

---

## **FAKTOR EMPATI DALAM PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN MAHASISWA DI STIE MITRA LAMPUNG**

**Susi Indriyani<sup>1</sup>**

*STIE Mitra Lampung, Jl. Z.A Pagar Alam No 7,  
Gedong Meneng Bandar Lampung, 0721 788960  
Program Studi Manajemen STIE Mitra Lampung  
[susiindri@umitra.ac.id](mailto:susiindri@umitra.ac.id)*

### **ABSTRAK**

*Keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa merupakan suatu umpan balik dari kualitas produk atau jasa yang digunakan oleh pelanggan. Semakin banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan membutuhkan adanya perhatian ekstra bagi setiap perusahaan yang menerima keluhan untuk memperbaiki dalam pembuatan produk atau jasa. Keluhan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan merupakan hal penting diperhatikan karena peningkatan pendapatan mengakibatkan perpindahan peserta didik semakin tinggi. Empati dalam penanganan keluhan merupakan hal penting sehingga mahasiswa merasakan keluhannya diterima dengan baik. Kepercayaan dan komitmen mahasiswa pengguna jasa pendidikan menjadi sangat penting untuk menjaga citra perguruan tinggi dimata masyarakat. Pelayanan dalam pendidikan merupakan unsur penting demi terciptanya suasana akademik yang kondusif untuk terlaksananya proses belajar mengajar yang sukses. Pada institusi pendidikan pelayanan prima kepada mahasiswa merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dengan baik untuk menjaga kelancaran studi mahasiswa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bagaimana empati secara psikologis berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa dengan metode explanatory research dengan melakukan survey kepada mahasiswa di STIE Mitra Lampung. Hasil dari penelitian ini adalah empati mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa, empati yang berikan oleh dosen pembimbing akademik, serta dosen lainnya memberikan kepercayaan dan komitmen mahasiswa bahwa keluhannya ditangani dengan baik dan menndapatkan solusi yang tepat.*

**Kata Kunci :** *Keluhan, Empati, Kepercayaan, Komitmen*

---

**ABSTRACT**

*Customers' complaints in case of using products or services is a feedback that show the quality of products or services. The more complaints given by the customer, company should put more attention to improve the quality of products or services. Complaints from the student toward the services are necessary to be addressed in order to decrease student discharge. Empathy in the handling of the complaints is important, thus student will find their complaints are responded appropriately. Trust and commitment of the student are important to maintain the college's image upon the people. Service of the college is important to create a good academic atmosphere in order to keep learning process goes well. The purpose of this study is to find out how empathy psychological effect on trust and commitment of students with explanatory research method by conducting a survey to students in STIE Mitra Lampung. The results of this research is empathy has a positive and significant effect on trust and commitment of the students. The empathy from the academic supervisor and the other lecturers make the students feel that their complaints are responded appropriately and believe that they will get the right solution.*

**Keyword :** *Complaints, empathy, Trust, commitment*

**1. PENDAHULUAN**

Keluhan dalam bidang manajemen pemasaran jasa merupakan umpan balik yang akan bermanfaat jika dalam penanganan keluhan menggunakan cara-cara yang benar, keluhan yang disampaikan para pelanggan dalam industri jasa ataupun barang atau percampuran keduanya memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja pelayanan, sehingga diketahui bagian-bagian yang perlu mendapatkan perbaikan atau perubahan.

Keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam pemakaian produk atau jasa merupakan suatu umpan balik dari kualitas produk atau jasa yang digunakan oleh pelanggan. Semakin banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan membutuhkan adanya perhatian ekstra bagi setiap perusahaan yang menerima keluhan untuk memperbaiki dalam pembuatan produk atau jasa. Keluhan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan merupakan hal penting diperhatikan karena peningkatan pendapatan mengakibatkan perpindahan peserta didik semakin tinggi.

Berdasarkan survei pendahuluan mahasiswa mengungkapkan sering merasakan ketidakpuasan baik dari fasilitas yang diberikan hingga dalam proses belajar mengajar, hal ini perlu penanganan yang baik, terutama empati yang diberikan oleh para tenaga pendidik dan tenaga kependidikan ketika mahasiswa menyampaikan keluhan, keluhan yang disampaikan bermacam-macam, berdasarkan survey pendahuluan keluhan yang disampaikan terdiri dari lambatnya pelayanan administrasi, pendingin ruangan yang kurang dingin dan hal-hal yang bersifat keluhan pribadi.

Pada era globalisasi di saat kompetisi di bidang usaha semakin ketat, perusahaan-perusahaan harus mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa yaitu waktu penyerahan lebih cepat, pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada konsumen agar bisa ikut dalam persaingan seperti penelitian yang dilakukan oleh Seines 1993 dalam Harun 2006.

Empati (dari Bahasa Yunani *εμπάθεια* yang berarti "ketertarikan fisik") didefinisikan sebagai respons afektif dan kognitif yang kompleks pada distress emosional orang lain.[1] Empati termasuk kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpatik dan mencoba menyelesaikan masalah, dan mengambil perspektif orang lain (<http://id.wikipedia.org/wiki/Empati>).

Batson dan Coke (dalam Eisenberg & Strayer, 1987) mengartikan empati sebagai keadaan emosional yang dimiliki seseorang yang sesuai dengan apa yang dirasakan orang lain. Selain itu Hetherington dan Park (dalam Hetherington, 1999) mengatakan bahwa empati merupakan kemampuan seseorang untuk merasakan emosi yang sama dengan emosi yang dirasakan orang lain. Empati yang dimiliki dapat membuat seseorang mengenal dan memahami emosi, pikiran serta sikap orang lain.

Empati merupakan suatu reaksi individu pada saat ia mengamati pengalaman orang lain (Davis, 1983). Ada banyak bentuk reaksi yang mungkin terjadi setelah seseorang mengalami bermacam peristiwa. Para ahli membedakan respon empati menjadi dua komponen, yaitu: respon kognitif dan respon afektif

Empati yang tinggi dalam penanganan keluhan berarti para tenaga pendidik dan tenaga kependidikan ikut merasakan apa yang di keluhkan oleh mahasiswa sehingga mahasiswa sebagai pihak yang mengeluh merasakan percayaan bahwa keluhan yang disampaikan akan ditangani dengan baik, sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa terhadap kampus.

Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individu adalah sangat didambakan oleh pelanggan. Empati terhadap pelanggan yang mengeluh meliputi:

- Tanggap terhadap permasalahan pelanggan.
- Memberikan waktu untuk mendengar keluhan.
- Memberlakukan pelanggan dengan baik.

Menurut Tjiptono (2005) pengertian keluhan adalah Secara sederhana, keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, di antaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, saluran relepon khusus, *website*, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah “*Recovery Paradox*”.

Berdasarkan berbagai riset psikologi konsumen, keluhan bisa dibedakan menjadi dua tipe *instrumental complaints* dan *non-instrumental complaints*. *Instrumental complaints* merupakan keluhan yang diungkapkan dengan tujuan mengubah situasi atau keadaan yang tidak diinginkan. Sebagai contoh, keluhan kepada pramusaji mengenai *steak* yang kurang matang merupakan *instrumental complaints*. Dalam kasus ini, pengomplain sangat berharap bahwa si pramusaji memperbaiki situasi tersebut (dengan jalan memasak kembali steak itu atau menggantinya dengan yang lain). Sebaliknya, *non-instrumental complaints* dilontarkan tanpa ekspektasi khusus bahwa situasi yang tidak diinginkan tersebut akan berubah. Contohnya, keluhan mengenai cuaca yang ‘terlalu’ panas atau kualitas vokal diri sendiri tersebut akan berubah. Pelanggan yang mengeluh bisa merupakan tambang emas keberhasilan tapi juga sebagai awal dari malapetaka dimasa mendatang. Hal ini sangat tergantung dari bagaimana perusahaan menghargai saat kontak dengan pelanggan. (Leboeuf,1992:176).

Ada tiga alasan utama yang menyebabkan program keluhan pelanggan memberikan keuntungan yang besar :

1. Keluhan memperlihatkan bidang-bidang yang membutuhkan perbaikan.
2. Keluhan merupakan kesempatan kedua untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan yang kecewa.
3. Keluhan merupakan suatu peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan. (Leboeuf,1992:174-175).

Kualitas pada dasarnya merupakan dorongan pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan yang menentukan keputusan terakhir akan kualitas jasa. Pengukuran kualitas dari segi pemasaran harus menggunakan sudut pandang konsumen terhadap kualitas (Stanton, Etzel, dan Walker, 1994, p.548).

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Lokasi

Penelitian dilakukan pada STIE Mitra Lampung di Bandar Lampung pada Januari - Juli 2014.

### 2.2 Metode Penelitian

Berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat yang digunakan maka pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan jenis penelitian adalah studi kasus yang didukung oleh survey yang mengumpulkan data mengenai penanganan keluhan dengan variabel penelitian. Adapun sifat penelitian adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*).

### 2.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa STIE Mitra Lampung. Jumlah populasi dalam penelitian ini terukur tapi tidak dapat dilakukan penelitian secara keseluruhan sehingga harus dilakukan pengambilan sampel. karena tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi, jadi penarikan sampel dilakukan dengan cara *nonprobabilitysampling* (Sugiyono, 2005). Untuk itu penulis menggunakan teknik

penarikan sampel dengan cara kuota sampel (Sugiyono, 2005), yaitu mengumpulkan sampel dari populasi yang ada mempunyai ciri-ciri tertentu, yaitu yang telah melakukan keluhan secara langsung ke unit pelayanan. Jumlah kuota dari masing-masing program Studi ditetapkan sebanyak 50 orang jadi total sampel 100 orang.

## 2.4 Metode Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dengan menggunakan metode yaitu :

1. Pengamatan (*Observation*), yaitu mengamati kegiatan penanganan keluhan yang dilakukan dalam melayani mahasiswanya.
2. Wawancara (*Interview*) yang dilakukan dengan mahasiswa dan karyawan atau pihak-pihak lain yang berhak memberikan informasi dan data mengenai perguruan tinggi.
3. Daftar Pertanyaan (*Questionnaire*), yang diberikan kepada responden (mahasiswa) di perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung
4. Studi Dokumentasi, dengan pengumpulan pedoman-pedoman perguruan tinggi swasta.

## 2.5 Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu :

1. Data primer yang langsung dikumpulkan peneliti dari responden yang dijadikan sampel penelitian dari penyebaran angket dan wawancara.
2. Data sekunder yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan studi dokumentasi.

## 2.6 Analisis Data

Menganalisis data yang dikumpulkan diklasifikasikan dan di interpretasikan sehingga dapat dijelaskan masalah dan kendala pada penanganan keluhan dalam hal ini kualitas pelayanan sehingga diperoleh alternatif-alternatif penyelesaian dalam upaya meningkatkan kepercayaan, kepuasan dan komitmen mahasiswa pada perguruan tinggi swasta. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel

bebas (x) dengan variabel terikat (y) digunakan analisis statistik yaitu regresi linier berganda, dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Y = kepercayaan, dan komitmen  
 a = konstanta  
 b, = koefisien  $X_1$   
 X, = empathy

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diujicobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yan akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 19.0. Hasil pengujian validitas mengguanakn tingkat keyakinan 95%  $\alpha = 5\%$ . Kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila r hitung > r tabel, maka valid dan apabila r hitung < r tabel, maka tidak valid. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabl 3.1.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Empathi (X)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
1	0,752	0,361	r hitung > r tabel	Valid
2	0,509	0,361	r hitung > r tabel	Valid
3	0,835	0,361	r hitung > r tabel	Valid
4	0,770	0,361	r hitung > r tabel	Valid
5	0,713	0,361	r hitung > r tabel	Valid
6	0,654	0,361	r hitung > r tabel	Valid
7	0,762	0,361	r hitung > r tabel	Valid
8	0,605	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 3.1 hasil uji semua pertanyaan variabel X, maka nilai signifikasi dari semua butir pertanyaan adalah valid, dapat diartikan bahwa dari semua butir pertanyaan semua valid dan memenuhi syarat kevalidan instrumen.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan dan komitmen (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
1	0,815	0,361	r hitung > r tabel	Valid
2	0,582	0,361	r hitung > r tabel	Valid
3	0,452	0,361	r hitung > r tabel	Valid
4	0,637	0,361	r hitung > r tabel	Valid
5	0,544	0,361	r hitung > r tabel	Valid
6	0,758	0,361	r hitung > r tabel	Valid
7	0,852	0,361	r hitung > r tabel	Valid
8	0,544	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 3.2 hasil uji semua pertanyaan variabel Y, maka nilai signifikansi dari semua butir pertanyaan adalah valid, dapat diartikan bahwa dari semua butir pertanyaan semua valid dan memenuhi syarat kevalidan instrumen.

### 3.6 Uji Realibilitas Angket

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 19.0. Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien <i>r</i>	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2005, p.110)

Berdasarkan tabel 3.3 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian pada Tabel 3.4.



Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Empati	0,856	Realibilitas Sangat Tinggi
kepercayaan dan komitmen	0,857	Realibilitas Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 3.4 pada daftar interpretasi koefisien  $r$ , maka dapat diartikan bahwa variabel empati dengan nilai alpha sebesar 0,856 memiliki tingkat kerealibilitasan yang sangat tinggi, sedangkan variabel kepercayaan dan komitmen dengan nilai alpha sebesar 0,857 memiliki tingkat kerealibilitasan sangat tinggi.

### 3.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji *Kolmogorov – Smirnov Test*, dirumuskan dengan hipotesis :

Rumus Hipotesis :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Apabila  $Sig < 0,05$  maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal )

Apabila  $Sig > 0,05$  maka Ha diterima (distribusi sampel normal )

Berdasarkan rumus hipotesis dan kriteria pengambilan keputusan, seperti terlihat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Test of Normality Komogov-Smirnov

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Empathi	0,063	0,05	Sig > 0,05	Normal
Kepercayaan dan komitmen	0,686	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber : Data diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 3.5 *Test of Normality Komogov-Smirnov* diatas yaitu menunjukkan bahwa nilai empati (X) dengan perolehan tingkat signifikan sebesar 0,063 maka data berasal dari populasi berdistribusi normal

dan kepercayaan dan komitmen (Y) dengan perolehan tingkat signifikan sebesar 0,686 maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

### 3.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Pengolahan data dan uji regresi linier sederhana ini peneliti mengolah kuesioner yang kembali sebanyak 93 kuesioner dan 100 yang disebarakan. Analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Kepercayaan dan komitmen
- a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
- X = Empathi

Tabel 3.6 Persamaan Regresi Linier Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.979	1.707		3.445	.001
	Empathi	.783	.064	.786	12.118	.000

a. Dependent Variable: kepercayaan dan komitmen

Sumber : Data diolah tahun 2014

Tabel 3.6 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier sederhana dan diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5,979 + 0,783 X$$

1. Konstanta sebesar 5, 879 menyatakan bahwa jika tidak ada skor empathi (X = 0) maka skor kepercayaan dan komitmen sebesar 5, 979.
2. Koefisien regresi untuk X = 0, 783 menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar satu satuan X (empathi) maka Y (kepercayaan dan komitmen) akan bertambah 0, 783.

### 3.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis :

Ho : Koefisien regresi tidak signifikan atau empathy tidak berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa

Ha : Koefisien regresi signifikan atau empathy berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa

#### 3.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3.7 Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 <sup>a</sup>	.617	.613	4.277

a. Predictors: (Constant), Empathi

Sumber : Data diolah tahun 2014

Pada tabel 3.7 terlihat bahwa model *summary* diperoleh R = 0,786, untuk koefisien determinan (R Square) sebesar 0,617 menunjukkan bahwa kepercayaan dan komitmen dipengaruhi empathy sebesar 61,7%, sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

#### 3.5.2 Uji t

Kriteria :

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan  $dk = n-2$  dan  $\alpha$  tertentu (0,05), maka Ho ditolak sebaliknya Ha diterima.
2. Apabila probabilitas (sig) < 0,05 maka Ha ditolak sebaliknya Ho diterima.

Tabel 3.8 Hasil Perhitungan Uji t

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.979	1.707		3.445	.001
	Empathi	.783	.064	.786	12.118	.000

a. Dependent Variable: kepercayaan dan komitmen

Sumber : Data diolah tahun 2014

Tabel 3.8 diatas merupakan hasil perhitungan Uji t dan dengan pengujian menggunakan tingkat kepercayaan 95%  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df = (n-2 = 91)$  diperoleh  $t_{tabel} = 1,662$ . Hasil perhitungan pada tabel coefficient diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 12,118. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $12,118 > 1,662$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya empathy berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

### 3.5.3 Keluhan Mahasiswa

Berdasarkan hasil survei pada table 3.9 diketahui hal-hal yang menjadi keluhan mahasiswa.

Tabel 3.9 Keluhan Mahasiswa

No	Nama Paket	Jumlah	Persentase Kunjungan (%)
1	Ruangan yang kurang dingin	13	13,98
2	Keterlambatan pelayanan	10	10,75
3	Kebersihan	15	16,13
4	Keluhan pribadi	20	21,51
5	Antrian dalam pengambilan berkas	17	18,28
6	Proses belajar mengajar	18	19,35
<b>Jumlah</b>		<b>93</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan tabel 3.9 dapat diketahui bahwa keluhan yang paling dominan adalah keluhan yang bersifat keluhan pribadi, dimana para mahasiswa melakukan konsultasi atau memohon saran tentang bagaimana cara belajar yang lebih baik, cara memecahkan masalah pribadi yang sedang dihadapi oleh mahasiswa dan hal-hal lain yang bersifat pribadi keluhan ini perlu ditangani dengan baik dan faktor empati memberikan peran sangat penting dimana dibutuhkan empati yang tinggi sehingga mahasiswa merasakan kenyamanan dalam berkeluh kesah dan menjadikan mahasiswa merasa percaya dan komitmen bahwa keluhannya akan diberikan solusi dengan baik.

Selain itu keluhan yang cukup sering disampaikan adalah kegiatan proses belajar mengajar, pada keluhan ini mahasiswa menjelaskan bahwa sering terjadi mati lampu yang mengganggu proses kegiatan belajar mengajar keluhan ini perlu mendapatkan penanganan segera misalkan dengan menambah kapasitas generator

listrik (genset) agar ketika mati lampu proses belajar mengajar dapat berlangsung dengan baik, selanjutnya keluhan tentang antrian yang cukup panjang ketika mengambil berkas-berkas administrasi, keluhan ini perlu mendapatkan penanganan dengan segera untuk mengatur mekanisme pengambilan berkas sehingga tidak terjadi antrian yang panjang.

Keterlambatan pelayanan juga merupakan salah satu keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa, dalam hal ini berkaitan dengan proses pelayanan akademik yang memerlukan waktu yang cukup lama sehingga memerlukan penanganan yang cepat, dengan menerapkan pola pelayanan prima dan menerapkan sistem informasi manajemen yang sesuai untuk mempermudah proses pengambilan keputusan.

Kebersihan lingkungan juga menjadi bagian yang dikeluhkan oleh mahasiswa sehingga hal ini memerlukan penanganan yang baik, salah satunya dengan melakukan pembersihan lingkungan setiap saat dan memberikan pengawasan terhadap kinerja pegawai kebersihan dan memberikan penyuluhan ke civitas akademika untuk menjaga kebersihan lingkungan kampus.

### 3.5.4 Pembahasan

Uji Hipotesis menggunakan model *summary* diperoleh  $R = 0,786$  , untuk koefisien determinan ( $R$  Square) sebesar 0,617 menunjukkan bahwa kepercayaan dan komitmen mahasiswa dipengaruhi empati sebesar 61,7%, sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

Hasil persamaan regresi linier sederhana menghasilkan  $Y = 5,979 + 0,783 X$ . Konstanta sebesar 5, 979 menyatakan bahwa jika tidak ada skor empati ( $X = 0$ ) maka skor kepercayaan dan komitmen sebesar 5, 979. Koefisien regresi untuk  $X = 0, 783$  menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar satu satuan  $X$  (empati) maka  $Y$  (kepercayaan dan komitmen) akan bertambah 0, 783

Pengujian hipotesis merupakan hasil perhitungan regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis dengan statistik  $t$ . Hasil perhitungan pada tabel coefficient diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 12,118. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$

(12,118 > 1,662), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya empati berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa

Empati menjadi faktor penting karena setiap keluhan yang disampaikan, mahasiswa menginginkan respon yang baik dari pengelola perguruan tinggi dan rasa empati kepada setiap keluhan yang disampaikan dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

Sejalan dengan teori yang disampaikan Mitchelson dalam Lebouf, 1992: 179 bila terjadi ketidak-beresan pelanggan tidak ingin berkomunikasi dengan “organisasi” dan computer. Mereka ingin bicara dengan seseorang yang nyata sosoknya, hidup dan peka, seseorang yang bertanggungjawab, yang mau mendengar atau membantu demi tercapainya kepuasan mereka.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan data kesimpulan dalam penelitian ini adalah faktor empati dalam penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa. Empati yang berikan oleh dosen pembimbing akademik, serta dosen lainnya memberikan kepercayaan dan komitmen mahasiswa bahwa keluhannya ditangani dengan baik dan mendapatkan solusi yang tepat.

#### **5. SARAN**

Saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya tanggap para tenaga pendidik dan kependidikan dalam melakukan pelayanan khususnya dalam penanganan keluhan kepada mahasiswa.
2. Memberikan pelatihan pelayanan prima kepada seluruh staf, baik tenaga pendidik dan tenaga kependidikan.
3. Membangun model penanganan keluhan yang tersistem sehingga pengelolaan penanganan keluhan menjadi lebih baik.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat selesai, saran dan kritik yang membangun dapat disampaikan melalui email peneliti.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Davis, M.H. (1983). Measuring Individual Differences in Empathy. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol 132. No.2 397-410
- [2] Eisenberg, N & Strayer, N. (1987). Empathy and Its Development. Cambridge: Cambridge University Press
- [3] Fandy, Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising
- [4] Harun, Haidir, 2006, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi. (Studi Kasus PT.Telekomunikasi Indonesia Kota Semarang), tesis di publikasikan [http://eprints.undip.ac.id/15609/1/Haidir\\_Harun.pdf](http://eprints.undip.ac.id/15609/1/Haidir_Harun.pdf) diakses tanggal 27 Mei 2014
- [5] Lebouef, Michael, 1992, Memenangkan dan memelihara pelanggan, Penerjemah Rieka Harahap-Tahapary, Penerbit Pustaka Tangga, Jakarta
- [6] Sugiyono, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. CV Alfabeta.
- [7] Stanton, William J., Michael Etzel, and Bruce J. Walker, 1994, *fundamentals of marketing*, New York: Mc Graw-Hill.Inc.
- [8] Wikipedia, Ensiklopedia Bebas, <http://id.wikipedia.org/wiki/Empati>