

PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI STMIK MARDIRA INDONESIA BANDUNG

Dudung Juhana¹, Ali Mulyawan²
STIE Pasundan Bandung¹
STMIK Mardira Indonesia, Bandung²
Email: dudung@stiepas.ac.id¹
Email: ali_muly@stmik-mi.ac.id²

Abstract

The study was conducted in STMIK Mardira Indonesia. The results of preliminary studies indicate that student satisfaction in STMIK Mardira Indonesia not optimal. Not optimal for student satisfactions were allegedly caused by factors of service quality include: Physical Evidence, Empathy, Reliability, Responsiveness and Assurance given. According to phenomenon, the problem is formulated in this study as follows: What factors of service quality and student satisfaction STMIK Mardira Indonesia. How the Influence factors of service quality on student satisfaction STMIK Mardira Indonesian either partially or simultaneously. Research method used is descriptive analysis, with a total population of 462 people, and is based on probability sampling with stratified random sampling technique by 5% of precision, then taken into a sample of 215 people. The data analysis technique done by the analysis of the path (Path Analisis) to determine the degree of the relationship between research variables, as well as to determine the effect, either directly or indirectly on the variables. In its operation using SPSS 17 and Ms. Excel. The results showed that the influence of the quality of service simultaneously at 59.4% and residual of 40.06 have been affected by other factors that are not revealed in this study. The direct effect of Physical Evidence 1.66%, Empathy 0.37%, 2.34% Reliability, Responsiveness 10.18% and Assurance 5.24%. while the total effect of Physical Evidence 7.5%, Empathy 3.5%, 10.2% Reliability, Responsiveness 22.7% and Assurance 15.5%

Keywords: *service quality; student satisfaction*

Abstract

Penelitian dilakukan di STMIK Mardira Indonesia. Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia belum optimal. Belum optimalnya kepuasan mahasiswa tersebut diduga karena disebabkan oleh faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi: Bukti Fisik, Empati, Keandalan, Daya Tahan dan Kepastian yang diberikan. Berangkat fenomena diatas, masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana faktor-faktor kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa STMIK Mardira Indonesia. Seberapa besar Pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa STMIK Mardira Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, dengan jumlah populasi sebanyak 462 orang, dan didasarkan pada metode pengambilan sampel *probability sampling* dengan teknik *stratified random* sampling dengan presisi 5%, maka yang diambil menjadi sampel sebanyak 215 orang. Teknik analisis data yang digunakan

adalah analisis jalur (*Path Analisis*) untuk mengetahui derajat keeratan hubungan antar variable penelitian, serta untuk mengetahui pengaruh, baik secara langsung maupun tidak langsung variable bebas terhadap variable terikat. Dalam operasionalisasinya menggunakan bantuan software SPSS 17 dan Ms. Excel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan sebesar 59.4% dan sisanya sebesar 40.06 dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terungkap dalam penelitian ini. Besarnya pengaruh langsung Bukti Fisik 1,66%, Empati 0,37% , Keandalan 2,34%, Daya Tahan 10,18% dan Kepastian 5,24%. Total Pengaruh dari variable Bukti Fisik 7,5%, Empati 3,5% , Keandalan 10,2%, Daya Tahan 22,7% dan Kepastian 15,5%

Kata kunci: kualitas pelayanan; kepuasan mahasiswa

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya, penyelenggaraan pendidikan melalui pendidikan tinggi merupakan salah satu indikator tentang semakin tingginya kesadaran masyarakat akan manfaat pendidikan. Disisi lain peminat yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan tinggi tidak semua mampu dipenuhi oleh Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Hal ini menjadi peluang bagi penyelenggara dan pengelola Perguruan Tinggi Swasta (PTS) untuk mengambil peran dalam menyelenggarakan pendidikan formal pada jenjang pendidikan tinggi.

Merujuk pada UUD 1945 amandemen ke 4, pasal 30 ayat 3 yang menyatakan bahwa, Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan suatu system pendidikan nasional yang mampu meningkatkan keimanan dan ketaqwaan serta ahlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa yang diatur dengan undang-undang.

Berdasarkan UU No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal butir 1, Pendidikan Tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Pada pasal 20 butir 1, Perguruan tinggi dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas. Perguruan Tinggi Swasta dalam menjalankan aktifitasnya memiliki setidaknya dua misi, yaitu misi sosial dan misi komersial. Misi sosial dapat diartikan bahwa perguruan tinggi swasta sebagai lembaga pelayanan masyarakat di bidang pendidikan, tanpa membedakan status sosial. Semua harus dilayani dengan penuh kesungguhan dan tanggung jawab. Sementara dari aspek komersialnya, perguruan tinggi swasta adalah lembaga yang memberikan jasa pendidikan yang memerlukan biaya-biaya operasional yang diperoleh dari masyarakat.

Perguruan tinggi swasta faktanya juga harus bersaing dalam mengelola program pendidikan tinggi, karena jumlah pengelola pendidikan tinggi swasta banyak, Koordinator perguruan tinggi swasta (Kopertis) Wilayah IV Jawa Barat dan Banten mencatat terdapat 478 PTS tersebar hampir di seluruh kabupaten dan kota di Jawa Barat dan Banten.

Tabel 1 Perguruan Tinggi di Jawa Barat dan Banten

No	Jenis Perguruan Tinggi	Jumlah
1	Akademi	141
2	Politeknik	32
3	Sekolah Tinggi	246
4	Institut	6
5	Universitas	53

Jumlah Keseluruhan	478
---------------------------	------------

Sumber: PDPT Kopertis Wilayah IV Jawa Barat dan Banten

Bandung merupakan salah satu kota yang termasuk memiliki banyak perguruan tinggi swasta, sehingga menjadi salah satu kota tujuan pendidikan, bagi calon mahasiswa yang melanjutkan pendidikan formalnya hingga ke jenjang pendidikan tinggi. Data Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi menunjukkan bahwa hampir di setiap ibukota kabupaten di Jawa Barat dan Banten terdapat Perguruan Tinggi Swasta, yang mengindikasikan bahwa untuk perguruan tinggi swasta harus bersaing untuk dapat memenangkan kompetisi. Persaingan yang terjadi ini tidak hanya dengan Perguruan Tinggi Negeri tetapi persaingan diantara Perguruan Tinggi Swasta pun terjadi sangat tinggi.

STMIK merupakan kependekan dari Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer adalah pengelola pendidikan tinggi, berdasarkan data di Direktorat jenderal pendidikan tinggi, Kopertis Wilayah IV Jawa Barat dan Banten terdapat 42 Perguruan Tinggi Swasta berbentuk STMIK (Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer), yang 11 buah diantaranya terdapat di kota Bandung.

Tabel 2. Daftar STMIK di Kota Bandung

No.	Nama Perguruan Tinggi	Kota	Jumlah Mahasiswa 2013
1	STMIK Dharma Negara	Bandung	119
2	STMIK LPKIA Bandung	Bandung	768
3	STMIK Padjadjaran	Bandung	Non aktif
4	STMIK Ganesha Bandung	Bandung	258
5	STMIK Amik Bandung	Bandung	784
6	STMIK Tulus Cendikia	Bandung	847
7	STMIK Jabar	Bandung	269
8	STMIK Indonesia Mandiri	Bandung	317
9	STMIK LIKMI	Bandung	995
10	STMIK Bandung	Bandung	562
11	STMIK Mardira Indonesia	Bandung	562

Sumber: PDPT Kopertis Wilayah IV Jawa Barat dan Banten

Dalam menghadapi persaingan antara perguruan tinggi swasta, diperlukan suatu strategi untuk memahami kebutuhan dan keinginan dari mahasiswa. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam memenuhi pendidikan khususnya pendidikan perguruan tinggi maka perlu bagi perguruan tinggi untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat akan pendidikan. Dengan demikian penting bagi perguruan tinggi untuk memahami kebutuhan dan keinginan pemilihan masyarakat terhadap perguruan tinggi. Pemilihan dalam perguruan tinggi tidak terlepas dari unsur pelayanan yang ditawarkan dan kepuasan mahasiswa atas jasa pendidikan yang dikonsumsi. Dalam memberikan pelayanan bukan hanya penyedia produk saja menekankan pentingnya unsur pelayanan tetapi juga perguruan tinggi yang merupakan inti usahanya adalah jasa. Jasa sangat bergantung dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa. Kepuasan mahasiswa sangat bergantung dari unsur pelayanan yang diberikan oleh pihak perguruan tinggi. Keberhasilan pemenuhan kepuasan telah memperoleh perhatian dominan dan strategis dalam pelayanan (Lumpkin dan Dant, 1992).

Kepuasan pengguna jasa dalam hal ini mahasiswa menjadi salah satu ukuran dari keberhasilan lembaga pendidikan tinggi dalam mengelola lembaga pendidikannya serta tetap memperhatikan mutu akademik sebagai produk jasa yang harus dicapai. (Mulyawan

& Sidharta, 2013) Hal ini mengakibatkan pihak lembaga pendidikan perlu melakukan perbaikan mutu layanan dan akademik secara terus menerus dengan melihat kesenjangan antara layanan jasa yang diberikan dengan layanan jasa yang diperoleh oleh mahasiswa (Qomariah, 2012).

Kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tahan (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*) merupakan cara yang efektif dalam melakukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat akan pendidikan tinggi (Avianti, 2010). Demikian pula halnya dengan STMIK Mardira Indonesia yang merupakan perguruan tinggi di Bandung perlu menerapkan kualitas layanan dalam rangka memenuhi kepuasan mahasiswa. Penelitian sebelumnya oleh Mulyawan & Sidharta (2014) membuktikan bahwa semua faktor kualitas jasa layanan akademik mempunyai hubungan erat dalam membentuk kualitas layanan terhadap mahasiswa. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Subanija dan Martani CB (2008) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa atas jasa pendidikan perguruan tinggi. Demikian pula dengan Wibowo (2009) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dimana dimensi bukti fisik yang diwakili oleh dosen merupakan aspek kualitas layanan yang paling efektif dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa. Senada dengan itu Mansori et, al., (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang signifikan yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dengan faktor yang paling dominan adalah fasilitas fisik yang merupakan unsur dimensi bukti fisik (*tangibles*).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bukti fisik, empati, kehandalan, daya tahan, kepastian, dan kepuasan mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh bukti fisik, empati, kehandalan, daya tahan dan kepastian terhadap kepuasan mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah

(1) Untuk mengetahui bukti fisik, empati, kehandalan, daya tahan, kepastian, dan kepuasan mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung (2) Untuk mengetahui besar pengaruh bukti fisik, empati, kehandalan, daya tahan dan kepastian terhadap kepuasan mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

Hasil penelitian ini diharapkan (1) dapat dijadikan sebagai masukan guna mengetahui bagaimana kualitas jasa terhadap kepuasan mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung, (2) dapat bermanfaat dalam menyesuaikan strategi kualitas jasa yang terkadang tidak sesuai dengan perubahan dan perkembangan perilaku konsumen.

TINJAUAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Pemasaran Jasa

Pada saat globalisasi ini pemasaran tidak hanya dipandang sebagai bagian yang terpisah dari organisasi sehingga menciptakan pemasaran yang efektif dengan menciptakan nilai dan pemenuhan kepuasan pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2006;5) pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara

prinsip intangible dan tidak dapat menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Umar (2003;76), pemasaran jasa adalah pemasaran bersifat intangible dan immaterial dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Menurut Hurriyati (2010:42) bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Jasa (*services*) mempunyai pengertian yang beragam mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai dengan jasa sebagai produk. Berdasarkan pada hasil penelitian dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkapkan bahwa jasa memiliki empat karakteristik yang membedakan barang dan jasa yang dinamakan paradigm IHIP yaitu *Intangibility, Heterogeneity, Inseparability, dan Perishability*.

1. *Intangibility*

Jasa bersifat *intangible* artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya. Bila pelanggan membeli produk tertentu maka ia hanya dapat menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa dan tidak langsung memilikinya.

2. *Heterogeneity*

Jasa bersifat *heterogeneity* maksudnya adalah karena jasa bersifat *non standardized output*, artinya terdapat banyak variasi, bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.

3. *Inseparability*

Jasa bersifat *inseparability* yang berarti jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Sedangkan untuk barang biasanya diproduksi terlebih dahulu kemudian dijual baru dikonsumsi.

4. *Perishability*

Jasa bersifat *perishability* yang berarti jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang, dijual kembali. (Lovell & Gummerson, 2004 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005;22).

Kualitas Pelayanan

Layanan menurut Parasuraman et al., (1994) mendefinisikan sebagai aktivitas ekonomi yang memproduksi waktu, tempat, form atau kegunaan psikologis. Selanjutnya bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu perusahaan berkualitas atau tidak. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dengan baik kualitasnya melalui perbandingan antara jasa yang ditawarkan dengan persepsi penerimaan pelanggan apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum. Baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. (Suzanto, 2011)

Faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa dalam hal ini kualitas pelayanan. Apabila jasa yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka jasa tersebut dapat dikatakan baik demikian pula sebaliknya. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan seperti SERVQUAL dan modifikasinya telah digunakan oleh beberapa organisasi dalam industri jasa (George et al., 2004 dan Bindu et al., 2009). Selain itu kualitas layanan juga dapat menggunakan pendekatan *cognitive behavioral model* seperti *theory of planned behavior* (Ajzen, 1991) dalam Sidharta & Sidh (2013) atau *Technology Acceptance Model* (Venkatesh &

Davis, 1996; 2000, dalam Sidharta & Sidh, 2014) yang merupakan pengembangan dari model *theory of reasoned action* (TRA) oleh Fishbein & Ajzen (1975). Lebih lanjut pengukuran kepuasan konsumen yang menggunakan e-commerce dapat pula diukur dengan model *e-satisfaction* dengan menggunakan e-SERVQUAL (Komara, 2013, 2014).

Sedangkan menurut Avianti (2005:10) menyatakan bahwa kualitas dapat berarti *superiority* atau *excellence* yaitu melebihi standar umum yang berlaku. Sesuatu dapat dikatakan berkualitas jika terdapat kecocokan antara syarat-syarat yang dimiliki oleh benda atau jasa yang dikehendaki dengan maksud dari orang yang dikehendakinya. Dengan demikian kualitas layanan merupakan sejauh mana layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan atau seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Lebih lanjut Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa untuk mengukur dimensi kualitas pelayanan atas jasa pendidikan yang diberikan sebaiknya perlu untuk mengetahui ciri-ciri dari dimensi kualitas pelayanan tersebut. Adapun dimensi dari kualitas jasa adalah bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*) dan kepastian (*assurance*).

Jasa Perguruan Tinggi

Jasa perguruan tinggi dapat ditinjau dari karakteristiknya, menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008) menyatakan bahwa karakteristik jasa pada perguruan tinggi adalah sebagai berikut;

1. Perguruan tinggi termasuk kedalam kelompok jasa murni, dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata seperti ruangan kelas, kursi, meja, buku, dan sebagainya.
2. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa) dalam hal ini pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan.
3. Penerima jasanya adalah orang. Jadi merupakan jasa yang berbasis orang, atau didalam jasa biasa disebut kontak tinggi yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan tinggi.
4. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan pada hubungan keanggotaan, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus menerus dan teratur sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan.

Kerangka Pemikiran

Hubungan Antar Variabel Independen Bentuk fisik (X1), Empati (X2), Keandalan (X3), Daya Tanggap (X4), dan Kepastian (X5)

Hubungan antar variabel bentuk fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*) saling terkait, dimana masing-masing variabel saling menyanggah satu sama lainnya. Bentuk fisik (*tangible*) mempunyai hubungan dengan empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*) dimana bentuk fisik (*tangible*) tidak akan maksimal jika tidak didukung oleh variabel lainnya, demikian pula sebaliknya jika empati (*empathy*) tidak didukung oleh variabel kualitas jasa yang lain maka tujuan kualitas jasa tidak akan tercapai dengan maksimal. Hal ini dinyatakan oleh Usman (2006:494) dimana kualitas pelayanan merupakan paduan spesifik akan bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (*tangible*), empati

(*empathy*), daya tahan (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*) mempunyai hubungan erat satu sama lainnya (Avianti, 2010). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Subanija dan Martani CB (2008) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antar variabel kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Tarakanita Jakarta. Senada dengan itu Wibowo (2009) juga menyatakan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai hubungan kuat antar variabel kualitas layanan. Dengan demikian efektifitas dari kualitas pelayanan akan maksimal jika semua unsur kualitas pelayanan dilakukan dengan baik.

Pengaruh Bukti fisik (*tangible*) (X1), Empati (*empathy*) (X2), Keandalan (*reliability*) (X3), Daya tanggap (*responsiveness*) (X4), dan Kepastian (*assurance*) (X5) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Keberhasilan suatu organisasi jasa pendidikan sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi tersebut dalam memahami kebutuhan dan keinginan dari calon mahasiswa yang menjadi target konsumen lembaga jasa pendidikan. Lembaga pendidikan tinggi merupakan jasa pelayanan pendidikan, dimana dalam persaingan yang sangat kompetitif ini membutuhkan strategi tertentu agar dapat eksis. Keberhasilan jasa sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan mahasiswa berkaitan erat dengan kepuasan mahasiswa tentang apa yang diharapkan dengan yang diperoleh. Agar kepuasan konsumen dapat dipenuhi lembaga pendidikan perlu menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang terdiri dari bentuk fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*). Tilaar (2002) Dengan demikian pengaruh kualitas pelayanan dalam hal ini bentuk fisik (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan kepastian (*assurance*) sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam karena berkaitan dengan jasa pelayanan yang ditawarkan dengan jasa layanan yang diharapkan mahasiswa terhadap lembaga pendidikan tinggi dalam hal ini STMIK Mardira Indonesia. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan dapat diukur dengan kinerja dimensi kualitas pelayanan sesuai dengan dengan harapan pelanggan jasa dalam hal ini jasa pendidikan. Demikian pula Kotler dan Keller (2011) yang menyatakan bahwa merupakan persetujuan mahasiswa atau kekecewaan mahasiswa ketika membandingkan pendapat pribadi layanan mereka terima dengan harapan asli layanan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini hanya memfokuskan pada kualitas pelayanan jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa STMIK Mardira Indonesia Bandung. Pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan metode survey. Metode penelitian survey merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji hipotesis dari sample yang diambil dari populasi tertentu. (Sugiono, 2013)

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif eksplanasi, yakni penelitian yang menjelaskan pola keterkaitan variabel-variabel penelitian dengan analisa statistik, sehingga didapatkan suatu gambaran yang jelas mengenai keadaan obyek penelitian. Tempat dilakukannya penelitian ini berada di STMIK Mardira Indoneisa Bandung. Adapun variabel penelitian ditetapkan sebagai berikut Bukti fisik (X1), Empati (X2), Keandalan (X3), Daya tanggap (X4), dan Kepastian (X5) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).

Dalam penyusunan instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik skala dengan pendekatan *Likert Summated Rating*. (Arikunto, 2013) Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor yang berupa data ordinal. Untuk jumlah sample digunakan dengan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dengan metode pengambilan sampel berdasarkan teknik *stratistifield random sampling*, dan diperoleh angka sebesar 215 sample.

Sebelum data diolah lebih lanjut dilakukan pengujian validitas dan reabilitas dengan menggunakan program Microsoft Exel 2007, kemudian data ordinal ditransformasikan menjadi data interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*), setelah itu dilakukan analisis dan pengujian terhadap model *regresi linear multiple*, dan dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*) serta menggunakan alat bantu program SPSS 17 dalam melakukan perhitungan analisisnya. Analisis jalur sendiri merupakan pengembangan dari analisis regresi yang digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat, dengan asumsi yang mendasari penggunaan analisis jalur : (1) hubungan antar variabel yang akan dianalisis berbentuk linear, aditif, dan kausal, (2) semua variabel residu tidak mempunyai korelasi dengan variabel yang mendahuluinya atau variabel lain, (3) dalam model hubungan variabel hanya terdapat jalur sebab akibat searah, tidak timbal balik, dan (4) data setiap variabel yang dianalisis adalah data interval. (Sugiyono, 2013)

Adapun langkah-langkah analisis data dengan analisa jalur sebagai berikut : (1) merumuskan hipotesis dan persamaan struktural, (2) menggambarkan diagram jalur untuk hubungan sebab akibat secara lengkap, (3) menghitung koefisien korelasi untuk struktur yang telah dirumuskan, (4) menghitung koefisien jalur berdasarkan pada koefisien korelasi, (5) menghitung koefisien-koefisien jalur secara simultan, (6) menghitung koefisien jalur secara individu dan (7) meringkas dan menyimpulkan. (Riduwan dan Kuncoro, 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hubungan Antar Variabel Penelitian

Untuk memperoleh perhitungan data responden dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak *Microsoft Exel 2007* dan *SPSS 17 for windows* diperoleh hasil dari pengukuran besarnya hubungan antar variabel bukti fisik (*tangible*), variabel empati (*empathy*), variabel keandalan (*reliability*), variabel daya tanggap (*responsiveness*) dan variabel kepastian (*assurance*) serta besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel variabel bukti fisik (*tangible*), variabel empati (*empathy*), variabel keandalan (*reliability*), variabel daya tanggap (*responsiveness*) dan variabel kepastian (*assurance*) baik secara parsial maupun simultan dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Syarat untuk melakukan analisis jalur (*path analysis*) adalah adanya hubungan diantara variabel bebas (X1, X2, X3, X4 dan X5) dan hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasinya. Korelasi *Pearson Product Moment* dapat digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara beberapa variabel independen yang yang di teliti pada penelitian ini. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari kedua variabel atau lebih tersebut adalah sama. (Sugiono, 2013)

Adapun hasil dari korelasi antar variabel bukti fisik (*tangible*), variabel empati (*empathy*), variabel keandalan (*reliability*), variabel daya tanggap (*responsiveness*) dan variabel kepastian (*assurance*) adalah sebagai berikut ;

Tabel 3. Hasil Perhitungan Hubungan Antar Variabel Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) Dan Kepastian (*Assurance*)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5
X1	Pearson Correlation	1	.438**	.868**	.772**	.554**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	215	215	215	215	215
X2	Pearson Correlation	.438**	1	.360**	.433**	.521**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	215	215	215	215	215
X3	Pearson Correlation	.868**	.360**	1	.763**	.527**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	215	215	215	215	215
X4	Pearson Correlation	.772**	.433**	.763**	1	.456**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	215	215	215	215	215
X5	Pearson Correlation	.554**	.521**	.527**	.456**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	215	215	215	215	215

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

Sumber : Data primer diolah kembali

Analisis Jalur

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan pengembangan dari konsep korelasi dan regresi. Analisis jalur digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara X1, X2, X3, X4 dan X5 terhadap Y dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung sejumlah variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak, selanjutnya dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung dengan menggunakan korelasi dan regresi sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel dependen yang terakhir. (Sugiono, 2013) Senada dengan itu Riduwan dan Kuncoro (2012) menyatakan analisis korelasi dan regresi yang merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur.

Hasil dari perhitungan analisis regresi dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak *SPSS 17 for windows* diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini;

Tabel 4. Hasil Perhitungan Pengaruh Variabel Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) Dan Kepastian (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.359	2.797		4.739	.004
	X1	.060	.083	.056	2.745	.038
	X2	.567	.052	.470	9.001	.000
	X3	.114	.068	.125	3.677	.025
	X4	.029	.045	.038	2.447	.042
	X5	.486	.060	.371	6.142	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah kembali

Pengujian dilakukan secara parsial atau individual dan secara simultan atau secara bersamaan. Untuk melakukan pengujian secara parsial dilakukan dengan uji t sedangkan untuk pengujian secara simultan dilakukan dengan uji F. Untuk melakukan pengujian secara simultan antara pengaruh bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa pada STMIK Mardira Indonesia Bandung maka kriteria yang digunakan adalah pengujian dengan menggunakan uji F dimana dilakukan perbandingan nilai perhitungan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dengan kriteria; jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan untuk uji t didasarkan pada kriteria kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Dengan melakukan perhitungan dengan alat bantu *software* pendukung yaitu SPSS 17 for Windows diperoleh hasil perhitungan pengaruh secara simultan sebagai berikut;

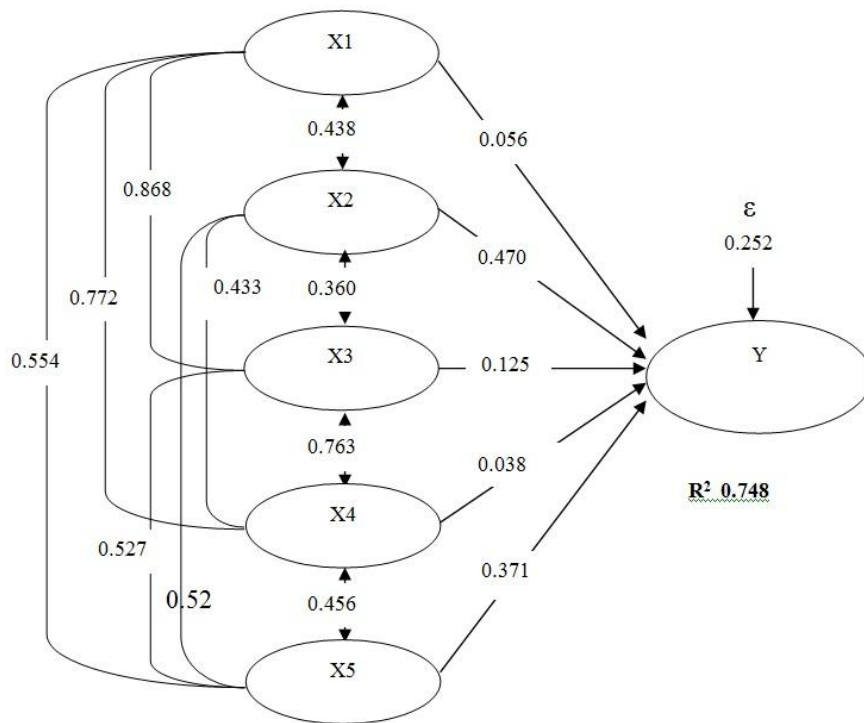
Tabel 5. Hasil Perhitungan Pengaruh Simultan Variabel Independen Terhadap Variabel Terikat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.748	.742	3.32764

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

Sumber : Data primer diolah kembali

Berdasarkan pada hasil perhitungan korelasi dan perhitungan regresi maka dapat dijelaskan dengan melalui gambar analisis jalur seperti di bawah ini.



Gambar 1. Analisis Jalur

Adapun persamaan struktural untuk pengujian pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan mahasiswa, pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa, pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan mahasiswa, pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan mahasiswa, dan pengaruh kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebagai berikut ;

$$Y = \rho_{yx1} X1 + \rho_{yx2} X2 + \rho_{yx3} X3 + \rho_{yx4} X4 + \rho_{yx5} X5 + \rho_{y\epsilon}$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan seperti yang terlihat pada tabel diatas maka hasil persamaan struktural sebagai berikut;

$$Y = 0,129 X1 + 0,061 X2 + 0,153 X3 + 0,319 X4 + 0,229 X5 + \rho_{y\epsilon}$$

Dimana :

- X1 = bukti fisik (*tangible*)
- X2 = empati (*empathy*)
- X3 = keandalan (*reliability*)
- X4 = daya tanggap (*responsiveness*)
- X5 = kepastian (*assurance*)
- Y = kepuasan mahasiswa

Berdasarkan pada perhitungan di atas diperoleh nilai F_{hitung} lebih sebesar 123,423 dan nilai *Sig.* sebesar 0,000, nilai *Sig.* ini menunjukkan tingkat signifikansi pada taraf 95%, dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bukti fisik (*tangible*) (X1), variabel empati (*empathy*) (X2), variabel keandalan (*reliability*) (X3), variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X4) dan variabel kepastian (*assurance*) (X5) terhadap variabel kepuasan mahasiswa (Y).

Dari hasil perhitungan diatas dapat dikatakan bahwa sebesar 0,748 atau 74,8 % dipengaruhi secara simultan antara variabel bukti fisik (*tangible*) (X1), variabel empati (*empathy*) (X2), variabel keandalan (*reliability*) (X3), variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X4) dan variabel kepastian (*assurance*) (X5) terhadap variabel

kepuasan mahasiswa (Y), sedangkan sisa dari pengaruh secara simultan adalah sebagai berikut;

$$py \epsilon = 1 - R^2_{yx1 yx2 yx3 yx4yx5} = 1 - 0,748 = 0,252 = 25,2 \%$$

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebesar 25,2 % pengaruh simultan antara variabel bukti fisik (*tangible*) (X1), variabel empati (*empathy*) (X2), variabel keandalan (*reliability*) (X3), variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X4) dan variabel kepastian (*assurance*) (X5) terhadap variabel kepuasan mahasiswa (Y) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada perhitungan diatas maka hasil perhitungan dapat diringkas atas data penelitian yang meliputi koefien jalur, pengaruh langsung, pengaruh total dan pengaruh simultan variabel bukti fisik (*tangible*) (X1), variabel empati (*empathy*) (X2), variabel keandalan (*reliability*) (X3), variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X4) dan variabel kepastian (*assurance*) (X5) terhadap variabel kepuasan mahasiswa (Y) seperti tabel dibawah ini;

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Pengujian Secara Parsial Dan Secara Simultan

Variabel	Kepuasan Mahasiswa						Total Pengaruh
	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung					
		X1	X2	X3	X4	X5	
X1	0,31%	-	1,15%	0,61%	0,16%	1,15%	3,4%
X2	22,09%	1,15%	-	2,12%	0,77%	9,08%	35,2%
X3	1,56%	0,61%	2,12%	-	0,36%	2,44%	7,1%
X4	0,14%	0,16%	0,77%	0,36%	-	0,64%	2,1%
X5	13,76%	1,15%	9,08%	2,44%	0,64%	-	27%
Jumlah							74,8%
Pengaruh ($R^2_{yx1 yx2 yx3 yx4 yx5}$) = 74,8%							
Pengaruh Faktor Lain (ϵ) = 25,2%							25,2%
Total Pengaruh							100%

Sumber : Data primer diolah kembali

Temuan penelitian mengenai pengaruh bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya kepuasan mahasiswa kecuali empati (*empathy*). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*). Adapun kontribusi bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 74,8 % sedangkan sebesar 25,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Indah Dwi (2012) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa pada Undaris Unggaran. Demikian pula dengan hasil penelitian Subanidja dan Martani (2010) menyatakan bahwa kelima unsur kualitas jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa AKSEK/LK Tarakanita Jakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa;

1. Besarnya pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang sudah baik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika bukti fisik (*tangible*) ditingkatkan maka akan menimbulkan kontribusi kepuasan mahasiswa yang lebih maksimal lagi.
2. Besarnya pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang kurang baik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa empati (*empathy*) tidak terlalu mempengaruhi kepuasan mahasiswa.
3. Besarnya pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang sudah baik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika keandalan (*reliability*) ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.
4. Besarnya pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang sudah baik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika daya tanggap (*responsiveness*) ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.
5. Besarnya pengaruh kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang sudah baik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika kepastian (*assurance*) ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.
6. Besarnya pengaruh bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang sudah baik kecuali empati (*empathy*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika pengaruh pengaruh bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) ditingkatkan kepuasan mahasiswa akan meningkat pula.

Saran

1. Besarnya pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil memadai. Namun demikian perlu adanya pengembangan lebih lanjut atas bukti fisik (*tangible*) agar kepuasan mahasiswa dapat diperoleh secara maksimal.
2. Besarnya pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang kurang memadai. Dengan demikian perlu adanya pengembangan lebih lanjut atas empati (*empathy*) agar kepuasan mahasiswa dapat diperoleh secara maksimal.
3. Besarnya pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang memadai. Namun demikian perlu adanya pengembangan lebih lanjut atas keandalan (*reliability*) agar kepuasan mahasiswa dapat diperoleh secara maksimal.
4. Besarnya pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang memadai. Namun demikian perlu adanya pengembangan lebih lanjut atas daya tanggap (*responsiveness*) agar kepuasan mahasiswa dapat diperoleh secara maksimal.
5. Besarnya pengaruh kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang memadai. Namun demikian perlu adanya pengembangan lebih lanjut atas kepastian (*assurance*) agar kepuasan mahasiswa dapat diperoleh secara maksimal.
6. Besarnya pengaruh bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang memadai kecuali empati (*empathy*). Namun demikian perlu adanya perhatian dari STMIK Mardira Indonesia Bandung perlu untuk meningkatkan

lagi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kepastian (*assurance*) agar kepuasan mahasiswa dapat dicapai secara maksimal.

REFERENSI

- Avianti, (2005). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*, Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Chandra, G. (2008). *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogya: Penerbit Andi Offset.
- Iswani, A., & Yanti, T. S. (2011). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Universitas Islam Bandung Sebagai Institusi Pendidikan Tinggi. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*, UNISBA, 449-458.
- Komara, A. T. (2013). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction Serta Implikasinya Pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 7(2), 105-115.
- Komara, A. T. (2014). Keterkaitan E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Maskapai Penerbangan Air Asia Dengan Menggunakan *Structural Equation Modelling*. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 101-111.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu dan Jilid Dua*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C., & Wright, W. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*, Jakarta: Indeks.
- Lumpkin, J. R., & Dant, R. P. (1992). Adaptation and Customer Expectation of Health Care Options. *Journal of Health Care Marketing*, 12(3), 46-55.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 42-55.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2014). Determinan Kualitas Layanan Akademik Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(1), 13-24.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian, Cetakan Ke Tujuh*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit CV Alfabeta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: An Multiple item Scale for Measuring Customers Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 41-50.
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Universitas Muhammadiyah Di Jawa Timur. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177-187.
- Rinala, I. N., Yudana, I. M., & Natajaya, I. N. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *eJournal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha*, 4, 1-12.

- Sidharta, I., & Sidh, R. (2013). Analisis Faktor-Faktor Sikap Yang Membentuk Niat Mahasiswa Menjadi Teknopreneur. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(2), 117-128.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 92-100.
- Sofjan, A. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- Suffiyah, A. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Birokrasi terhadap Kepuasan Mahasiswa*, Aset, 13 (2), 85-93.
- Suzanto, B. (2011). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kota Banjar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 5(1), 28-44.
- Tjiptono, F. (2009). *Pemasaran Jasa*, Malang: Penerbit Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Yogya: Penerbit Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas*, Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- Undang Undang No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta
- Wibowo, A. J. I. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, Dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 13(2), 59-74.