologi Komunikasi	51
Tabel 22.	Dosen Hadir dan Mengakhiri Perkuliahan Tepat Waktu	52
Tabel 23.	Memiliki Sistem Penilaian Yang Objek dan Terbuka.....	52
Tabel 24.	Dosen Mampu Menghidupkan Suasana kelas.....	53
Tabel 25.	Dalam Membahas Kasus Dimata Kuliah Yang Diampuh Dosen dengan Cepat Mengatasinya.....	53
Tabel 26.	Kesigapan Dalam Merespon dan Menjawab Pertanyaan Mahasiswa..	54
Tabel 27.	Bersedia Memberi Waktu Tertentu Ketika Mahasiswa Akan Berkonsultasi Mengenai Bidang Akademik/Mata Kuliah.....	55
Tabel 28.	Dosen Memiliki Sikap Sopan Santun Terhadap Mahasiswa.....	56
Tabel 29.	Tidak Ada Keraguan Terhadap Dosen Akan Materi Yang Disampaikan.....	56

Tabel 30. Adil Dalam Memperlakukan Mahasiswa	57
Tabel 31. Keramhan dan Kejujuran Dalam Memberikan Ilmunya	58
Tabel 32. Mahasiswa Mudah Menghubungi Dosen Ketika Akan Bimbingan/Konselling Kegiatan Kemahasiswaan	58
Tabel 33. Berkomunikasi Dalam Bahasa Yang Mudah Dimengerti	59
Tabel 34. Terhadap Upaya Memahami Kebutuhan Mahasiswa Yang Mengikuti Perkuliahannya	60
Tabel 35. Hasil Rata-Rata Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Mahasiswa Terhadap Kinerja Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan	61
Tabel 36. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Dosen Berpenampilan menarik, Berpakaian Rapih dan Sopan	63
Tabel 37. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Dosen Berpenampilan menarik, Berpakaian Rapih dan Sopan	63
Tabel 38. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Memiliki Bahan Ajaran Yang Lengkap Berupa (Modul/Handout/Ppt)	64
Tabel 39. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Memiliki Bahan Ajaran Yang Lengkap Berupa (Modul/Handout/Ppt)	64
Tabel 40. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kompetensi Yang Dimiliki Sesuai Dengan Mata Kuliah Yang Diajarkan	65
Tabel 41. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Kompetensi Yang Dimiliki Sesuai Dengan Mata Kuliah Yang Diajarkan	65
Tabel 42. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Menggunakan Beragam Teknologi Komunikasi.....	66
Tabel 43. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Menggunakan Beragam Teknologi Komunikasi.....	66
Tabel 44. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Dosen Hadir dan Mengakhiri Perkuliahan Tepat Waktu.....	67
Tabel 45. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Dosen Hadir dan Mengakhiri Perkuliahan Tepat Waktu.....	67
Tabel 46. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Dosen Memiliki Sistem Penilaian Yang Objek dan Terbuka.....	68
Tabel 47. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Dosen Memiliki Sistem Penilaian Yang Objek dan Terbuka.....	68
Tabel 48. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Dosen Mampu Menghidupkan Suasana Kelas.....	69
Tabel 49. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Dosen Mampu Menghidupkan Suasana Kelas.....	69

Tabel 50. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Dalam Membahas Kasus Dimata Kuliah Yang Diampuh Dosen Dengan Cepat Mengatasinya	70
Tabel 51. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Dalam Membahas Kasus Dimata Kuliah Yang Diampuh Dosen Dengan Cepat Mengatasinya.....	70
Tabel 52. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kesigapan Dalam Merespon dan Menjawab Pertanyaan Mahasiswa.....	71
Tabel 53. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Kesigapan Dalam Merespon dan Menjawab Pertanyaan Mahasiswa.....	71
Tabel 54. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Bersedia Memberi Waktu Tertentu Ketika Mahasiswa Akan Berkonsultasi Mengenai Bidang Akademik/Mata Kuliah.....	72
Tabel 55. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Bersedia Memberi Waktu Tertentu Ketika Mahasiswa Akan Berkonsultasi Mengenai Bidang Akademik/Mata Kuliah.....	72
Tabel 56. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Dosen Memiliki Sikap Sopan Santun Terhadap Mahasiswa.....	73
Tabel 57. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Dosen Memiliki Sikap Sopan Santun Terhadap Mahasiswa.....	73
Tabel 58. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Tidak Ada Keraguan Akan Materi Yang Disampaikan	74
Tabel 59. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Tidak Ada Keraguan Akan Materi Yang Disampaikan	74
Tabel 60. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Adil Dalam Memperlakukan Mahasiswa.....	75
Tabel 61. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Adil Dalam Memperlakukan Mahasiswa.....	75
Tabel 62. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Keramahan Dan Kejujuran Dosen Dalam Memberikan Ilmu	76
Tabel 63. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Keramahan Dan Kejujuran Dosen Dalam Memberikan Ilmu	76
Tabel 64. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Mahasiswa Mudah Menghubungi Dosen Ketika Akan Bimbingan/ Konselling Kegiatan Kemahasiswaan	77
Tabel 65. Tingkat Harapan Penilaian Responden Mahasiswa Mudah Menghubungi Dosen Ketika Akan Bimbingan/ Konselling Kegiatan Kemahasiswaan	77

Tabel 66. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Berkomunikasi Dalam Bahasa Yang Mudah Dimengerti.....	78
Tabel 67. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Berkomunikasi Dalam Bahasa Yang Mudah Dimengerti.....	78
Tabel 68. Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap Upaya Memahami Kebutuhan Mahasiswa Yang Mengikuti Perkuliahannya	79
Tabel 69. Tingkat Harapan Penilaian Responden Terhadap Upaya Memahami Kebutuhan Mahasiswa Yang Mengikuti Perkuliahannya	79
Tabel 70. Hasil Tingkat Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Secara Keseluruhan Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Atas Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan	80
Tabel 71. Perhitungan Rata-Rata Nilai Antara Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan Pada Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan Dosen Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Grafik Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi	2
Gambar 2.	Model Kepuasan/Ketidakpuasan pelanggan	16
Gambar 3.	Model konseptual Service Quality	24
Gambar 4.	Konstelasi Penelitian	28
Gambar 5.	Diagram Kartesius	38
Gambar 6.	Struktur Organisasi	41
Gambar 7.	Jenis Kelamin Responden.....	45
Gambar 8.	Usia Responden	46
Gambar 9.	Asal Sekolah	47
Gambar 10.	Program Studi	47
Gambar 11.	Penghasilan Orang Tua.....	48
Gambar 12.	Informance Performance Analysis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Univerisitas Pakuan ...	83

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)
2. Hasil jawaban kuesioner Tingkat Kinerja
3. Hasil jawaban kuesioner tingkat Harapan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Peranan pemasaran sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian, dengan semakin meningkatnya kependudukan masyarakat, maka sektor jasa semakin meningkat hal ini sangat erat hubungannya dengan kegiatan pemasaran. Pada saat ini perkembangan sektor jasa telah mengalami peningkatan yang semakin meningkat, perkembangan yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen diantaranya yaitu sektor jasa pendidikan. Pendidikan merupakan hal yang sangat penting bagi manusia dimana pendidikan merupakan ujung tombak untuk menciptakan perkembangan dan kemajuan karena pendidikan dinilai sangat penting. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Pasal 3 tentang sistem pendidikan nasional “tujuan pendidikan nasional mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa, berakhlak mulia, berilmu, kreatif, mandiri serta tanggung jawab”.

Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan khususnya pendidikan tinggi, menjadikan perguruan tinggi sebagai sektor strategis yang diharapkan dapat menghasilkan sumber daya yang bermutu. Keadaan persaingan yang cukup kompetitif antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut. Masih banyak kelemahan pelayanan publik termasuk dunia pendidikan sehingga belum memenuhi harapan masyarakat. Pemenuhan harapan masyarakat tersebut merupakan tujuan utama dari fungsi pelayanan publik yang harus selalu ditingkatkan, baik dari sisi kuantitas maupun dari sisi kualitas, untuk mencapai hal tersebut sektor pendidikan harus dapat menerapkan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan industri jasa. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan sektor pendidikan dapat memahami dengan seksama harapan konsumen serta kepuasan konsumen. Perguruan Tinggi di Indonesia baik yang berstatus negeri (PTN) maupun swasta (PTS), tidak hanya bersaing dengan perguruan tinggi lokal, tetapi juga berbagai lembaga perguruan tinggi di tingkat nasional bahkan internasional. Pada tahun 2017, Berdasarkan data Kementerian Riset Teknologi dan Perguruan Tinggi (RISTEK DIKTI), jumlah unit perguruan tinggi di Indonesia yang terdaftar saat ini mencapai 4.504 unit. Angka ini didominasi oleh PTS sebesar 3.136 unit, PTN sebesar 122 unit dan sisanya adalah perguruan tinggi agama dan perguruan tinggi di bawah kementerian atau lembaga negara dengan sistem kedinasan (<https://databoks.katadata.co.id>).

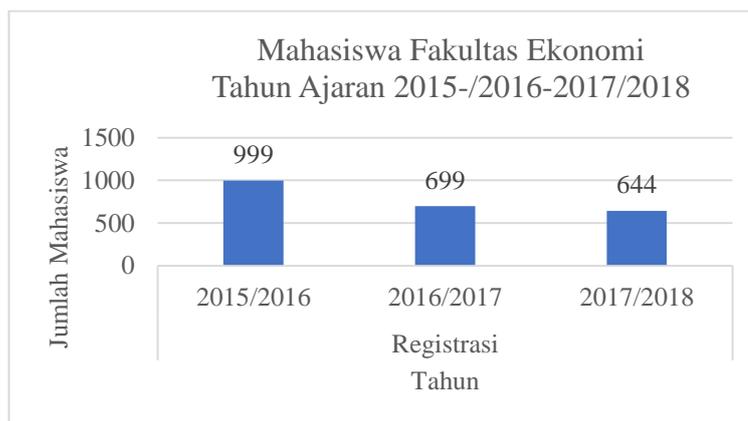
Perguruan tinggi adalah cita-cita bagi semua orang untuk melanjutkan pendidikan ke tahap yang lebih tinggi dan memilih ke universitas yang mereka inginkan. Salah satunya adalah Universitas Pakuan yang terletak di kota Bogor atau lebih dikenal dengan nama UNPAK. Universitas Pakuan adalah salah satu perguruan tinggi yang berada di kota Bogor dan salah satu Universitas swasta yang terkenal di Bogor. Universitas Pakuan memiliki 6 fakultas yang terdiri dari Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Budaya, Fakultas Teknik, Fakultas Matematika & Ilmu Pengetahuan Alam.

Fakultas Ekonomi memiliki dua program sarjana S1 yaitu program studi Manajemen dan program studi Akuntansi, yang keduanya telah memperoleh status “Terakreditasi”. Fakultas Ekonomi adalah salah satu program studi yang paling diminati oleh mahasiswa baru yang mendaftar di Universitas Pakuan. Tetapi dalam 3 tahun terakhir mahasiswa Fakultas Ekonomi mengalami penurunan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Tahun Ajaran 2015/2016 - 2017/2018

No	Program Studi	Registrasi		
		2015/2016 (Orang)	2016/2017 (Orang)	2017/2018 (Orang)
1	Manajemen	627	418	364
2	Akuntansi	372	281	280
Jumlah		999	699	644

Sumber: Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Pakuan, 2017



Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti, 2017

Gambar 1
Grafik Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Tahun Ajaran 2015/2016 - 2017/2018

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi tahun ajaran 2015/2016 sebanyak 999 mahasiswa. Pada tahun 2016/2017 jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi mengalami penurunan yang sangat drastis sebanyak 699 mahasiswa. Sedangkan tahun ajaran 2017/2018 Fakultas Ekonomi mengalami penurunan yaitu sebanyak 644 mahasiswa. Dari tahun ke tahun Fakultas Ekonomi mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Di Fakultas Ekonomi terdapat jumlah mahasiswa yang aktif yang telah irekap oleh BAAK (Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan) Universitas Pakuan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2
Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Tahun 2016/2017 s.d 2017/2018

No	Program Studi	Tahun			
		2016/2017 (Orang)	Pertumbuhan Mahasiswa 2016/2017	2017/2018 (Orang)	Pertumbuhan Mahasiswa 2017/2018
1.	Manajemen	364	60%	315	57%
2.	Akuntansi	243	40%	246	43%
Jumlah		607		561	

Sumber: Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Pakuan, 2017

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa yang aktif tahun 2016/2017 pada program studi Manajemen sebanyak 607 mahasiswa/orang, dan pada tahun 2017/2018 jumlah mahasiswa yang aktif adalah sebanyak 561 mahasiswa pada program Akuntansi.

Keberhasilan Fakultas Ekonomi sebagai unit kerja dalam perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumen, dalam hal ini adalah mahasiswa. Fakultas Ekonomi sebagai lembaga pendidikan yang sangat memperhatikan kualitas pelayanan seperti halnya dalam kinerja dosen. Di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan terdapat 170 dosen, dari 170 dosen terdapat dosen tetap dan dosen tidak tetap (*Sumber: Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, 2017*). Dosen merupakan komponen penting dalam pelayanan universitas terhadap mahasiswa karena dosenlah yang memberikan pelayanan langsung terhadap mahasiswa, dosen mempunyai kewenangan yang besar untuk memberikan materi perkuliahan dan menyajikannya kepada mahasiswa sehingga bekal pengetahuan mahasiswa banyak dipengaruhi oleh pengetahuan dosen. Seperti halnya dituangkan didalam PP No. 37 Tahun 2009 dalam pasal 1 menyatakan bahwa dosen adalah pendidik profesional dan ilmunan dengan tugas utama mentransformasikan,

mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui Pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Untuk menjadi dosen yang disenangi oleh mahasiswa, seorang dosen perlu memiliki berbagai kriteria yang diperlukan untuk pembelajaran, yaitu cara menyampaikan materi kuliah, cara berkomunikasi, kreativitas dalam proses pembelajaran, disiplin kerja dosen, cara dosen menilai hasil karya mahasiswa dan penggunaan sarana prasarana dalam proses pembelajaran. Pihak yang berhubungan dengan langsung dan menjadi kegiatan utama universitas adalah pelayanan kepada mahasiswa. Jika mahasiswa merasa puas dengan pelayanan akademik yang diberikan oleh dosen maka ini dapat dipandang sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Dosen juga dapat mendidik dengan baik untuk dapat membantu perkembangan kemampuan setiap mahasiswa, dosen perlu memperhatikan setiap mahasiswa agar memahami karakter belajar mahasiswa agar mahasiswa pun mudah mengerti apa yang disampaikan.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi seringkali mengeluh tentang kualitas sarana dan pelayanan yang diberikan oleh fakultas. Mahasiswa merasakan bahwa pelayanan Fakultas Ekonomi jauh dari harapan mereka. Hal ini dapat dilihat dari data pra survey terhadap 30 mahasiswa tentang dosen dalam proses mengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3
Keluhan Mahasiswa di
Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

	indikator	Keluhan	Jumlah Keluhan
1.	Bukti Fisik (Tangible)	Dosen memiliki bahan ajaran yang kurang lengkap berupa (modul/handout/file ppt)	3
2.	Kehandalan (Reliability)	Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan kurang tepat waktu	11
3.	Daya Tanggap (Responsiveness)	Kurangnya kejelasan penyampaian materi dan jawaban terhadap pertanyaan dikelas	5
4.	Jaminan (Assurance)	Dosen memiliki sikap yang kurang menyenangkan	7
5.	Empati (Empathy)	Dosen berkomunikasi dalam bahasa yang kurang mudah dimengerti oleh mahasiswa	4
Jumlah			30

Sumber: Pra Survey, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat sebanyak 3 orang atau 10% mengatakan bahwa dosen memiliki bahan ajaran yang kurang lengkap berupa(modul/handout/file ppt), keluhan yang kedua sebanyak 11 orang atau 36% mengatakan bahwa dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan kurang tepat waktu sehingga mahasiswa merasa tidak nyaman karena harus lama menunggu dosen hadir akan proses pembelajaran atau mengakhiri perkuliahannya kurang tepat waktu. Dari keluhan yang ketiga sebanyak 5 orang atau 16% mengatakan bahwa kurangnya kejelasan penyampaian materi dan jawaban terhadap pertanyaan dikelas. Keluhan yang keempat yaitu sebanyak 7 orang atau 24% dosen memiliki sikap yang kurang menyenangkan sehingga mahasiswa merasa takut dan keluhan yang terakhir sebanyak 4 orang atau 14% mengatakan bahwa dosen berkomunikasi dalam bahasa yang kurang mudah dimengerti oleh mahasiswa sehingga mahasiswa kurang memahami apa yang telah disampaikan oleh dosen.

Puas ketidakpuasan tersebut diperkuat/dikaitkan dengan jumlah keluhan yang meningkat dan penurunan pada jumlah mahasiswa yang mendaftar di Fakultas Ekonomi. yang menggambarkan ketidakpuasan mahasiswa, penyebabnya yaitu diduga kualitas pelayanan yang kurang baik. Oleh sebab itu dalam upaya menghadapi masalah ini, diperlukan adanya tingkat kualitas pelayanan yang lebih baik harus diciptakan oleh pihak Fakultas Ekonomi. Mahasiswa dikatakan puas jika sesuai harapan dan mahasiswa dikatakan tidak puas jika tidak sesuai harapan.

Hal ini menjadi perhatian serius bagi pihak Fakultas Ekonomi karena dampak dari penurunan jumlah mahasiswa yang mendaftar di Universitas Pakuan menjadi menurun. Untuk itu pihak Fakultas Ekonomi harus segera mencari solusinya dengan memperbaiki kekurangan dan kesalahan yang ada dalam kualitas pelayanan tersebut. Dari jenis-jenis keluhan yang dapat terlihat bahwa banyaknya keluhan terkait dengan dimensi kualitas pelayanan sehingga diduga penyebab penurunan jumlah mahasiswa adalah kualitas pelayanan yang kurang baik. Berdasarkan uraian tersebut, dari data diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA” (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan-permasalahan yang terjadi di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan adalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan jumlah mahasiswa yang mendaftar di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
2. Adanya jenis-jenis keluhan dari setiap mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan yang diberikan dosen kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa pada dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan?
3. Apakah analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dapat digunakan sebagai dasar acuan untuk peningkatan kualitas pelayanan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Mahasiswa pada kinerja dosen Fakultas Ekonomi universitas pakuan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
2. Untuk menganalisis kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
3. Untuk menganalisis antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritik
Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan acuan bagi studi ilmiah tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dan menjadi sarana dalam mengembangkan ilmu yang diperoleh dengan mengaplikasikan pada kondisi yang dihadapi oleh Fakultas Ekonomi.
2. Kegunaan Praktek
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat dalam proses mengajar dan sebagai bahan masukan untuk memecahkan masalah dan perbaikan,kelemahan yang terdapat pada proses megajar agar kualitas pelayanannya lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Daryanto (2011:83) “Pemasaran adalah keseluruhan intern yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial”.

Menurut Kotler Philip & Kevin Lane Keller (2013:203) mendefinisikan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).

Menurut Nana Herdiana Abdurahman (2015:2) bahwa pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi fungsi bisnis dan organisasi yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipenuhi oleh kegiatan manusia dan seperangkat proses yang menciptakan komunikasi, menyampaikan, pada pelanggan dan untuk mengelola kereliasan pelanggan.

2.2 Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Jasa merupakan layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak bias terlihat oleh mata yang diberikan dari suatu pihak ke pihak lain. Terkadang cukup sulit dibedakan secara khusus dengan barang. Hal ini disebabkan pembelian barang kerap sekali disertai jasa-jasa tertentu. Untuk memahami hal ini terdapat beberapa definisi karakteristik, dan klasifikasi jasa menurut para ahli, antara lain :

Menurut Harman Malau (2017:59) berpendapat bahwa “Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak diraba dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari suatu pihak kepada pihak lain.

Menurut Kotler & Gerry Armstrong (2008:266) menyatakan jasa (*service*) adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.

Menurut Buchari Alma (2011:243) Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah serangkaian tindakan atau aktivitas yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan dapat memberikan nilai tambah tanpa menyebabkan produk fisik untuk mendukungnya.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2014:28), menyatakan bahwa jasa memiliki sejumlah karakteristik unik yang membedakannya dari barang, yaitu:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)
Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang pengguna jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa yang ditawarkan sebelum ia mengkonsumsi atau merasakannya sendiri. Artinya apabila pelanggan membeli jasa tertentu maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut, namun tidak memiliki jasa yang dibelinya.
2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)
Memiliki arti jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Berbeda dengan produk yang biasanya diproduksi, kemudian di jual, lalu dikonsumsi.
3. Keberagaman (*Heterogeneity*)
Jasa bersifat *Heterogeneity* karena merupakan *non-standardized* output artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.
4. Tidak dapat disimpan (*Perishability*)
Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh sipenerima. Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan dan dipergunakan lain waktu.

Sedangkan menurut Griffin dalam Rambat Lupiyoadi (2013:7) karakteristik jasa meliputi:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan)
Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat

dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Customization* (kustomisasi)

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

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik jasa memiliki beberapa karakteristik yang membedakan dari produk, barang, jasa memiliki khusus yang dipertimbangkan perusahaan, ketika merancang program pemasaran.

2.2.3 Klasifikasi Jasa

Klasifikasi jasa menurut Lovelock dalam Etta Mamang Sangadji & Sopiah (2013:95) klasifikasi jasa terdapat tujuh kriteria, yaitu:

1. Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasarnya, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (taksi, asuransi, jiwa dan Pendidikan) dan jasa bagi konsumen organisasional (biro periklanan, jasa akuntansi, perpajakan dan jasa manajemen)

2. Tingkat keberwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam, yakni :

a. Jasa barang sewa (*rented-goods service*)

Dalam jenis ini konsumen menyewa dan menggunakan produk tertentu berdasarkan tarif yang disepakati selama jangka waktu tertentu.

b. Jasa barang milik (*owned-goods-service*)

Pada tipe ini produk-produk yang dimiliki konsumen disepakati, dikembangkan dan dipelihara atau dirawat oleh perusahaan jasa.

c. Jasa nonbarang (*non-goods-service*)

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah bahwa jasa personal yang ditawarkan kepada para pelanggan itu tidak berwujud (*intangible*).

3. Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, terdapat dua tipe produk jasa yaitu, (konsultasi, hukum, konsultasi perpajakan, konsultasi sistem informasi, pelayanan dan perawatan kesehatan dan jasa arsitektur) dan jasa nonprofesional jasa sopir taksi, tukang parkir, pengantar surat dan penjaga malam).

4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat diklasifikasikan menjadi jasa komersial (*commercial service*) atau jasa laba (*profit service*), misalnya

penerbangan, bank, penyewaan mobil, bioskop dan hotel, jasa nirlaba (*nonprofit service*) misalnya sekolah yayasan dan bantuan, panti asuhan, panti wreda, perpustakaan umum dan museum.

5. Regulasi

Jasa dapat dibagi jasa teregulasi (*regulated service*), misalnya jasa pialag, angkutan umum, dan perbankan dan jasa nonregulasi (*non-regulated service*), misalnya jasa makelar, jasa boga, indekos, asrama dan pengecatan rumah.

6. Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga berjasa), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam yaitu, berbasis peralatan atau *equipment-based- services* (seperti cuci mobil, otomatis, jasa sumbangan telepon jarak jauh, mesin ATM, perbankan internet, otomat pengecer dan lain-lain). Sedangkan jasa berbasis manusia atau *people-based-services* (seperti pelatih sepak bola, satpam, akuntan, konsultan hukum, dan konsultan manajemen). Jasa berbasis manusia masih dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu, tidak terampil, terampil dan pekerja professional.

7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontaknya, secara umum jasa dapat dibagi menjadi jasa kontak tinggi *high contact services* (seperti universitas, bank, dokter, penata rambut, juru rias dan pegadaian) dan jasa kontak rendah atau *low contact services* (seperti bioskop dan jasa layanan pos).

Berdasarkan pendapat diatas, jasa memiliki tujuh klasifikasi antara lain: segmen pasar, regulasi, tingkat intestas karyawan. Tingkat penyedia jasa, dan konsumen. Ketujuh klasifikasi tersebut bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan, dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga merasa puas dan harapan diinginkan konsumen terpenuhi.

2.2.4 Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:92) mendefinisikan bauran pemasaran merupakan perangkat atau alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur atau program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses.

Menurut Kotler dalam Danang Sunyoto (2014:202) bauran pemasaran adalah kelompok kiat pemasaran untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran.

Dalam bauran pemasaran terdapat unsur-unsur bauran pemasaran jasa, karena kedua hal ini saling mempengaruhi satu sama lain. Adapun unsur-unsur bauran pemasaran menurut Rambat Lupiyoadi (2013:92) yaitu, sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)
Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetap membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*The Offer*".
2. Harga (*Price*)
Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli.
3. Lokasi (*Place*)
Lokasi (berhubungan dengan sistem penyampaian) dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi.
4. Promosi (*Promotion*)
Hal ini berhubungan dengan isi pesan (apa yang harus disampaikan), struktur pesan (bagaimana penyampaian pesan secara logis), gaya pesan (menciptakan Bahasa yang kuat), dan sumber pesan (siapa yang harus menyampaikan).
5. Orang/Sumber Daya Manusia (*People*)
Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, "orang" yang berfungsi sebagai penyedia jasa mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.
6. Proses (*Process*)
Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan disampaikan oleh konsumen.
7. Layanan Pelanggan (*Customer Service*)
Layanan Pelanggan pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil (*Outcome*) dari kegiatan distribusi dan logistik. Dimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

Sedangkan menurut Menurut Fandy Tjiptono (2014:42) bauran pemasaran jasa meliputi:

1. *Products*
Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun yang tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.
2. *Pricing*
Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.
3. *Promotion*

Meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*.

4. *Place*

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan, dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa.

5. *People*

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Dalam industri jasa, setiap orang merupakan '*part-time marketer*' yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada output yang diterima pelanggan.

6. *Physical Evidence*

Karakteristik *intangible* pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Ini menyebabkan resiko yang dipersepsikan konsumen dalam keputusan pembelian semakin besar. Oleh sebab itu, salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat resiko tersebut dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa.

7. *Process*

Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact services*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan.

8. *Customer Service*

Makna layanan pelanggan berbeda antar organisasi. Dalam sektor jasa, layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan. Oleh sebab itu, tanggung jawab atas unsur bauran pemasaran ini tidak bisa diisolasi hanya pada departemen layanan pelanggan, tetapi menjadi perhatian dan tanggung jawab semua personil produksi, baik yang dipekerjakan oleh organisasi jasa maupun oleh pemasok.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting bagi perusahaan khususnya perusahaan dibidang jasa kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang besar dari manajer karena kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan yang diperoleh. Selain itu kepuasan seseorang

pelanggan juga ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Adapun beberapa definisi dari kualitas pelayanan menurut para ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Parasuraman dan Berry dikutip Andriasan Sudarso (2016:57) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:172) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan”.

Menurut Valarie A. Zeithmal, Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler (2013:87) *service quality, a critical element of customer perceptions. In the case of pure services (e.g., health care, financial services, education), service quality will be the dominant element in customers' evaluations.*

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bahwa kualitas pelayanan adalah suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan pemeliharaan daya tarik konsumen agar tujuan perusahaan tercapai.

2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan dimensi-dimensi yang telah dikemukakan oleh para ahli.

Menurut Zeithalm dalam Andriasan Sudarso (2013:58) terdapat 5 dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (service quality) yang terdiri dari:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.
2. *Reliability* (Kehandalan)
Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, siap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. *Resvonsiveness* (daya tanggap)
Yaitu kemampuan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan)

Adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

- a. *Communication* (komunikasi), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti di samping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan komplain yang dilakukan oleh pelanggan.
 - b. *Credibility* (kredibilitas)
Perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
 - c. *Security* (keamanan),
Adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
 - d. *Competence* (kompetensi)
Yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
 - e. *Courtesy* (sopan-santun)
Dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopanan santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
5. *Empathy* (Empati)
Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atas pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:52) mengemukakan bahwa dimensi kualitas pelayanan ada lima, yaitu :

1. Keandalan
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
2. Responsivitas

- Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan
Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
 4. Empati
Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
 5. Wujud
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan bahan komunikasi.

Menurut Cristopher Lovelock dan Jochen Wirtz (2011:155) dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.
3. *Responsiveness* yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan prompy pelayanan.
4. *Assurance*
 - a. Kredibilitas adalah kepercayaan, kejujuran penyedia pelayanan.
 - b. Keamanan yaitu kebebasan dari bahaya, risiko atau keraguan
 - c. Kompetensi yaitu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan .
 - d. Sopan-santun adalah kesopanan, rasa hormat, pertimbangan dan keramahan personel layanan.
5. Emapti (*Empathy*)
 - a. Akses merupakan mudah didekati dan mudah untuk dikontak
 - b. Komunikasi yaitu mendengarkan pelanggan dan menjaga mereka terinformasikan dalam Bahasa yang bisa dimengerti.
 - c. Memahami pelanggan yaitu membuat upaya untuk mengenali pelanggan dan kebutuhan mereka.

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Pada era sekarang ini kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hal yang sangat rentan karena kesan bagi konsumen dan menjadikan suatu dasar tujuan bagi perusahaan yaitu untuk membuat konsumen merasa puas. Semakin konsumen merasa puas maka akan menimbulkan kesan yang baik serta mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Sementara bila perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen maka konsumen enggan untuk melakukan pembelian kembali

yang akan merugikan bagi perusahaan dan kemungkinan besar akan pindah pada perusahaan lain.

Menurut J. Supranto (2011: 233) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya.

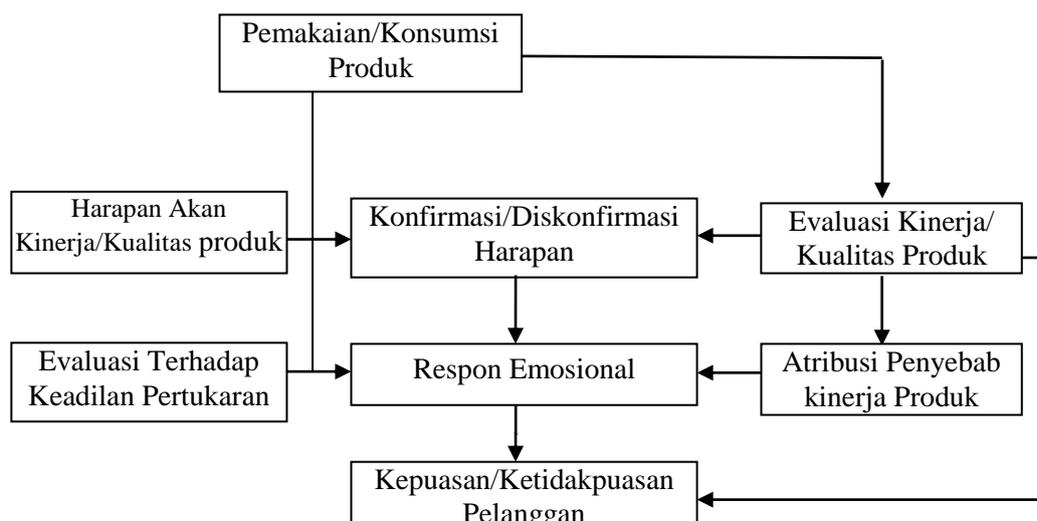
Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:228) kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius (2011:295) mengatakan kepuasan konsumen yaitu “respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk”.

Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:180-181) mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen merupakan “*customer’s of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation*”. Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan, hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Menurut Valarie A. Zeithmal, Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler (2013:81) *Customer Satisfaction is influenced by specific product or service features, perceptions of product and service quality, and price. In addition, personal factors such as the customer’s mood or emotional state and situational factors such as family member opinions influence satisfaction.*

Secara konseptual kepuasan konsumen dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut :



Sumber : Women dalam Tjiptono (2014:354)

Gambar 2
Model Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan respon konsumen antara harapan kinerja atau jasa yang diterima. Jika kinerja sesuai harapan, konsumen merasa puas dan sebaliknya jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas.

2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2010:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

- 1) **Kesesuaian Harapan**
Merupakan tingkat kesesuaian kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
- 2) **Minat Berkunjung Kembali**
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- 3) **Kesediaan Merekomendasikan**
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman dan keluarga, meliputi :
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Dimensi Kepuasan Pelanggan, hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2012:112).

1. Membeli lagi.
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.

3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan

Menurut Ali Hasan (2008:106) dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Konfirmasi Harapan
Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.
2. Minat Pembelian Ulang
Kepuasan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
3. Kesiediaan Merekomendasi
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti pembelian mobil, broker rumah, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
4. Ketidakpuasan pelanggan
Aspek-aspek yang perlu ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah komplain, pengambilan produk, biaya garansi, dan *word of mouth negatif* (rekomendasi negatif).

2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Handi Irawan (2009:37) faktor pendorong kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk
Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan terutama untuk industri jasa.
3. Emosional
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan.
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.4.4 Strategi Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono (2014:358-360) strategi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. **Barang dan jasa berkualitas**
Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima.
2. *Relation Marketing*
Yaitu transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Menjalinkan suatu kemitraan dengan pelanggan yang terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan
3. **Program promosi loyalitas**
Banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Program ini biasanya, memberikan semacam penghargaan (*rewards*) khusus (bonus, diskon, voucher dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan).
4. **Fokus pada pelanggan (*best customers*)**
Sekalipun program promosi loyalitas beraneka ragam bentuknya, namun semuanya memiliki kesamaan, program-program semacam itu berfokus pada 20 persen dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi 80 persen dari penjualan.
5. **Sistem penanganan komplain secara efektif**
Perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal.
6. *Unconditional guarantees*
Dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelanggan. Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan bakal mereka terima.
7. *Program pray-forperformance*
Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya.

Sedangkan menurut Ali Hasan (2013:108) strategi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. **Strategi Superior Kualitas Produk**
Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik layanan prima. Paling tidak, secara teknis harus menyamai pesaing utama dalam industri. Prinsipnya “kualitas nomor satu”. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelayanan yang tinggi pula. Kerap kali itu merupakan cara mereka membenarkan harga yang lebih mahal.
2. **Strategi Fokus Pada Pelanggan Terbaik**
Perusahaan yang berfokus pada pelanggan dapat memperoleh 20% dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi dari 80% dari penjualan produk. Pelanggan terbaik adalah mereka yang senang menggunakan produk, mereka berbelanja banyak, pembayarannya lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan dan relatif tidak sensitif terhadap harga mereka lebih menyukai stabilitas dari pada sering berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah dan bagi perusahaan termasuk kesediaan untuk melepas *bad customers* “konsumen yang jelek”
3. **Strategi *Pay-For-Performance***
Untuk menciptakan kepuasan pelanggan diperlukan dukungan dari semua sumber berdaya organisasi, serta tanggung jawab penuh pimpinan tingkat korporat. Karyawan sebagai garis terdepan menjadi ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan berkewajiban memberikan pelayanan kepada pelanggan, yaitu memuaskan pelanggan. Agar karyawan bersedia melakukan itu maka karyawan harus dipuaskan terlebih dahulu kebutuhannya.
4. **Strategi *Ofensif-Defensif***
Penggunaan strategi ofensif dan defensif sebagai strategi bisnis secara bersamaan sangat mungkin dan menuntungkan. Pelaksanaannya disaat melakukan serangan kepasar tetapi juga mengatur kekuatan untuk bertahan dari serangan pesaing. Strategi ini memerlukan dukungan sumber daya perusahaan yang kuat.
5. **Strategi Rintangan Pengalihan**
 - a. Perusahaan harus berusaha membentuk rintangan pengalihan, sehingga pelanggan merasa enggan, rugi jika mengeluarkan biaya besar untuk berganti pemasok.
 - b. Rintangan pengalihan dapat dalam biaya pencarian, biaya transaksi, biaya belajar, potongan harga khusus bagi pelanggan yang loyal, kebiasaan pelanggan, biaya emosional, usaha-usaha lain yang rasional, resiko finansial, sosial dan psikologis.

- c. Jika berkaitan dengan industri pengalihan dapat menimbulkan biaya latihan bagi karyawan, modal yang diperlukan untuk perubahan, biaya peralatan baru pelengkap
 - d. Baik pada konsumen maupun industri dapat dipertahankan apabila perusahaan berhasil menciptakan rintangan pengalihan dan menjalin hubungan yang harmonis, akrab dan saling menguntungkan dengan pelanggannya.
6. Strategi *Costomer Retention*
Kuncinya adalah kepuasan, untuk dapat mempertahankan konsumen, gunakan strategi sebagai berikut:
- a. Lakukan riset konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap dan tingkah lakunya.
 - b. Libatkan partisipasi secara aktif lintas fungsional dalam mengelola kepuasan dan mempertahankan pelanggan.
 - c. Buat agar konsumen mau dan mudah dalam menyampaikan kebutuhan, harapan, persepsi bahkan komplainnya ke perusahaan.
 - d. Manfaatkan informasi (database) kebutuhan, referensi, frekuensi pembelian, dan kepuasan pelanggan terhadap produk.
 - e. Tentukan kebutuhan pokok pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi
 - f. Ciptakan produk yang memiliki nilai superior
 - g. Beri kepuasan yang tinggi, untuk menciptakan rintangan beralih ke pemasok lain.
 - h. Memiliki kelompok pembeli sebagai sasaran penjualan.
 - i. Laksanakan strategi yang paling beda mutu yang tinggi atau harga yang murah atau kombinasikan keduanya
7. Strategi *Relationship Marketing*
Berkonsep pada customer marketing merupakan strategi transaksi antara pembeli dan penjual secara berkelanjutan tidak berakhir setelah penjualan selesai, pelanggan perlu mendapat perhatian khusus terus-menerus dalam sepanjang hidup konsumen :
- a. Berfokus pada customer retention
 - b. Orientasi kualitas dan manfaat produk
 - c. Perhatian dan penekanan penuh pada layanan pelanggan
 - d. Komitmen yang tinggi terhadap pelanggan
 - e. Adakan kontak dengan pelanggan
8. Strategi *Superior Customer Service*
Strategi superior customer service, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Strategi ini akan aktif :
- a. Jika didukung oleh dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan superior.

- b. Jika usaha menawarkan customer service yang lebih baik, beban harga yang lebih tinggi pada produk-produk nya, tetapi pelanggan memperoleh manfaat besar dari pelayanannya.
9. Strategi Jaminan Tanpa Syarat
- a. Komitmen untuk memberikan kepuasan pelanggan agar menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk dan kinerja perusahaan.
 - b. Peningkatan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari sebelumnya
 - c. Pemberian kaminan untuk meringankan risiko kerugian bagi pelanggan baik sebelum maupun sesudah pembelian untuk meraih loyalitas pelanggan.
 - d. Janji eksplisit tentang kepastian kualitas kinerja yang prima dan kepuasan yang akan diperoleh pelanggan.
10. Strategi menangani keluhan, perusahaan perlu memiliki:
- a. Kebijakan komprehensif dalam memahami dan menangani keluhan/komplain pelanggan
 - b. Dalam menangani komplain pelanggan perlu adanya keterlibatan langsung manajemen puncak, keterlibatan tersebut akan berdampak positif bagi perusahaan terutama untuk alasan:
 - 1) Memastikan bahwa produk berkualitas dari benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya.
 - 2) Memastikan bahwa pelanggan tidak mengalami masalah dalam mengkonsumsi beberapa jenis produk, layanan, pengiriman dan sebagainya.
 - 3) Pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kesan untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka.
 - 4) Pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan pada setiap masalah dari pelanggan dan selalu berusaha memperbaiki kekurangannya.
11. Strategi empati
- Dalam menghadapi pelanggan yang mungkin kecewa, emosi atau bahkan marah, maka :
- a. Tunjukkan kepada pelanggan bahwa perusahaan merasa perhatian terhadap kekecewaan yang dialami pelanggan.
 - b. Luangkan waktu, perhatikan pelanggan, dengarkan keluhan dan kendalikan diri jangan menyanggah.
 - c. Berusahalah memahami situasi yang dirasakan pelanggan sambil memperjelas permasalahan yang dihadapinya.

- d. Ketika luapan kekecewaan sudah menurun, ajaklah pelanggan berdiskusi untuk mencari atau tawarkan usaha untuk memperbaiki kekecewaan yang disebabkan oleh kelalaian perusahaan.

2.4.5 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa metode yang bisa digunakan dalam mengukur dan memantau kepuasan konsumen pada perusahaan. Menurut Kotler dan Keller dalam Fandy Tjiptono (2014:369-370) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis* dan survey kepuasan pelanggan.

1. Sistem Keluhan dan Saran
Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik pendapat, dan keluhan mereka.
2. *Ghost/Mystery Shopping*
Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi langsung dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produknya/jasa perusahaan. Tetapi karyawan atau staff tersebut tidak boleh tahu bahwa mereka sedang diniaai oleh atasan mereka karena apabila mengetahui maka hasil penilaiannya akan menjadi biasa.
3. *Lost Customer Analysis*
Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralihpemaasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan.
4. Survey Kepuasan Pelanggan
Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelaggannya.

Sedangkan Menurut Zulian Yamit (2013:80) metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen terdapat tiga diantaranya:

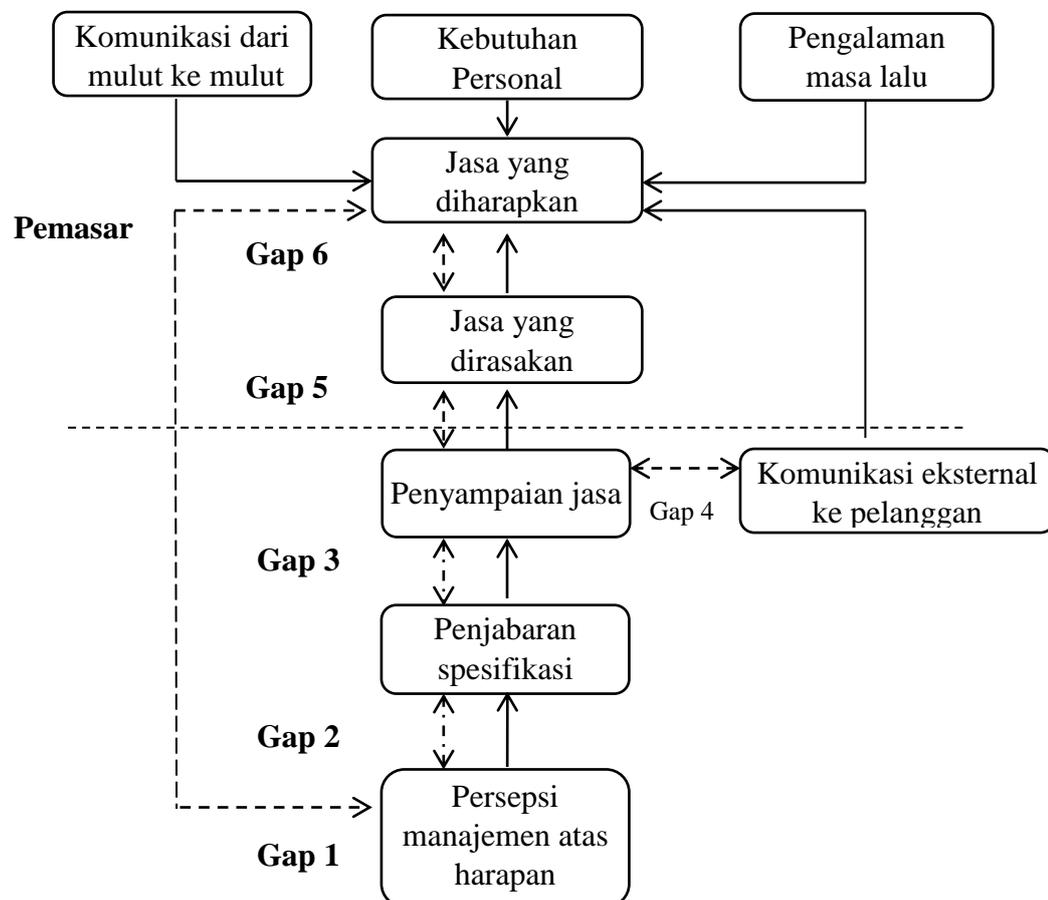
1. Sistem pengaduan
Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran.
2. Survey pelanggan
Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.

3. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain.

Berdasarkan definisi dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa metode untuk mengukur kepuasan konsumen adalah sistem yang memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran dan keluhan, cara yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan serta perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain.

2.4.6 Analisa Dalam kesenjangan Kualitas Pelayanan



Sumber : Parasuraman, A. Zeithmal dan Bitner, (2009) dalam Cristopher Lovelock (2011:408).

Gambar 3
Model Konseptual Service Quality

1. Gap 1-*The Knowledge Gap* (Kesenjangan Pengetahuan) adalah perbedaan antara apa yang menurut manajemen senior diharapkan oleh pelanggan, dengan kebutuhan aktual dan harapan konsumen.

2. Gap 2- *The Policy Gap* (Kesenjangan Kebijakan) adalah perbedaan antara perusahaan manajemen terhadap ekspektasi pelanggan standar kualitas yang ditetapkan untuk penyajian pelayanan. Kami menyebutnya kesenjangan kebijakan karena manajemen membawa keputusan untuk tidak memberikan apa yang mereka pikirkan diharapkan oleh pelanggan. Untuk menetapkan standar dibawah ekspektasi pelanggan biasanya mencakup pertimbangan biaya dan kelayakan.
3. Gap 3- *The Delivery Gap* (Kesenjangan Penyajian) adalah perbedaan antara standar pelayanan yang ditetapkan dan kenyataan kinerja tim penyajian serta pelayanan operasional dilapangan.
4. Gap 4-*The Communication Gap* (Kesenjangan Komunikasi) adalah perbedaan antara apa yang dikomunikasikan perusahaan, dan apa yang diterima oleh para pelanggannya. Kesenjangan ini diselesaikan oleh dua sub-kesenjangan “ pertama, kesenjangan komunikasi internal yaitu perbedaan antara apa yang diiklankan dan penjual sputar fitur produk, kinerja dan tingkat kualitas pelayanan dengan apa yang sebenarnya mampu diberikan oleh perusahaan. Kedua dari yang muluk, yang dapat disebabkan oleh ketertarikan personel periklanan dan penjual terhadap tingkat penjualan, dapat menyebabkan mereka untuk membuat janji yang mulukmuluk.
5. Gap 5-*The Perceptions Gap* (Kesenjangan Persepsi) adalah perbedaan antara apa yang disampaikan kepada pelanggan dan apa yang pelanggan rasa telah mereka terima (karena mereka terkadang tidak dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan akurat).
6. Gap 6-*The Service Quality Gap* (Kesenjangan Kualitas Pelayanan) adalah perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan untuk mereka terima dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang sebenarnya disampaikan.

2.5 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.5.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 4
Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Peneliti	Metode AnalisisData	Hasil Penelitian
1.	Hendro Widodo 2014	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) kualitas pelayanan Prodi PGSD UAD tergolong cukup baik; 2) mahasiswa merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Prodi PGSD UAD; dan 3) terdapat dua dimensi yang mempunyai pengaruh

No	Peneliti	Judul Peneliti	Metode AnalisisData	Hasil Penelitian
				signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi PGSD UAD, dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi tangible dan dimensi assurance, sedangkan dimensi reliability, responsiveness dan dimensi empathy tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
2.	Ignasius Loyola A.P A21109 293	Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan hasil penelitian ini membuktikan dugaan hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu bahwa secara simultan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin makassar.
3.	Yenny Yuniarti 2014	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Jambi	Deskriptif Verifikatif	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa baik secara simultan sebesar 54,2% dan secara parsial masing-masing keandalan 19,98%, daya tanggap 23,25%, bukti fisik 25,34%, empati 21,57%, dan jaminan 18,10%..

2.5.2 Kerangka Pemikiran

Pada saat ini perkembangan sektor jasa telah mengalami peningkatan yang semakin meningkat. Pendidikan merupakan hal yang sangat penting bagi manusia dimana pendidikan merupakan ujung tombak untuk menciptakan perkembangan dan kemajuan karena pendidikan dinilai sangat penting. Pada kesempatan kali ini, peneliti melakukan penelitian yang bergerak dibidang pendidikan (jasa) yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa (studi kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan). Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui analisis kualitas pelayanan yang dilakukan oleh dosen Fakultas Ekonomi terhadap kepuasan mahasiswa.

Mahasiswa akan merasa puas dengan adanya kualitas pelayanan yang baik. Kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa menjadi nilai tambah bagi Dosen Fakultas Ekonomi, karena mahasiswa yang puas akan melakukan transaksi ulang dan tidak akan menggunakan jasa lain. Menurut J. Supranto (2011: 233) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Selain bertujuan memperoleh dan mempertahankan mahasiswa, kualitas pelayanan memiliki tujuan untuk menciptakan kepuasan kepada setiap mahasiswa dalam menggunakan jasa sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh dosen maka kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa akan semakin tinggi.

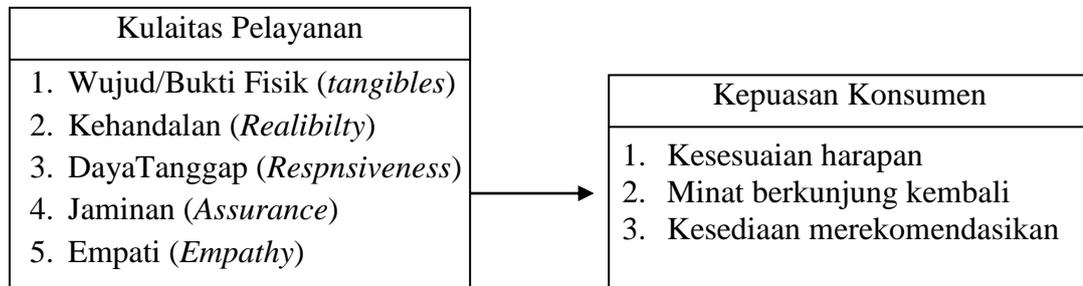
Dalam kesenjangan kualitas pelayanan konsumen mengetahui persepsi dari kesenjangan dalam kualitas pelayanan, konsumen mengetahui persepsi manajemen atas harapan dari market survey yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan setelah itu barulah tercipta persepsi, persepsi ini dirubah menjadi spesifikasi yang harus disiapkan oleh tim produksi, barulah dijual kebutuhan sendiri itu dipengaruhi oleh referensi atau komunikasi dari mulut kemulut. Jika pernah melakukan atau pernah beli akan jadi referens, dipengaruhi oleh market promosi atau promosi dari penyedia jasanya. Keinginan dari data yang ada menjadi sebuah persepsi tentang jasa yang dirasakan berdasarkan penyelesaian kebutuhan dan daya beli dengan uang konsumen yang konsumen punya dan bisa melihat bahwa pilihannya itu kebutuhan personal, jasa yang diharapkan, dan jasa yang dirasakan, berdasarkan janji produsen menjadikan transaksi penyampaian jasa itu hasilnya puas dan tidak puas, kalo puas harapan konsumen atau mahasiswa akan terpenuhi kalo tidak terpenuhi maka konsumen atau mahasiswa tidak akan merasa puas

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan mahasiswa, selain itu juga sangat erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi Fakultas Ekonomi. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada setiap pemakai jasanya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:172) menyatakan bahwa: “kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan”. Menurut Cristopher Lovelock dan Jochen Wirtz (2011:155) dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan prompt pelayanan.
4. *Assurance* (Kredibilitas, Keamanan, Kompetensi dan Sopan-santun)

5. Empati (*Empathy*) yaitu berupa (Akses, Komunikasi dan Memahami pelanggan).

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas maka dapat digambarkan konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 4
Konstelasi Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah dengan sementara dari identifikasi masalah yang telah dibuat yaitu :

1. Penerapan kualitas pelayanan dosen di Fakultas Ekonomi cukup baik.
2. Tingkat kepuasan mahasiswa pada dosen Fakultas Ekonomi kurang puas
3. Analisis kualitas pelayanan dosen terhadap kepuasan mahasiswa dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi untuk Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *Deskriptif Eksploratif*, dengan metode berupa studi kasus mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

3.2 Objek Penelitian, Unit Analisis Dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel terikat (*dependen*), dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tangga (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) sebagai variabel bebas (*independen*). Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dengan indikator tingkat kinerja dan tingkat harapan.

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu data yang dianalisis berasal dari setiap mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi yang merupakan salah satu Universitas Pakuan yang berlokasi di Jl. Pakuan P.O Box 452 Bogor 16143 Jawa Barat Indonesia.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data primer diperoleh melalui kuesioner dari jawaban setiap responden. Sedangkan sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung melalui wawancara dan kuesioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari internet yang berhubungan dengan judul proposal penelitian.

3.4 Operasional Variabel

Tabel 5
Operasional Variabel
“Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa”
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	• Dosen berpakaian rapih dan sopan	Ordinal
		• Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap (modul/handout/file ppt)	
		• Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan	
		• Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	
	Kehandalan (<i>Realibility</i>)	• Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu	Ordinal
		• Sistem penilaian yang objektif dan terbuka	
		• Dosen mampu menghidupkan suasana kelas	
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	• Dalam membahas kasus cepat mengatasinya	Ordinal
		• Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa	
		• Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah	
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	• Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa	Ordinal
		• Tidak akan merasa ragu terhadap materi yang disampaikan	
		• Adil dalam memperlakukan mahasiswa	
• Keramahan dan kejujuran akan ilmunya			
Empati (<i>Empathy</i>)	• Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan	Ordinal	
	• Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti		
	• Upaya memahami kebutuhan mahasiswa		
Kepuasan Konsumen	Kinerja	• Tingkat Kinerja	Ordinal
	Harapan	• Tingkat Harapan	

3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel *Probability Sampling* dengan teknik *Stratified Random Sampling*.

Tabel 6
Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Tahun 2016/2017 - 2017/2018

No	Program Studi	Tahun	
		2016/2017	2017/2018
1.	Manajemen	364	315
2.	Akuntansi	243	246
Jumlah		607	561

Sumber : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (Baak) Universitas Pakuan, 2017

Tabel 7
Mahasiswa Aktif S1 Program Studi Manajemen dan Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Program Studi	Periode	Jumlah	Perhitungan Sampel	Sampel
Manajemen	2016/2017	364	$(364/1168) \times 300 = 88.86$	90
	2017/2018	315	$(315/1168) \times 300 = 80.90$	80
Akuntansi	2016/2017	243	$(243/1168) \times 300 = 62.41$	63
	2017/2018	246	$(246/1168) \times 300 = 63.18$	64
Jumlah		1168		300

Populasi dalam penelitian ini penulis mengambil berdasarkan jumlah data mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan pada tahun 2016/2017 dan 2017/2018 yaitu sebanyak 1168 mahasiswa. Untuk mendapatkan sampel masing-masing program studi menggunakan *Stratified Random Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara acak berdasarkan strata. Kemudian untuk ukuran sampel didapat dengan menggunakan rumus slovin, nilai presisi yang digunakan sebesar 5% sehingga jumlah sampel yang diteliti sebesar:

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

Keterangan :

N = Ukuran Populasi Sampel

n = Ukuran Sampel

e^2 = Batas Ketelitian/Nilai Kritis 5%

$$n = \frac{1168}{1 + 1168(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1168}{3.92} = 297.95 \text{ dibulatkan } 300$$

Jadi sampel yang akan diteliti sebanyak 300 responden/mahasiswa dengan nilai kritis sebesar 5%.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan dapat dipercaya. Metode penggunaan data yang digunakan antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Wawancara yang dilakukan penulis terhadap pihak Fakultas Ekonomi yaitu kepada (BAAK) Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan untuk mengetahui informasi yang relevan.

2. Kuesioner

Menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan data mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada kinerja Dosen.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan kegiatan kepastakaan melalui buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain sebagainya yang berkaitan dengan kualitas dan kepuasan mahasiswa/ konsumen.

Untuk mengukur hasil kuesioner yang disebar pada mahasiswa mahasiswa fakultas ekonomi menggunakan alat ukur skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi variabel.

Tabel 8
Keterangan Skala

Pilihan	Inisial	Skala
Sangat Baik	SB	5
Baik	B	4
Cukup Baik	CB	3
Kurang Baik	KB	2
Sangat Kurang Baik	SKB	1

Sumber: Sugiyono (2011:107)

Total dari nilai jawaban setiap butir pernyataan kemudian dibuatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total responden. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

3.7 Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan mengukur banyaknya angket atau valid tidaknya suatu angket penelitian. Sahnya suatu angket jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur angket. Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. (Husein Umar, 2011:129).

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan y

X = Variabel Bebas Kualitas Pelayanan

Y = Variabel terikat Kepuasan Konsumen

Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{table} dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaannya dikatakan valid apabila skor item pertanyaan yang memiliki korelasi yang positif dan signifikan

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	r _{tabel}	r _{hitung}	Keterangan
Berwujud (<i>Tangible</i>)				
1	berpakaian rapih dan sopan	0.434	0.361	Valid
2	Memiliki bahan ajar yang lengkap	0.398	0.361	Valid
3	Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan yang diajarkan	0.479	0.361	Valid
4	Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	0.545	0.361	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
1	Hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu	0.518	0.361	Valid
2	Memiliki sistem penilaian objektif	0.599	0.361	Valid
3	Kemampuan menghidupkan suasana kelas	0.577	0.361	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
1	Dalam membahas kasus cepat mengatasinya	0.484	0.361	Valid
2	Kesigapan merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa	0.625	0.361	Valid
3	Dosen memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik	0.523	0.361	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
1	Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa	0.492	0.361	Valid
2	Adanya keraguan akan materi yang disampaikan	0.528	0.361	Valid
3	Adil dalam memperlakukan mahasiswa	0.613	0.361	Valid
4	Keramahan dan kejujuran akan ilmunya	0.676	0.361	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
1	Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/konselling kegiatan kemahasiswaan	0.633	0.361	Valid
2	Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti	0.574	0.361	Valid
3	Upaya memahami kebutuhan mahasiswa	0.386	0.361	Valid

Sumber: data diolah (2018)

Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan (X) melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa terdapat 17 pertanyaan tersebut valid.

Tabel 10
Hasil Uji Validitas SPSS 23 Variabel Kepuasan Mahasiswa

No	Pernyataan	r _{tabel}	r _{hitung}	Keterangan
Berwujud (<i>Tangible</i>)				
1	berpakaian rapih dan sopan	0.434	0.361	Valid
2	Memiliki bahan ajar yang lengkap	0.398	0.361	Valid
3	Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan yang diajarkan	0.479	0.361	Valid
4	Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	0.545	0.361	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
1	Hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu	0.518	0.361	Valid
2	Memiliki sistem penilaian objektif	0.599	0.361	Valid
3	Kemampuan menghidupkan suasana kelas	0.577	0.361	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
1	Dalam membahas kasus cepat mengatasinya	0.484	0.361	Valid
2	Kesigapan merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa	0.625	0.361	Valid
3	Dosen memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik	0.523	0.361	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
1	Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa	0.492	0.361	Valid
2	Adanya keraguan akan materi yang disampaikan	0.528	0.361	Valid
3	Adil dalam memperlakukan mahasiswa	0.613	0.361	Valid
4	Keramahan dan kejujuran akan ilmunya	0.676	0.361	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
1	Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/konselling kegiatan kemahasiswaan	0.633	0.361	Valid
2	Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti	0.574	0.361	Valid
3	Upaya memahami kebutuhan mahasiswa	0.386	0.361	Valid

Sumber: data diolah (2018)

Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa terdapat 17 pertanyaan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *Alpha Cronbach's*. Rumus *Alpha* digunakan untuk alternative jawaban yang lebih dari dua rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians Total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah deviasi standar butiran

Suatu angket penelitian dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach alpha* $> 0,6$.

Tabel 11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	17

Sumber: output SPSS 23 (2018)

Hasil uji reliabilitas Kualitas Pelayanan (X) melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 17 pertanyaan dengan *Cronbach's alpha* sebanyak 0.881, maka pertanyaan tersebut dapat diterima.

Tabel 12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	17

Sumber: output SPSS 23 (2018)

Hasil uji reliabilitas kepuasan mahasiswa (Y) melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 17 pertanyaan dengan *Cronbach's alpha* sebanyak 0.890, maka pertanyaan tersebut dapat diterima.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan mendapat gambaran tentang penerapan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

3.8.2 Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara skor tinggi kinerja atau harapan konsumen.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor Kinerja atau indikator-indikator kepuasan mahasiswa yang diberikan oleh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Yi = Skor penilaian kepuasan atau harapan mahasiswa indikator-indikator kepuasan konsumen yang diberikan oleh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

3.8.3 Importance Performance Analysis (IPA)/Diagram Kartesius

Membuat peta posisi importance yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata dari rata-rata tingkat harapan

K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{n}$$

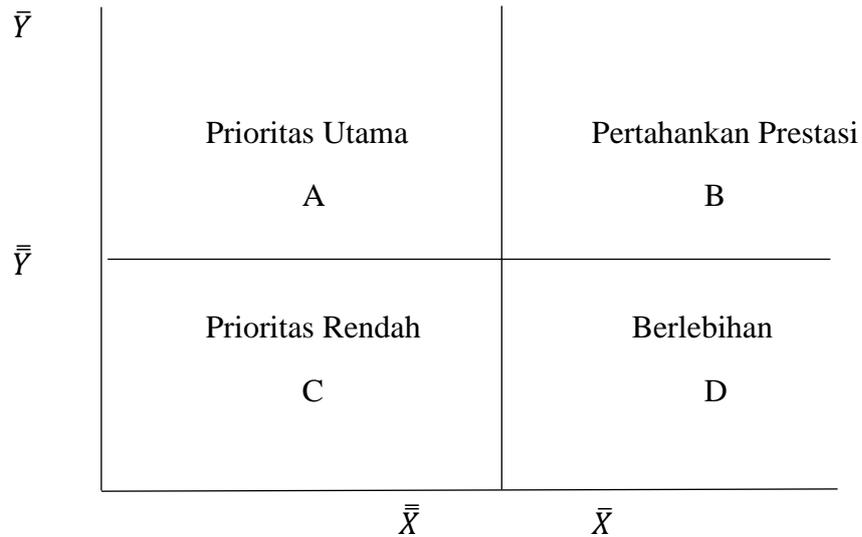
Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata harapan

n = Jumlah Responden

Pada analisis *Importance Performance Analysis*, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan.



Sumber : J. Supranto 2011

Gambar 5
Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Universitas Pakuan memiliki cikal bakal dengan nama Universitas Bogor sebagai hasil penggabungan beberapa perguruan tinggi di Bogor pada tahun 1977. Pada November 1980, Universitas Bogor berganti nama menjadi Universitas Pakuan di bawah Yayasan Kartika Siliwangi Pembina Universitas Pakuan (YKS – PUP) dimana pada tahun 2002, YKS-PUP berubah nama menjadi Yayasan Pakuan Siliwangi (YPS) tepatnya di Jl. Pakuan P.O Box 452 Bogor 16143 Jawa Barat Indonesia. Pada tahun 1980, Universitas Pakuan memiliki empat fakultas, yaitu Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Sastra. Pada tahun tersebut Fakultas Ekonomi menyelenggarakan dua program studi strata 1, yaitu Program Studi S1 Manajemen dan Program Studi S1 Akuntansi.

Sejak tahun akademik 2000/2001 FEUP menyelenggarakan program pendidikan profesional untuk Program Diploma III yang terdiri dari dua program studi, yaitu Program Studi Akuntansi dan Program Studi Manajemen Perpajakan. Penyelenggaraan kedua program tersebut telah memperoleh pengesahan berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional RI Nomor : 88/DIKTI/Kep/2001 tanggal 5 April 2001 tentang Pemberian Status ‘*Terdaftar*’ kepada dua program studi untuk jenjang pendidikan Program Diploma III di lingkungan Universitas Pakuan Bogor.

Pada tahun 2007 Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi telah mengeluarkannya ijin operasional penyelenggaraan program studi baru untuk Universitas Pakuan, dimana salah satunya adalah Program Studi Diploma III Manajemen Keuangan dan Perbankan. Dengan demikian, sampai saat ini FEUP menyelenggarakan lima program studi, yaitu dua program studi strata 1 dan tiga program studi diploma III.

4.2.1 Visi, Misi dan Tujuan

Visi, misi dan tujuan FEUP dirancang sejak April 2015 berdasarkan hasil *focus group discussion* (FGD) pada Februari 2015 dan difinalisasi pada lokakarya yang diselenggarakan pada Juni 2015 dengan mempertimbangkan hasil analisis SWOT serta masukan dan saran dari berbagai pihak. Visi, misi dan tujuan FEUP ditetapkan sebagai berikut :

Visi Fakultas Ekonomi

Menjadi Fakultas Ekonomi sebagai Pusat Pengembangan Akademik yang Unggul, Mandiri dan Berkarakter serta menguasai IPTEK pada tahun 2020.

Misi Fakultas Ekonomi

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi berbasis IPTEK di bidang manajemen, akuntansi, keuangan dan perpajakan yang kompeten, profesional dan berwawasan global.
2. Menggali dan mengembangkan kompetensi di bidang manajemen, akuntansi, keuangan dan perpajakan secara berkesinambungan yang dilandasi sikap arif dan bijaksana dalam penerapannya untuk kesejahteraan masyarakat.
3. Meningkatkan penelitian dan pengembangan di bidang manajemen, akuntansi, keuangan dan perpajakan yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan masyarakat.
4. Menjalani kemitraan yang saling memberi manfaat dengan institusi, dunia usaha dan masyarakat pada tingkat regional, nasional dan internasional.

Tujuan Fakultas Ekonomi

1. Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan akademik, kompetensi, profesional, mandiri, berkarakter dan mampu memanfaatkan IPTEK dengan bijak dan bertanggungjawab.
2. Menghasilkan lulusan yang mampu mengaplikasikan kemampuan akademik dan kompetensinya dalam pembangunan bangsa dan kehidupan nyata di masyarakat.
3. Menghasilkan karya di bidang penelitian dan di bidang pengabdian kepada masyarakat yang sesuai dengan perkembangan IPTEK.
4. Menciptakan jaringan dan kerjasama yang berkualitas dan bermanfaat dengan para pemangku kepentingan dalam skala nasional, regional dan global.
5. Mewujudkan tata kelola fakultas yang baik dan berkualitas berdasarkan prinsip tata kelola organisasi yang baik (*good governance*).

4.1.3 Struktur Organisasi

Susunan Organisasi FEUP mengacu pada Statuta Universitas Pakuan yang terdiri dari Senat Fakultas, unsur pimpinan (Dekan dan Wakil Dekan), unsur pelaksana akademik (Program Studi, Laboratorium dan Kelompok Dosen), Gugus Mutu Fakultas (GMF) dan unsur pelaksana administrasi (Bagian Tata Usaha). Dekan diangkat dan diberhentikan oleh Rektor atas dasar pemilihan dan pertimbangan Senat Fakultas, sedangkan Wakil Dekan, Ketua Program Studi, Sekretaris Program Studi, Kepala Laboratorium dan Kepala Bagian Tata Usaha diangkat dan diberhentikan oleh Rektor atas usul Dekan.

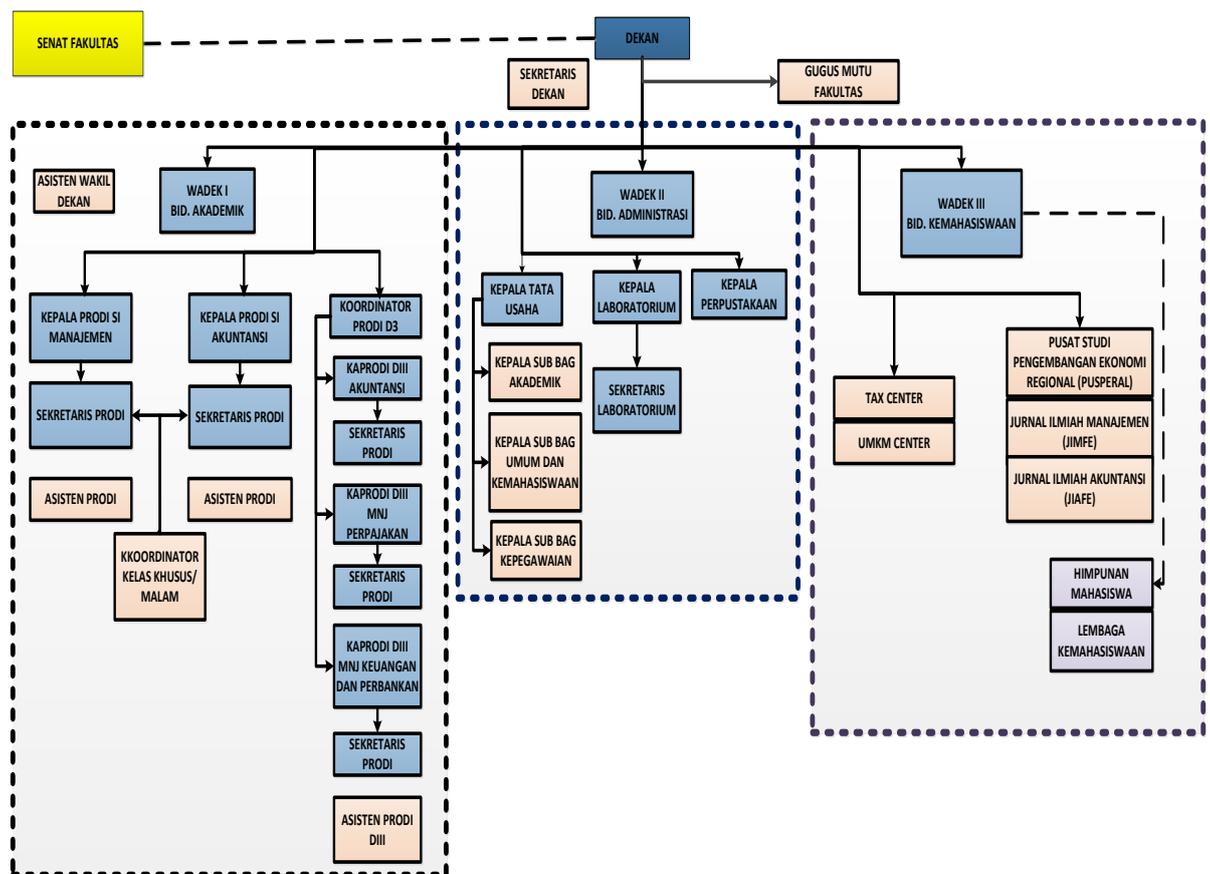
Disamping unsur – unsur di atas, dalam rangka efektivitas tugas dan fungsi fakultas sebagai koordinator penyelenggaraan pendidikan serta tetap mengacu pada Statuta Universitas Pakuan, FEUP juga membentuk fungsi atau jabatan yang terdiri dari : Sekretaris Dekan, Asisten Wakil Dekan, Asisten Program Studi, Kepala Sub

Bagian Tata Usaha, Juru Bayar, dan Koordinator Kelas Khusus. FEUP juga membentuk unit – unit khusus yang terdiri dari Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi (JIMAFE), Pusat Studi Pengembangan Ekonomi Regional (PUSPERAL), Pusat Kajian dan Pengembangan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi (PUSKABANG UKMK). FEUP dapat mengembangkan unit – unit lain sesuai dengan kebutuhan dan strategi pengembangan FEUP. FEUP juga menyelenggarakan salah satu Unit Pelaksana Teknis yang dimiliki oleh Universitas Pakuan, yaitu Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perpajakan (*Tax Center*) dengan pertimbangan bahwa FEUP memiliki sumberdaya yang kompeten dan relevan untuk menyelenggarakan *Tax Center*.

Berikut adalah susunan organisasi FEUP:

Catatan :

- Unit/fungsi dengan warna biru/gelap ditetapkan dengan Keputusan Rektor, unit/fungsi dengan warna kuning/terang ditetapkan dengan Keputusan Dekan dan unit/fungsi warna ungu merupakan unit/fungsi keorganisasian mahasiswa.
- Garis penuh (tidak terputus) merupakan garis hubungan fungsi dan tanggung jawab, sedangkan garis putus – putus merupakan garis koordinasi



Gambar 6
Struktur Organisasi

A. Dekan

Fungsi :

1. Koordinator penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh program studi di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Pembinaan tenaga pendidik, tenaga kependidikan dan mahasiswa/i di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Tugas Pokok :

1. Menyusun dan melaksanakan rencana strategi (Renstra) dan rencana operasional (Renop) Fakultas
2. Menyusun dan melaksanakan rencana kerja dan anggaran tahunan (RKAT) Fakultas.
3. Melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi dan kompetensinya
4. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
5. Melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kerjasama bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
6. Melaksanakan pembinaan sivitas akademik
7. Menyusun dan menyampaikan laporan tahunan kepada rector setelah disetujui oleh senat Fakultas.

B. Wakil Dekan Bidang Akademik

Fungsi :

1. Sebagai unsure pimpinan Fakultas yang mewakili dekan dalam memimpin, melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Apabila Dekan berhalangan, Wakil Dekan 1 bertindak mewakili Dekan sebagai pelaksanaan harian, sebagai koordinator penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh program studi di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Melakukan pembinaan pada tenaga pendidikan, tenaga kependidikan dan mahasiswa/i di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Tugas Pokok :

1. Melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap penyelenggaraan/ perencanaan/ pengembangan/ kerjasama/ pengabdian pada masyarakat/ pengelolaan data yang berhubungan dengan pendidikan, penelitian, tenaga pendidik, tenaga kependidikan, dan kemahasiswaan.
2. Menyampaikan laporan secara periode kepada atasan langsung/senat dibidang akademik.

C. Wakil Dekan Bidang Administrasi & Umum

Fungsi :

1. Sebagai unsure pimpinan Fakultas yang mewakili dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan dan pengawasan di bidang administrasi dan umum, keuangan serta personalia.
2. Melaksanakan koordinasi dan pengawasan dibidang kehumasan.

Tugas Pokok :

1. Menyusun dan melaksanakan rencana strategis (Renstra) dan rencana operasional (Renop) fakultas yang berhubungan dengan bidang administrasi dan umum, keuangan, personalia serta kehumasan.

D. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan

Fungsi :

1. Sebagai unsure pimpinan Fakultas yang mewakili dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan di bidang pendidikan yang bersifat co-kurikuler dan ekstra kurikuler (bidang kemahasiswaan).
2. Melaksanakan pembinaan hubungan alumni Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Tugas Pokok :

1. Menyusun dan melaksanakan rencana strategis (Renstra) dan rencana operasional (Renop) fakultas yang berhubungan dengan pengembangan sikap. Orientasi, pengembangan bimbingan dan penyuluhan, pengembangan daya nalar mahasiswa/i dan kerjasama dengan semua unsure pelaksana, kesatuan, persatuan bangsa dan kerukunan beragama dan pengelolaan data dibidang pendidikan co-kurikuler dan ekstra kurikuler.

E. Gugus Mutu Prodi S1 Manajemen

Fungsi :

1. Gugus mutu program Studi Strata 1 Manajemen merupakan unsure independen di program studi Strata 1 Manajemen yang menjamin mutu program studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan bertanggung jawab langsung kepada ketua program studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi.
2. Koordinator penyelenggaraan pengumpulan: undang-undang peraturan pemerintah, surat keputusan rector, surat keputusan dekan dan pembuatan SOP di lingkungan program studi Strata 1 Manajeen Fakutan Ekonomi Universitas Pakuan.

Tugas Pokok :

1. Ketua gugus mutu melaksanakan koordinasi, pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan tugas terhadap pelaksanaan tugas yang dilaksanakan oleh gugus mutu program studi S1 Manajemen Fakutas Ekonomi

2. Sekretaris gugus mutu membantu ketua gugus mutu program studi Strata 1 Manajemen dalam perencanaan, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan kegiatan.

F. Ketua Program Studi

Fungsi :

1. Sebagai unsur pimpinan di tingkat operasional Fakultas dan bidang manajemen dan bertanggung jawab langsung kepada Dekan.
2. Melaksanakan kebijakan-kebijakan penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan program pendidikan yang ada dan peundang-undangan yang berlaku serta pembinaan hubungan alumni program studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Tugas Pokok :

1. Menyusun dan melaksanakan rencana strategi (Renstra) dan rencana operasional (Renop) program studi Strata 1 Manajemen.
2. Menyusun dan melaksanakan rencana kerja dan anggaran tahunan (RKAT) program studi Strata 1/1 Manajemen.
3. Melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi sesuai syarat kualitas, kelulusan dan kompetensinya.
4. Melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kegiatan pendidikan
5. Melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
6. Melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kerjasama bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
7. Melaksanakan pembinaan sivitas Akademik.
8. Menyusun dan menyampaikan laporan tahunan kepada dekan.

G. Sekretaris Program Studi

Fungsi :

1. Membantu ketua program studi dalam menjalankan tugas ditingkat operasional fakultas dalam bidang manajemen yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada ketua program studi.
2. Membantu ketua program studi dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dalam sebagian atau suatu cabang ilmu teknologi atau seni tertentu sesuai dengan program pendidikan yang ada dan perundang-undangan yang berlaku serta pembinaan hubungan alumni program studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Tugas Pokok :

1. Membantu ketua program studi menyusun dan melaksanakan rencana strategi (Renstra) dan rencana operasional (Renop) program studi Strata 1 Manajemen.
2. Membantu menyusun dan melaksanakan program kerja dan anggaran tahunan (RKAT) program studi Strata 1 Manajemen.
3. Membantu melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi sesuai syarat kualitas, kelulusan dan kompetensinya.
4. Membantu ketua program studi melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kegiatan pendidikan.
5. Membantu ketua program studi melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kegiatan penelitian.
6. Membantu ketua program studi Strata 1 Manajemen melaksanakan koordinasi, monitoring, dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
7. Membantu ketua rogram studi melaksanakan pembinaan civitas akaademik
8. Membantu ketua program studi Strata 1 Manajemen menyusun dan

4.2 Analisis Data

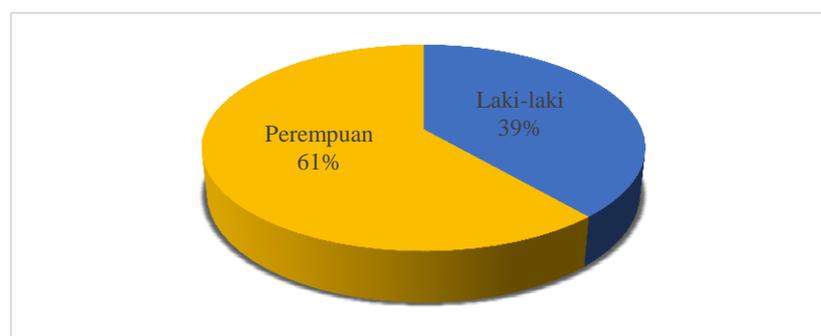
Responden yang diteliti terbagi atas 5 (lima) kriteria yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, asal sekolah, program studi dan penghasilan orang tua. Berikut hasil data profil responden merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 13
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	116	39
2	Perempuan	184	61
	Total	300	100

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018



Gambar 7
Jenis Kelamin Responden

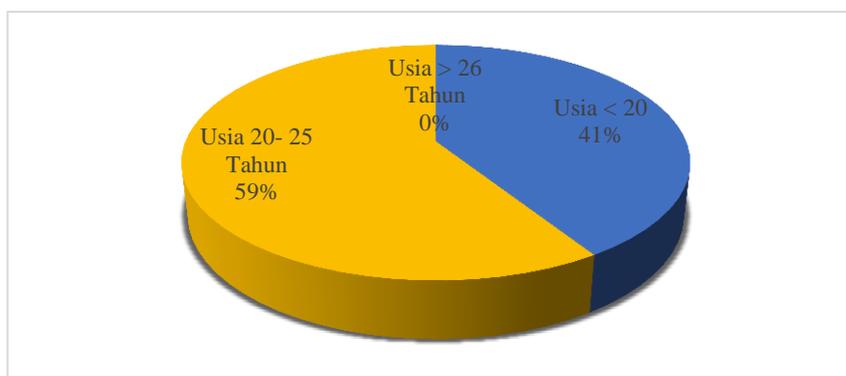
Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300, jumlah tersebut terdiri dari 116 orang responden laki-laki 39% dan 184 orang responden perempuan 61%. Berdasarkan proporsi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 14
Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	<20 Tahun	123	41
2	20 - 25 Tahun	177	59
3	>26 Tahun	0	0
	Total	300	100

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018



Gambar 8
Usia Responden

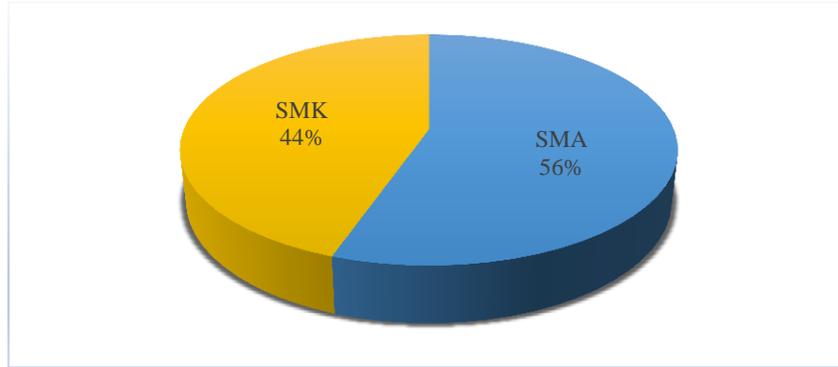
Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia 20-25 tahun yaitu sebanyak 177 responden 59%. Kemudian diikuti responden yang berusia <20 tahun yaitu sebanyak 123 responden 41% dan responden terkecil adalah >30 tahun sebanyak 0 responden atau 0%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah

Tabel 15
Berdasarkan Asal Sekolah

No	Asal Sekolah	Jumlah	Presentase (%)
1	SMA	166	56
2	SMK	134	44
	Total	300	100

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018



Gambar 9
Asal sekolah

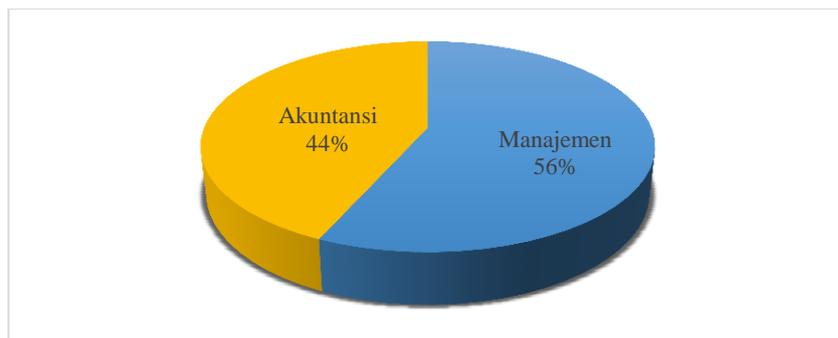
Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang asal sekolahnya berasal dari sekolah SMA yaitu sebanyak 166 orang responden 56% dan 134 orang responden yang asal sekolahnya berasal dari SMK yaitu sebanyak 134 orang responden 44%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 16
Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Jumlah	Presentase (%)
1	Manajemen	170	56
2	Akuntansi	130	44
	Total	300	100

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018



Gambar 10
Program Studi

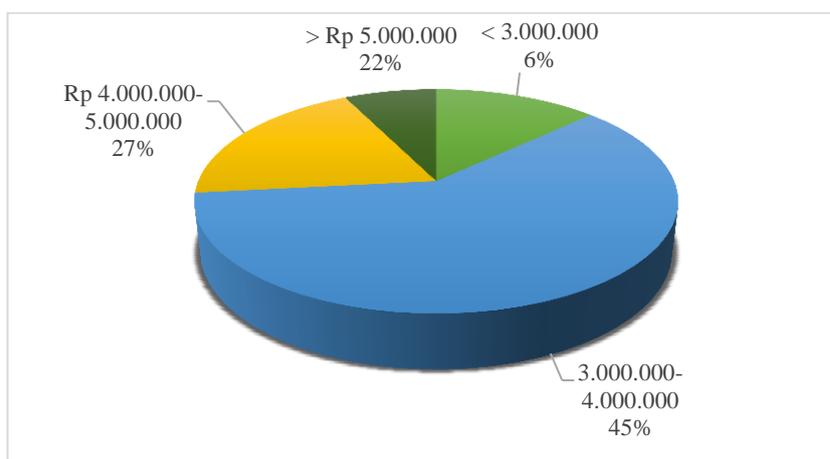
Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 dapat diketahui bahwa jumlah responden dari program studi manajemen yaitu terdiri dari 170 orang responden atau 56% dan yang paling terkecil dari program studi akuntansi yaitu sebanyak 130 orang responden atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa program studi yang paling terbesar dalam penelitian ini adalah program studi Manajemen yaitu sebanyak 170 orang atau 56%, lebih banyak dibandingkan dengan program studi Akuntansi.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orang tua

Tabel 17
Berdasarkan Orang tua

No	Penghasilan orang tua	Jumlah	Presentase (%)
1	< Rp 3.000.000	17	6
2	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	135	45
3	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	81	27
4	>Rp 5.000.000	67	22

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018



Gambar 11
Penghasilan Orang Tua

Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah dengan pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 yaitu sebanyak 135 responden dengan persentase 45%. Kemudian diikuti dengan jumlah pendapatan responden Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000 yaitu sebanyak 81 orang responden dengan persentase 27%. Lalu jumlah pendapatan responden >Rp 5.000.000 yaitu sebanyak 67 responden dengan persentase 22%, dan jumlah pendapatan terkecil responden <Rp 3.000.000 yaitu sebanyak 17 responden dengan persentase 6%.

Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan responden terbesar dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 yaitu sebanyak 135 responden dengan persentase 45%.

4.3 Pembahasan

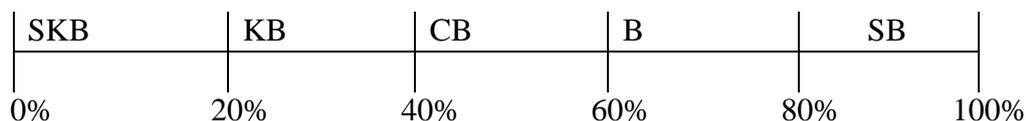
Pada bagian ini penulis akan membahas hasil yang telah diteliti dengan membandingkan ari kinerja yang didapatkan dengan harapan dari mahasiswa Fakultas Ekonomi. Perbandingan ini dilakukan dengan cara mengkalkulasi kuesioner yang disebar kepada 300 responden. Skala yang digunakan terdapat lima tingkat untuk mengukur tingkat kepentingan yang sangat baik, Baik, Cukup Baik, Kurang

Baik dan Sangat Kurang Baik. Keempat tingkat tersebut diberi penelitian sebagai berikut:

- Jawaban sangat baik diberi skor 5
- Jawaban baik diberi skor 4
- Jawaban cukup baik diberi skor 3
- Jawaban kurang baik diberi skor 2
- Jawaban sangat kurang baik diberi skor 1

4.3.1 Penerapan Kualitas Pelayanan dosen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Penulis akan menganalisis data hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu mahasiswa fakultas ekonomi universitas pakuan, akan dinilai seberapa persen tingkat kinerja yang menyatakan sangat baik, Baik, Cukup Baik, Kurang Baik dan Sangat Kurang Baik berdasarkan indikator dari kualitas pelayanan. Adapun kategori rentang yang menjadi tolak ukur menentukannya adalah sebagai berikut:



Berikut ini penyebaran kuesioner pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dengan menggunakan lima variabel dari kualitas pelayanan dosen.

A. Bukti Fisik (*Tangible*)

- Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan

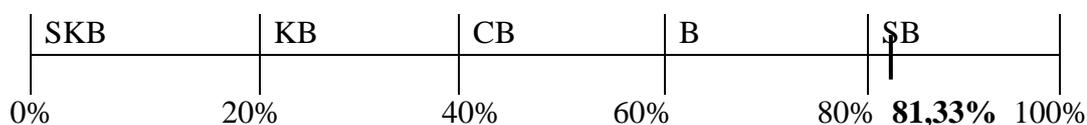
Tabel 18

Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	94	32	470
Baik	4	132	44	528
Cukup Baik	3	74	24	222
Kurang Baik	2	0	0	0
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
total		300	100	1220
Nilai Rata-Rata	4,06			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Reponden} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{1220}{5 \times 300} \times 100 = 81,33\% \end{aligned}$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 32% menyatakan sangat baik, 44% menyatakan baik, 24 menyatakan cukup baik, 0% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai dosen bernampilan menarik dan rapih.

2. Memiliki bahan ajaran yang lengkap berupa (modul/handout/file ppt)

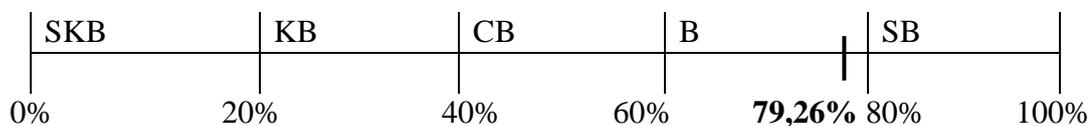
Tabel 19
Memiliki bahan ajaran yang lengkap berupa (modul/handout/file ppt)

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	88	30	440
Baik	4	121	40	484
Cukup Baik	3	83	28	249
Kurang Baik	2	8	2	16
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1189
Nilai Rata-Rata	3,96			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1189}{5 \times 300} \times 100 = 79,26 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 30% menyatakan sangat baik, 40% menyatakan baik, 28% menyatakan cukup baik, 2% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai bahan ajaran yang lengkap berupa (modul/handout/file ppt).

3. Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan

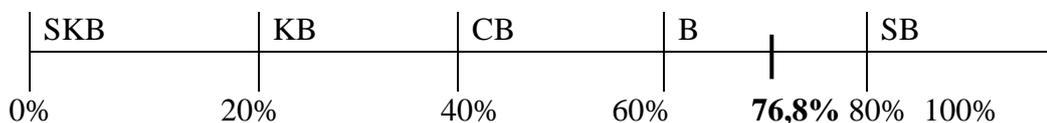
Tabel 20
Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	85	28	425
Baik	4	100	34	400
Cukup Baik	3	97	32	291
Kurang Baik	2	18	6	36
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1152
Nilai Rata-Rata	3,84			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1152}{5 \times 300} \times 100 = 76,8 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 28% menyatakan sangat baik, 34% menyatakan baik, 32% menyatakan cukup baik, 6% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan.

4. Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi

Tabel 21

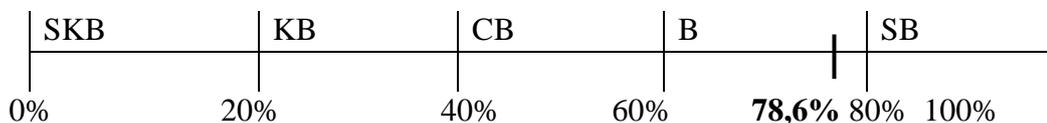
Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	98	32	490
Baik	4	97	33	388
Cukup Baik	3	91	31	273
Kurang Baik	2	14	4	28
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1179
Nilai Rata-Rata	3,93			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1179}{5 \times 300} \times 100 = 78,6 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 32% menyatakan sangat baik, 33% menyatakan baik, 31% menyatakan cukup baik, 4% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi.

B. Kehandalan (*Reliabilty*)

1. Dosen hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu

Tabel 22

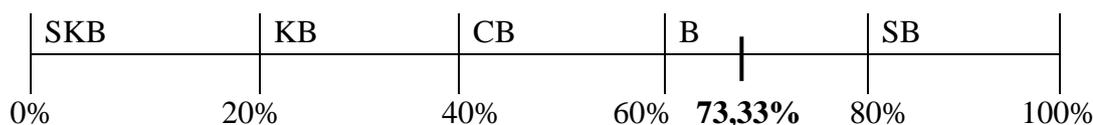
Dosen hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	73	24	365
Baik	4	102	34	408
Cukup Baik	3	82	28	246
Kurang Baik	2	38	12	76
Sangat Kurang Baik	1	5	2	5
Total		300	100	1100
Nilai Rata-Rata	3,66			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1100}{5 \times 300} \times 100 = 73,33\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 24% menyatakan sangat baik, 35% menyatakan baik, 27% menyatakan cukup baik, 12% menyatakan kurang baik dan 2% menyatakan sangat kurang baik mengenai dosen hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu.

2. Memiliki sistem penilaian yang objektif dan terbuka

Tabel 23

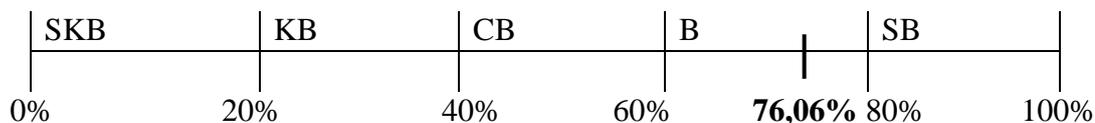
Memiliki sistem penilaian yang objektif dan terbuka

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	63	21	315
Baik	4	97	33	388
Cukup Baik	3	114	38	342
Kurang Baik	2	26	8	52
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1097
Nilai Rata-Rata	3,65			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1141}{5 \times 300} \times 100 = 76,06 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 21% menyatakan sangat baik, 33% menyatakan baik, 38% menyatakan cukup baik, 8% menyatakan kurang baik dan 2% menyatakan sangat kurang baik mengenai Memiliki sistem penilaian yang objektif dan terbuka.

3. Dosen mampu menghidupkan suasana kelas

Tabel 24

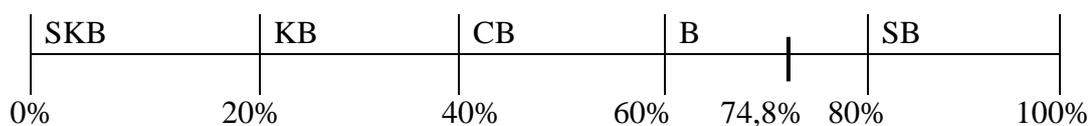
Dosen mampu menghidupkan suasana kelas

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	84	28	420
Baik	4	101	34	404
Cukup Baik	3	77	25	231
Kurang Baik	2	29	10	58
Sangat Kurang Baik	1	9	3	9
Total		300	100	1122
Nilai Rata-Rata		3,74		

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1122}{5 \times 300} \times 100 = 74,8 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 28% menyatakan sangat baik, 34% menyatakan baik, 25% menyatakan cukup baik, 10% menyatakan kurang baik dan 3% menyatakan sangat kurang baik mengenai Dosen mampu menghidupkan suasana kelas.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

1. Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen cepat mengatasinya

Tabel 25

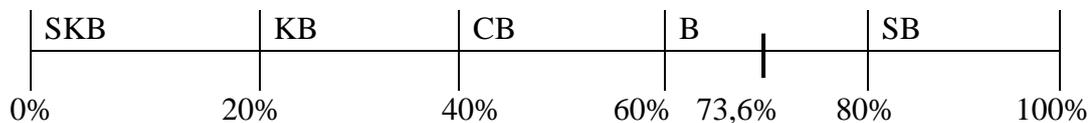
Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh cepat mengatasinya

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	53	18	265
Baik	4	110	36	440
Cukup Baik	3	125	42	375
Kurang Baik	2	12	4	24
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1104
Nilai Rata-Rata	3,68			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1104}{5 \times 300} \times 100 = 73,6\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 18% menyatakan sangat baik, 36% menyatakan baik, 42% menyatakan cukup baik, 4% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen cepat mengatasinya.

2. Kesigapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa

Tabel 26

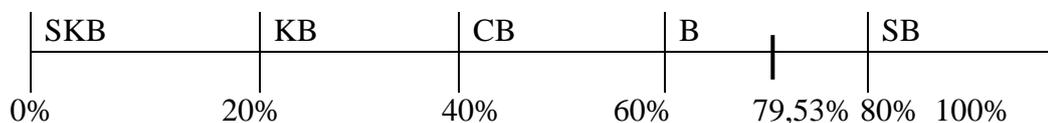
Kesigapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	101	34	505
Baik	4	103	34	412
Cukup Baik	3	92	30	276
Kurang Baik	2	4	2	8
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1193
Nilai Rata-Rata	3,97			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1193}{5 \times 300} \times 100 = 79,53\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 34% menyatakan sangat baik, 34% menyatakan baik, 30% menyatakan cukup baik, 2% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai Kesigapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa.

3. Bersedia memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik/ mata kuliah

Tabel 27

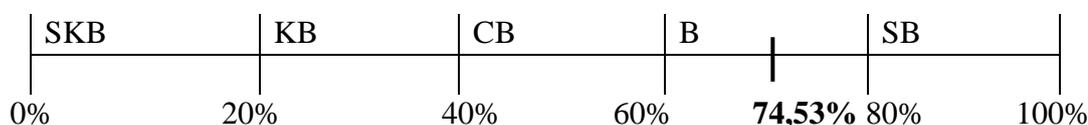
Bersedia memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik dijam pelajaran

PenilaianmResponden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	81	27	405
Baik	4	90	30	360
Cukup Baik	3	109	36	327
Kurang Baik	2	18	6	36
Sangat Kurang Baik	1	2	1	2
Total		300	100	1130
Nilai Rata-Rata		3,76		

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1118}{5 \times 300} \times 100 = 74,53\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 27% menyatakan sangat baik, 30% menyatakan baik, 36% menyatakan cukup baik, 6% menyatakan kurang baik dan 1% menyatakan sangat kurang baik mengenai memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik dijam pelajaran.

D. Jaminan (*Assurance*)

1. Sikap sopan santun terhadap mahasiswa

Tabel 28

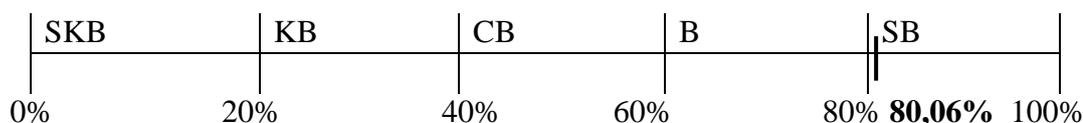
Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	95	32	475
Baik	4	118	40	472
Cukup Baik	3	80	26	240
Kurang Baik	2	7	2	14
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1201
Nilai Rata-Rata	4,00			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1201}{5 \times 300} \times 100 = 80,06 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 32% menyatakan sangat baik, 40% menyatakan baik, 26% menyatakan cukup baik, 2% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai Sikap sopan santun terhadap mahasiswa.

2. Tidak ada keraguan akan materi yang disampaikan

Tabel 29

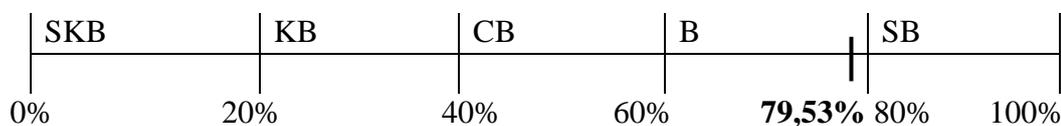
Tidak ada keraguan terhadap dosen akan materi yang disampaikan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	95	32	475
Baik	4	116	38	464
Cukup Baik	3	76	26	228
Kurang Baik	2	13	4	26
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1193
Nilai Rata-Rata	3,97			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1193}{5 \times 300} \times 100 = 79,53\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 32% menyatakan sangat baik, 38% menyatakan baik, 26% menyatakan cukup baik, 4% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai Tidak ada keraguan akan materi yang disampaikan.

3. Adil dalam memperlakukan mahasiswa

Tabel 30

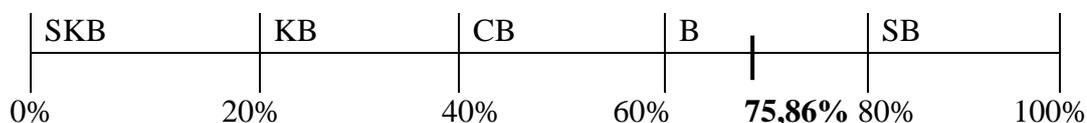
Adil dalam memperlakukan mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	69	23	345
Baik	4	119	40	476
Cukup Baik	3	93	31	279
Kurang Baik	2	19	6	38
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1138
Nilai Rata-Rata		3,79		

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1138}{5 \times 300} \times 100 = 75,86\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 23% menyatakan sangat baik, 40% menyatakan baik, 31% menyatakan cukup baik, 6% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai adil dalam memperlakukan mahasiswa.

4. Keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmu

Tabel 31

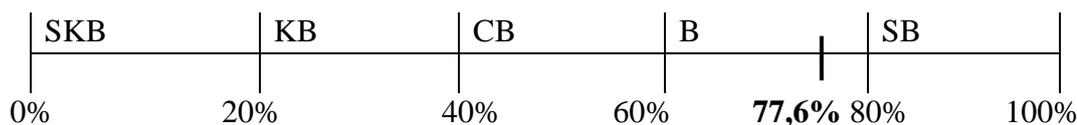
Keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmu

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	72	24	360
Baik	4	130	44	520
Cukup Baik	3	90	30	270
Kurang Baik	2	8	2	16
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1164
Nilai Rata-Rata	3,88			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1164}{5 \times 300} \times 100 = 77,6\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 24% menyatakan sangat baik, 44% menyatakan baik, 30% menyatakan cukup baik, 2% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai Adil dalam memperlakukan mahasiswa Keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmu.

E. Empati (*Empathy*)

1. Mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan

Tabel 32

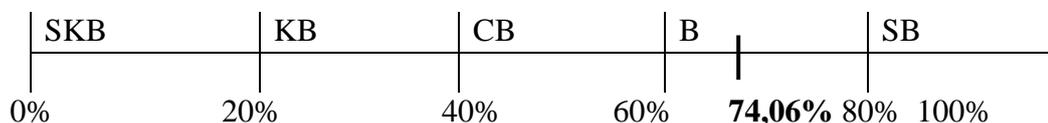
Mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	72	24	360
Baik	4	102	34	402
Cukup Baik	3	97	32	291
Kurang Baik	2	29	10	58
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1111
Nilai Rata-Rata	3,70			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1111}{5 \times 300} \times 100 = 74,06 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 24% menyatakan sangat baik, 34% menyatakan baik, 32% menyatakan cukup baik, 10% menyatakan kurang baik dan 0% menyatakan sangat kurang baik mengenai Mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bibingan/konselling kegiatan kemahasiswaan.

2. Berkomunikasi dalam Bahasa yang mudah dimengerti

Tabel 33

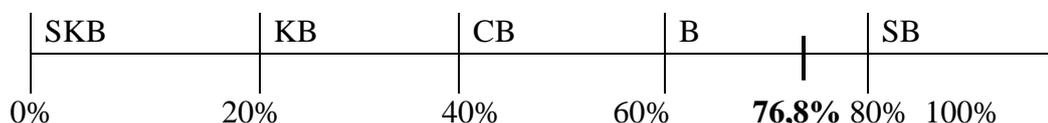
Berkomunikasi dalam Bahasa yang mudah dimengerti

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	84	28	420
Baik	4	116	38	464
Cukup Baik	3	72	24	216
Kurang Baik	2	24	8	48
Sangat Kurang Baik	1	4	2	4
Total		300	100	1152
Nilai Rata-Rata	3,84			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1152}{5 \times 300} \times 100 = 76,8 \%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 28% menyatakan sangat baik, 38% menyatakan baik, 24% menyatakan cukup baik, 8% menyatakan kurang baik dan 2% menyatakan sangat kurang baik mengenai Mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bibingan/konselling kegiatan kemahasiswaan.

3. Upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliahannya

Tabel 34

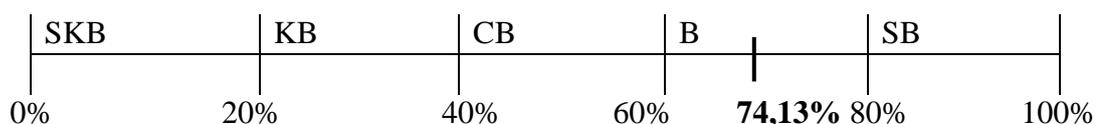
Upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliahannya

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	63	21	315
Baik	4	114	38	456
Cukup Baik	3	99	33	297
Kurang Baik	2	20	6	40
Sangat Kurang Baik	1	4	2	4
Total		300	100	1112
Nilai Rata-Rata	3,70			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah, 2018

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{1112}{5 \times 300} \times 100 = 74,13\%$$



Dari hasil penelitian ini, sebanyak 300 responden diantaranya sebesar 21% menyatakan sangat baik, 38% menyatakan baik, 33% menyatakan cukup baik, 6% menyatakan kurang baik dan 2% menyatakan sangat kurang baik mengenai upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliahannya.

Tabel 35

Hasil rata-rata penerapan kualitas pelayanan pada mahasiswa terhadap kinerja dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Variabel		Hasil Analisis Deskriptif (%)
A. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)		
1.	Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan	81,33
2.	Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap	79,26
3.	Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan	76,8
4.	Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	78,6
Jumlah		315,99
Rata-rata		78,99

B. Kehandala (<i>Reliability</i>)		
1.	Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu	73,33
2.	Sistem penilaian yang objektif dan terbuka	76,06
3.	Kemampuan menghidupkan suasana kelas	73,6
Jumlah		222,99
Rata-rata		74,33
C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)		
1.	Dalam membahas kasus cepat mengatasinya	73,3
2.	Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa	79,53
3.	Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah	74,53
Jumlah		227,36
Rata-rata		75,78
D. Jaminan (<i>Assurance</i>)		
1.	Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa	80,06
2.	Tidak akan merasa ragu terhadap materi yang disampaikan	79,53
3.	Adil dalam memperlakukan mahasiswa	75,86
4.	Keramahan dan kejujuran akan ilmunya	77,6
Jumlah		313,05
Rata-rata		78,26
E. Empati (<i>Empathy</i>)		
1.	Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/konselling kegiatan kemahasiswaan	74,06
2.	Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti	76,8
3.	Upaya memahami kebutuhan mahasiswa	74,13
Jumlah		224,99
Rata-rata		74,99

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Maka hasil dari keseluruhan indikator pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Keterangan	Rata-rata
1.	Bukti Fisik	78,99
2.	Kehandalan	74,33
3.	Daya Tanggap	75,78
4.	Jaminan	78,26
5.	Empati	74,99
Jumlah		382,35
Rata-rata		76,47

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Berasarkan tabel diatas pada indikator bukti fisik di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dengan rata-rata 78,99% bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan setuju akan pelayanan yang diberikan, pada indikator kehandalan dengan rata-rata 74,33% bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan setuju akan pelayanan yang diberikan, pada indikator daya tanggap dengan rata-rata 75,78 % bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan setuju atas pelayanan yang diberikan, pada indikator jaminan dengan rata-rata 78,26% bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan setuju dengan pelayanan yang diberikan, pada indikator empati dengan rata-rata 74,99% bahwa mahasiswa setuju dengan pelayanan yang diberikan. Hasil keseluruhan total rata-rata indikator variabel x sebesar 76,47% yang menyatakan bahwa mahasiswa setuju atas kinerja yang telah diberikan oleh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

4.3.2 Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Kepuasan mahasiswa merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara tingkat kinerja dengan harapan. Pada bagian ini penulis menggunakan perhitungan dengan rumus tingkat kesesuaian responden dengan membandingkan antara kinerja dengan harapan para mahasiswa. Apabila kinerja didapatkan melebihi harapan mahasiswa, maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi merasa puas maupun sebaliknya jika tingkat kinerja yang didapatkan tidak melebihi harapan, maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa tidak merasa puas.

Berikut ini tingkat kepuasan mahasiswa berdasarkan data yang diperoleh mengenai perbandingan anatara tingkat kinerja dan harapan dari pelayanan yang diberikan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

A. Bukti Fisik (*Tangible*)

1. Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan

Tabel 36
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap dosen berpenampilan menarik berpakaian rapih dan sopan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	skor
Sangat Baik	5	94	32	470
Baik	4	132	44	528
Cukup Baik	3	74	24	222
Kurang Baik	2	0	0	0
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
total		300	100	1220
Nilai Rata-Rata	4,06			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 37
Tingkat harapan penilaian responden terhadap dosen berpenampilan Menarik dan Rapih

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	102	34	510
Penting	4	120	40	480
Cukup Penting	3	78	26	234
Kurang Penting	2	0	0	0
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1224
Nilai Rata-Rata	4,08			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 34% mengatakan sangat penting, 40% mengatakan penting, 26% mengatakan cukup penting, 0% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Berpakaian Menarik dan Rapih Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,08.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1220}{1224} \times 100\% = 99,67\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

- Memiliki bahan ajaran yang lengkap (modul/handout/file ppt)

Tabel 38
Tingkat Kinerja Penilaian Responden Terhadap bahan ajaran yang lengkap berupa (modul/handout/file ppt)

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	88	30	440
Baik	4	121	40	484
Cukup Baik	3	83	28	249
Kurang Baik	2	8	2	16
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1189
Nilai Rata-Rata	3,96			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 39
Tingkat harapan penilaian responden terhadap bahan ajaran yang lengkap
(modul/handout/file ppt)

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	90	30	450
Penting	4	99	33	396
Cukup Penting	3	96	32	288
Kurang Penting	2	15	5	30
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1164
Nilai Rata-Rata	3,88			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 30% mengatakan sangat penting, 33% mengatakan penting, 32% mengatakan cukup penting, 5% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Memiliki bahan ajaran yang lengkap (modul/handout/file ppt). Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 3,88.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1189}{1164} \times 100\% = 102,14\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

3. Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan

Tabel 40
Tingkat Kinerja penilaian responden terhadap kompetensi yang dimiliki
sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	85	28	425
Baik	4	100	34	400
Cukup Baik	3	97	32	291
Kurang Baik	2	18	6	36
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1152
Nilai Rata-Rata	3,84			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 41
Tingkat harapan responden terhadap kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	67	23	335
Penting	4	122	41	488
Cukup Penting	3	99	33	297
Kurang Penting	2	12	4	24
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1144
Nilai Rata-Rata	3,81			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 23% mengatakan sangat penting, 41% mengatakan penting, 33% mengatakan cukup penting, 4% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 3,81.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1152}{1144} \times 100\% = 100,69\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

4. Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi

Tabel 42
Tingkat kinerja Penilaian responden terhadap menggunakan beragam teknologi komunikasi

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	98	32	490
Baik	4	97	33	388
Cukup Baik	3	91	31	273
Kurang Baik	2	14	4	28
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1179
Nilai Rata-Rata	3,93			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 43
Tingkat harapan penilaian responden terhadap menggunakan beragam teknologi komunikasi

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	134	44	670
Penting	4	127	43	508
Cukup Penting	3	33	11	99
Kurang Penting	2	6	2	12
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1289
Nilai Rata-Rata	4,29			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 44% mengatakan sangat penting, 43% mengatakan penting, 11% mengatakan cukup penting, 2% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,29.

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad Tki = \frac{1179}{1289} \times 100\% = 91,46\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

B. Keandalan (*Reliabilty*)

1. Dosen hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu

Tabel 44
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap dosen hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	73	24	365
Baik	4	102	34	408
Cukup Baik	3	82	28	246
Kurang Baik	2	38	12	76
Sangat Kurang Baik	1	5	2	5
Total		300	100	1100
Nilai Rata-Rata	3,66			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 45
Tingkat harapan penilaian responden terhadap dosen hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	165	55	825
Penting	4	97	32	388
Cukup Penting	3	35	12	105
Kurang Penting	2	3	1	6
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1324
Nilai Rata-Rata	4,41			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 55% mengatakan sangat penting, 32% mengatakan penting, 12% mengatakan cukup penting, 1% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indicator tersebut memiliki rata-rata 4,41.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1100}{1324} \times 100\% = 83,08\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

2. Dosen memiliki sistem penilaian yang objektif dan terbuka

Tabel 46
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap dosen memiliki sistem penilaian yang objektif dan terbuka

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	63	21	315
Baik	4	97	33	388
Cukup Baik	3	114	38	342
Kurang Baik	2	26	8	52
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1097
Nilai Rata-Rata	3,65			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 47
Tingkat harapan penilaian responden terhadap dosen memiliki sistem penilaian yang objektif dan terbuka

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	158	52	790
Penting	4	96	32	384
Cukup Penting	3	33	11	99
Kurang Penting	2	13	5	26
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1299
Nilai Rata-Rata	4,33			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 52% mengatakan sangat penting, 32% mengatakan penting, 11% mengatakan cukup penting, 5% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator hadir dan menghadiri perkuliahan tepat waktu. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indicator tersebut memiliki rata-rata 4,33.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1097}{1299} \times 100\% = 84,44\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

3. Dosen mampu menghidupkan suasana kelas

Tabel 48
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap dosen mampu menghidupkan suasana kelas

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	84	28	420
Baik	4	101	34	404
Cukup Baik	3	77	25	231
Kurang Baik	2	29	10	58
Sangat Kurang Baik	1	9	3	9
Total		300	100	1122
Nilai Rata-Rata	3,74			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 49
Tingkat harapan penilaian responden terhadap dosen mampu
menghidupkan suasana kelas

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	159	53	795
Penting	4	110	37	440
Cukup Penting	3	26	8	78
Kurang Penting	2	5	2	10
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1323
Nilai Rata-Rata	4,41			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 54% mengatakan sangat penting, 36% mengatakan penting, 8% mengatakan cukup penting, 2% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator menghidupkan suasana kelas. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indicator tersebut memiliki rata-rata 4,71.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1122}{1323} \times 100\% = 84,80\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

1. Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen dengan cepat mengatasinya

Tabel 50
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap dalam membahas kasus
dimata kuliah yang diampuh dosen cepat mengatasinya

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	53	18	265
Baik	4	110	36	440
Cukup Baik	3	125	42	375
Kurang Baik	2	12	4	24
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1104
Nilai Rata-Rata	3,68			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 51
Tingkat harapan penilaian responden dalam membahas kasus
dimata kuliah yang diampuh dosen cepat mengatasinya

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	112	37	560
Penting	4	112	37	448
Cukup Penting	3	76	26	228
Kurang Penting	2	0	0	0
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1040
Nilai Rata-Rata	3,46			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 37% mengatakan sangat penting, 37% mengatakan penting, 26% mengatakan cukup penting, 0% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen cepat mengatasinya. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 3,46.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1104}{1040} \times 100\% = 106,15\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

2. Kesigapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa

Tabel 52
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap kesigapan dalam
merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	101	34	505
Baik	4	103	34	412
Cukup Baik	3	92	30	276
Kurang Baik	2	4	2	8
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1193
Nilai Rata-Rata	3,97			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 53
Tingkat harapan penilaian responden terhadap kesigapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	133	44	665
Penting	4	138	46	552
Cukup Penting	3	29	10	87
Kurang Penting	2	0	0	0
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1304
Nilai Rata-Rata	4,34			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 44% mengatakan sangat penting, 46% mengatakan penting, 10% mengatakan cukup penting, 0% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Kesigapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,34.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1193}{1304} \times 100\% = 91,48\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

- Memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik/ mata kuliah

Tabel 54
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik/ mata kuliah

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	81	27	405
Baik	4	90	30	360
Cukup Baik	3	109	36	327
Kurang Baik	2	18	6	36
Sangat Kurang Baik	1	2	1	2
Total		300	100	1130
Nilai Rata-Rata	3,76			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 55

Tingkat harapan penilaian responden terhadap memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik/ mata kuliah

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	135	45	675
Penting	4	116	38	464
Cukup Penting	3	47	16	141
Kurang Penting	2	2	1	4
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1284
Nilai Rata-Rata	4,28			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 45% mengatakan sangat penting, 38% mengatakan penting, 16% mengatakan cukup penting, 1% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator memberi waktu tertentu ketika mahasiswa akan berkonsultasi mengenai bidang akademik/ mata kuliah. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,28.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1130}{1284} \times 100\% = 88,00\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

D. Jaminan (*Assurance*)

1. Dosen memiliki Sikap sopan santun terhadap mahasiswa

Tabel 56

Tingkat kinerja penilaian responden terhadap dosen memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	95	32	475
Baik	4	118	40	472
Cukup Baik	3	80	26	240
Kurang Baik	2	7	2	14
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1201
Nilai Rata-Rata	4,00			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 57
Tingkat harapan penilaian responden terhadap dosen memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	94	32	470
Penting	4	113	37	452
Cukup Penting	3	93	31	279
Kurang Penting	2	0	0	0
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1201
Nilai Rata-Rata	4,00			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 32% mengatakan sangat penting, 37% mengatakan penting, 31% mengatakan cukup penting, 0% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Sikap sopan santun terhadap mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,40.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{1322}{1205} \times 100\% = 109,70\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

2. Tidak ada keraguan akan materi yang disampaikan

Tabel 58
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap tidak ada keraguan akan materi yang disampaikan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	95	32	475
Baik	4	116	38	464
Cukup Baik	3	76	26	228
Kurang Baik	2	13	4	26
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1193
Nilai Rata-Rata	3,97			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 59
Tingkat harapan penilaian responden tidak ada keraguan akan materi yang disampaikan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	85	29	425
Penting	4	96	32	384
Cukup Penting	3	92	30	276
Kurang Penting	2	20	6	40
Sangat Kurang Penting	1	7	3	7
Total		300	100	1132
Nilai Rata-Rata	3,77			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 29% mengatakan sangat penting, 32% mengatakan penting, 30% mengatakan cukup penting, 6% kurang penting dan 3% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Sikap sopan santun terhadap mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 3,77.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1193}{1132} \times 100\% = 105,38\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

3. Adil dalam memperlakukan mahasiswa

Tabel 60
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap adil dalam memperlakukan mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	69	23	345
Baik	4	119	40	476
Cukup Baik	3	93	31	279
Kurang Baik	2	19	6	38
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1138
Nilai Rata-Rata	3,79			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 61
Tingkat harapan penilaian responden terhadap adil dalam
memperlakukan mahasiswa

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	149	50	745
Penting	4	104	34	416
Cukup Penting	3	47	16	141
Kurang Penting	2	0	0	0
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1302
Nilai Rata-Rata	4,34			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 50% mengatakan sangat penting, 34% mengatakan penting, 16% mengatakan cukup penting, 0% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Adil dalam memperlakukan mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,34.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1138}{1302} \times 100\% = 87,40\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

4. Keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmu

Tabel 62
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap keramahan dan kejujuran
dosen dalam memberikan ilmu

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	72	24	360
Baik	4	130	44	520
Cukup Baik	3	90	30	270
Kurang Baik	2	8	2	16
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1164
Nilai Rata-Rata	3,88			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 63
Tingkat harapan penilaian responden keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmu

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	69	23	345
Penting	4	95	32	380
Cukup Penting	3	125	42	375
Kurang Penting	2	11	3	22
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1122
Nilai Rata-Rata	3,74			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 23% mengatakan sangat penting, 32% mengatakan penting, 42% mengatakan cukup penting, 3% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Adil dalam memperlakukan mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 3,74

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1164}{1122} \times 100\% = 103,74\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

E. Empati (*Empathy*)

1. Mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan

Tabel 64
Tingkat kinerja penilaian responden terhadap mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	72	24	360
Baik	4	102	34	402
Cukup Baik	3	97	32	291
Kurang Baik	2	29	10	58
Sangat Kurang Baik	1	0	0	0
Total		300	100	1111
Nilai Rata-Rata	3,70			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 65

Tingkat harapan penilaian responden terhadap mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	145	48	725
Penting	4	123	41	492
Cukup Penting	3	29	10	87
Kurang Penting	2	3	1	6
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1310
Nilai Rata-Rata	4,36			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 48% mengatakan sangat penting, 41% mengatakan penting, 10% mengatakan cukup penting, 1% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Mahasiswa mudah menghubungi dosen ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,36.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1111}{1310} \times 100\% = 84,80\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

2. Berkomunikasi dalam Bahasa yang mudah dimengerti

Tabel 66

Tingkat kinerja penilaian responden terhadap berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	84	28	420
Baik	4	116	38	464
Cukup Baik	3	72	24	216
Kurang Baik	2	24	8	48
Sangat Kurang Baik	1	4	2	4
Total		300	100	1152
Nilai Rata-Rata	3,84			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 67
Tingkat harapan penilaian responden terhadap berkomunikasi
dalam bahasa yang mudah dimengerti

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	147	49	735
Penting	4	121	40	484
Cukup Penting	3	32	11	96
Kurang Penting	2	0	0	0
Sangat Kurang Penting	1	0	0	0
Total		300	100	1315
Nilai Rata-Rata	4,38			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 49% mengatakan sangat penting, 40% mengatakan penting, 11% mengatakan cukup penting, 0% kurang penting dan 0% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Berkomunikasi dalam Bahasa yang mudah dimengerti. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 4,38.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1152}{1315} \times 100\% = 87,60\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan kurang memenuhi kepuasan mahasiswa karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kurang dari 100%.

3. Upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliahnya

Tabel 68

Tingkat kinerja penilaian responden terhadap upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliahnya

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Baik	5	63	21	315
Baik	4	114	38	456
Cukup Baik	3	99	33	297
Kurang Baik	2	20	6	40
Sangat Kurang Baik	1	4	2	4
Total		300	100	1112
Nilai Rata-Rata	3,70			

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Tabel 69
Tingkat harapan penilaian responden terhadap upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliaannya

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	(%)	Skor
Sangat Penting	5	49	18	245
Penting	4	124	40	496
Cukup Penting	3	102	34	306
Kurang Penting	2	18	6	36
Sangat Kurang Penting	1	7	2	7
Total		300	100	1090
Nilai Rata-Rata		3,63		

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa karakteristik dari 300 responden diantaranya 18% mengatakan sangat penting, 40% mengatakan penting, 34% mengatakan cukup penting, 6% kurang penting dan 2% mengatakan tidak penting. Terkait dengan indikator Upaya memahami kebutuhan mahasiswa yang mengikuti perkuliaannya. Berdasarkan tabel diatas tingkat harapan pada indikator tersebut memiliki rata-rata 3,64.

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad Tki = \frac{1122}{1094} \times 100\% = 102,55\%$$

Dari hasil analisis diatas ternyata kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen karena perbandingan antara kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan diatas 100%.

Berikut merupakan hasil dari keseluruhan tingkat kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi terhadap tingkat kinerja dan harapan atas indikator-indikator kualitas pelayanan yang diberikan oleh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Tabel 70
Hasil Tingkat Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Secara Keseluruhan Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Atas Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan Pada Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

	Variabel	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	TKI (%)	Tingkat Kepuasan
A. Bukti Fisik (Tangibles)					
1.	Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan	1220	1224	99,67%	Belum Puas
2.	Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap	1189	1164	102,14%	Puas
3.	Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan	1152	1144	100,69%	Puas
4.	Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	1179	1289	91,46%	Belum Puas

B. Kehandalan (Reliability)					
5.	Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu	1100	1324	83,08%	Belum Puas
6.	Sistem penilaian yang objektif dan terbuka	1097	1299	84,44%	Belum Puas
7.	Kemampuan menghidupkan suasana kelas	1122	1323	84,80%	Belum Puas
C. Daya tanggap (Responsiveness)					
8.	Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen dapat dengan cepat mengatasinya	1104	1040	106,15%	Puas
9.	Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa	1193	1304	91,48%	Belum Puass
10.	Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah	1130	1284	88,00%	Belum Puas
D. Jaminan (Assurance)					
11.	Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa	1201	1201	100%	Puas
12.	Tidak ada keraguan terhadap dosen akan materi yang disampaikan	1193	1132	105,38%	Puas
13.	Adil dalam memperlakukan mahasiswa	1138	1302	87,40%	Belum Puas
14.	Keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmunya	1164	1122	103,74%	Puas
E. Empati (Emphaty)					
15.	Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan	1111	1310	84,80%	Belum Puas
16.	Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti	1152	1315	87,60%	Belum Puas
17.	Upaya memahami kebutuhan mahasiswa	1112	1094	101,64%	Puas
Total		19557	20871		

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Dari tabel diatas, ada tujuh indikator yang sudah memuaskan mahasiswa Fakultas Ekonomi, diantaranya yaitu: (2) Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap, (3) Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan, (8) Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen dapat dengan cepat mengatasinya, (11) Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa, (12) Tidak ada keraguan terhadap dosen akan materi yang disampaikan, (14) Keramahan dan kejujuran dosen dalam memberikan ilmunya, (17) Upaya memahami kebutuhan mahasiswa.

Adapun indikator-indikator yang belum puas memuaskan mahasiswa Fakultas Ekonomi diantaranya adalah: (1) Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan, (4) Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi, (5) Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu, (6) Sistem penilaian yang objektif dan terbuka, (7) Kemampuan menghidupkan suasana kelas, (9) Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa, (10) Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah, (13) Adil dalam memperlakukan mahasiswa, (15) Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan, (16) Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti.

Secara keseluruhan, tingkat kesesuaian antara kinerja dosen Fakultas Ekonomi dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \qquad Tki = \frac{19557}{20871} \times 100\% = 93,70\%$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kinerja dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan tidak sesuai dengan harapan mahasiswa atau dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan belum dapat memuaskan mahasiswa, hal ini dikarenakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan mahasiswa sebesar 93,70% atau kurang dari 100%.

4.3.3 Analisis antara Kualitas Pelayanan dosen Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Paa bagian ini ini dibahas mengenai pemetaan dari nilai kinerja (X) dan harapan (Y), dari hasil tersebut maka akan terbentuk matriks yang terdiri dari empat buah kuadran yang asing-masing kuadran menggambarkan skala prioritas mempertahankan kinerja perusahaan. Berikut adalah data sebaran kinerja dan harapan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Tabel 71

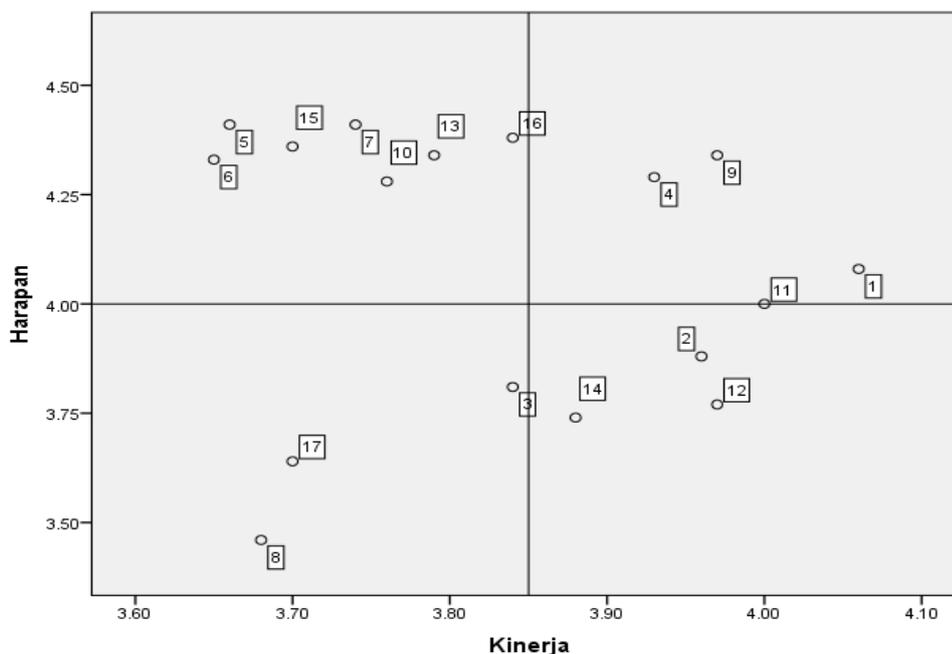
Perhitungan rata-rata nilai antara tingkat kinerja dan tingkat harapan pada indikator-indikator kualitas pelayanan dosen terhap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

No	Indikator	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	Rata-Rata (x)	Rata-Rata (y)
1.	Dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan	1220	1224	4,06	4,08
2.	Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap	1189	1164	3,96	3,88
3.	Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan	1152	1144	3,84	3,81
4.	Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	1179	1289	3,93	4,29
5.	Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu	1100	1324	3,66	4,41
6.	Sistem penilaian yang objektif dan terbuka	1097	1299	3,65	4,33

7.	Kemampuan menghidupkan suasana kelas	1122	1323	3,74	4,41
8.	Dalam membahas kasus dimata kuliah yang diampuh dosen dapat dengan cepat mengatasinya	1104	1040	3,68	3,46
9.	Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa	1193	1304	3,97	4,34
10.	Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah	1130	1284	3,76	4,28
11.	Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa	1201	1201	4,00	4,00
12.	Tidak akan merasa ragu terhadap materi yang disampaikan	1193	1132	3,97	3,77
13.	Adil dalam memperlakukan mahasiswa	1138	1302	3,79	4,34
14.	Keramahan dan kejujuran akan ilmunya	1164	1122	3,88	3,74
15.	Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan	1111	1310	3,70	4,36
16.	Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti	1152	1315	3,84	4,38
17.	Upaya memahami kebutuhan mahasiswa	1112	1094	3,70	3,63
Total rata-rata		19557	20871	65,13	69,52
Nilai rata-rata				3,83	4,08

Sumber : Data hasil Kuesioner diolah,2018

Untuk lebih jelasnya lagi, digambarkan dalam diagram kartesius adalah sebagai berikut ini :



Gambar 12
Informance Performance Analysis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Univerisitas Pakuan

Dari gambar tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

A. Kuadran Prioritas Utama

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan atau diharapkan mahasiswa, akan tetapi kinerja dosen dinilai belum terlaksana dengan baik oleh fakultas ekonomi universitas pakuan. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (5) Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu.
- (6) Sistem penilaian yang objektif dan terbuka.
- (7) Kemampuan menghidupkan suasana kelas.
- (10) Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah.
- (13) Adil dalam memperlakukan mahasiswa.
- (15) Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan.
- (16) Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti

B. Kuadran Pertahankan Prestasi

Pada kuadran ini menunjukkan terdapat faktor atau atribut yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan mahasiswa yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dan harus dipertahankan. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah

- (1) Dosen berpakaian rapih dan sopan.
- (4) Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi.
- (9) Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa.
- (11) Memiliki sikap sopan santun terhadap mahasiswa.

C. Kuadran Prioritas Rendah

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempunyai tingkat harapan dan kinerja yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh mahasiswa fakultas ekonomi. Sehingga fakultas ekonomi tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor tersebut. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (3) Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan
- (8) Dalam membahas kasus cepat mengatasinya.
- (17) Upaya memahami kebutuhan mahasiswa

D. Kuadran Prioritas Berlebihan

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh mahasiswa namun dilaksanakan berlebihan oleh pihak Fakultas Ekonomi, sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas mahasiswa penganganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (2) Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap.

- (12) Tidak akan merasa ragu terhadap materi yang disampaikan.
- (14) Keramahan dan kejujuran akan ilmunya.

Berdasarkan hasil diagram kartesius, untuk rencana Fakultas Ekonomi terutama pada kepuasan mahasiswa kedepannya dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan harus lebih mengutamakan pelaksanaan pada indikator Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu, Sistem penilaian yang objektif dan terbuka, Kemampuan menghidupkan suasana kelas, Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah, Adil dalam memperlakukan mahasiswa, Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan, Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan kualitas pelayanan yang diberikan oleh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dapat diketahui melalui indikator kualitas pelayanan yang meliputi: berwujud (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsivess*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*empathy*). Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 300 mahasiswa, secara keseluruhan penilaian mahasiswa dari Fakultas Ekonomi mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan dosen sudah sesuai/ baik, hal ini dilihat dari jawaban mahasiswa terhadap kinerja dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan sudah melebihi 70%.
2. Tingkat kepuasan mahasiswa atas pelayanan pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Berdasarkan hasil tingkat kesesuaian, dari 17 atribut pertanyaan terdapat 11 atribut pertanyaan belum memenuhi kepuasan mahasiswa dan 7 atribut pertanyaan telah memenuhi kepuasan mahasiswa. Dimana secara keseluruhan bahwa kinerja dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan tidak sesuai dengan harapan mahasiswa atau dapat dikatakan bahwa kinerja dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan belum dapat memuaskan mahasiswa, hal ini dikarenakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan mahasiswa sebesar 93.70% atau kurang dari 100%.
3. Analisis kualitas pelayanan pada kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan berdasarkan dari hasil gambar diagram kartesius sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Kuadran prioritas utama yaitu (5) Dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu, (6) Sistem penilaian yang objektif dan terbuka. (7) Kemampuan menghidupkan suasana kelas, (10) Memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah, (13) Adil dalam memperlakukan mahasiswa, (15) Dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan, (16) Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti
 - b. Kuadran pertahankan prestasi yaitu (1) Dosen berpakaian rapih dan sopan, (4) Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi, (9) Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa.
 - c. Kudran prioritas rendah yaitu (3) Kompetensi yang dimiliki sesuai dengan mata kuliah yang diajarkan, (8) Dalam membahas kasus cepat mengatasinya, (17) Upaya memahami kebutuhan mahasiswa.

- d. Kuadran prioritas berlebihan yaitu (2) Dosen memiliki bahan ajar yang lengkap, (12) Tidak akan merasa ragu terhadap materi yang disampaikan, (14) Keramahan dan kejujuran akan ilmunya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Fakultas Ekonomi perlu meningkatkan kinerja dalam penerapan kualitas pelayanan dosen pada indikator bukti fisik yaitu dosen berpakaian rapih dan sopan yang kurang terhadap mahasiswa diharapkan cara berpakaian dosen lebih formal, rapih dan sopan tidak berpakaian terlalu berlebihan agar mendidik mahasiswa untuk berpenampilan rapih dan sopan, menggunakan beragam teknologi komunikasi dengan cara meningkatkan atau mengembangkan lagi teknologi yang lebih luas lagi.
2. Dalam memenuhi kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dapat lebih berfokus pada indikator yang belum memenuhi kepuasan mahasiswa yaitu dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu, Sistem penilaian yang objektif dan terbuka, kemampuan dosen dalam menghidupkan suasana kelas, memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah, adil dalam memperlakukan mahasiswa, dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan, Berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti. Di harapkan hal ini agar Fakultas harus membuat aturan terkait dengan jam mata kuliah dosen yang harus sesuai dengan jadwal, dan dosen wajib memberikan keterangan ketika tidak dapat menghadiri perkuliahan serta dosen harus meluangkan sedikit waktu atau membuat jadwal untuk mahasiswa yang akan bimbingan/konselling.
3. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan bisa dijadikan acuan untuk keberlangsungan jangka panjang bagi Fakultas Ekonomi kedepannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih maksimal untuk menciptakan kepuasan mahasiswa, sehingga mahasiswa menjadi loyal pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan agar mahasiswa Fakultas Ekonomi merasakan kepuasan akan tetapi pihak Fakultas Ekonomi belum melaksanakan sesuai dengan keinginan mahasiswa indikator-indikatornya yaitu yaitu dosen berpenampilan menarik, berpakaian rapih dan sopan, menggunakan beragam teknologi komunikasi, dosen hadir dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu, sistem penilaian yang objektif dan terbuka, kemampuan dosen dalam menghidupkan suasana kelas, memberi waktu ketika akan berkonsultasi mengenai akademik/mata kuliah, adil dalam memperlakukan mahasiswa, dosen mudah dihubungi ketika akan bimbingan/ konselling kegiatan kemahasiswaan, berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita
- Ali Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Andriasan Sudarso. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Edisi 1. Cetakan 1. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 9. Badung: Alfabeta.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan 1. Bandung Satu Nusa: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Danang Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan 2. Yogyakarta: CAPS
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality dan satisfaction*., Edisi 4. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Fandy Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Harman Malau. 2017. *Manajmeen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Handi Irawan. 2009. *10 Prinsi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Rajagrafindo Persada. Edisi 2.
- Irham Fahmi. 2011. *Analisis Laporan Keuangan Lampulo*. AlfaBeta.
- J. Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Pearson Education, Inc.
- Kotler Philip & Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisis 12. Jakarta: PT Indeks

- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock Christopher, Jochen Wirtz, dan Jcky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*, Jilid 2. Edisi ketujuh, Erlangga: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Nana Herdiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi . Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tony Wijaya. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan 1. Jakarta. INDEKS
- Zeithaml A. Valarie, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. 2013. *Service Marketing*. Sixth Edition. Americas. New York. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Zulian Yamit. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Cetakan keenam. Yogyakarta: EKONISIA.

LAMPIRAN

KUISIONER

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan)

PETUNJUK

1. Sebelum anda memberikan jawaban terhadap beberapa pertanyaan di bawah ini, tulislah terlebih dahulu identitas anda.
2. Berikan tanda (X) pada kolom yang telah disediakan.
3. Diharapkan anda menjawab kuesioner ini dengan sejujurnya.
4. Atas kesediaan dan partisipasinya diucapkan banyak terima kasih.

A. Karakteristik Responden

I. Data Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. < 20 Tahun
 - b. 20 - 25 Tahun
 - c. > 26 Tahun
3. Asal Sekolah
 - a. SMA
 - b. SMK
4. Program studi
 - a. Manajemen
 - b. Akuntansi
5. Penghasilan Orang tua
 - a. < Rp3.000.0000
 - b. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000
 - c. Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
 - d. > Rp. 5.000.0000

