

**PERSEPSI MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
TERHADAP KUALITAS FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

ENDANG SUTRASMAWATI

Abstract : *This reserach aim to know the perception of management student economics faculty about service quality to satisfaction. Raised ;there is positive influence and significance between reliability and satisfaction with coeffecient regression 0.737, there is positive influence and significance between responsiveness and satisfaction with coeffecient regression 0.572, there is positive influence and significance between emphaty and satisfaction with coeffecient regression 0.954, there is positive influence and significance between guarantee and satisfaction with coeffecient regression 0.162 there is positive physical evidence and significance between reliability and satisfaction with coeffecient regression 0549. Based o this research , the faculty management must give attention to emphaty variablebecause this variable can be influence the student satisfaction.*

Keywords: Service Quality , Perception management student

LATAR BELAKANG

Pendidikan mempunyai peranan yang amat penting dalam kehidupan suatu bangsa, yaitu untuk menjamin perkembangan dan kelangsungan hidup bangsa. Pemerintah sebagaimana yang diamanatkan di dalam UUD 1945 harus berupaya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, mengusahakan dan menyelenggarakan suatu sistem pendidikan nasional yang pelaksanaannya diatur oleh Undang-Undang. Kemajuan jaman berpengaruh di segala sektor kehidupan tidak terkecuali dalam dunia pendidikan.

Dunia pendidikan dituntut untuk dapat dengan cepat mengikuti arus kemajuan jaman sehingga menimbulkan persaingan diantara penyelenggara pendidikan. Para penyelenggara pendidikan berusaha memberikan yang terbaik bagi sehingga calon konsumen bahkan calon pelanggan yang akan menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh mereka. Hal ini menuntut pengelolaan lembaga pendidikan untuk lebih profesional layaknya seperti mengelola perusahaan.

Pengelolaan suatu perusahaan membutuhkan fungsi-fungsi manajemen. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Stoner (1982:8) mendefinisikan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Berdasarkan definisi tersebut maka manajemen mengandung fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengawasan. Fungsi-fungsi inilah yang harus ada dan dilaksanakan oleh semua organisasi / lembaga / perusahaan termasuk lembaga pendidikan. Selain fungsi-fungsi manajemen, di dalam praktek kita juga mengenal pengelompokan manajemen menjadi manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen operasi/produksi, manajemen sumber daya manusia dan sebagainya yang semakin lama semakin bertambah jumlahnya seiring dengan bertambahnya kebutuhan organisasi dalam mengelola kegiatannya.

Lembaga pendidikan tinggi merupakan tempat untuk membentuk dan mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas melalui proses belajar mengajar. Proses belajar mengajar akan melibatkan berbagai unsur antara lain : (Arcaro, 1995 dalam Paranoan 2003: 2) dosen, mahasiswa, karyawan, orang tua, pemerintah, sarana dan prasarana serta pihak-pihak lain, semua itu akan menentukan keberhasilan perguruan tinggi dalam

menghasilkan sarjana-sarjana yang berkualitas yang sesuai dengan tuntutan dan kemajuan jaman.

Beberapa dekade yang lalu perguruan tinggi sebagai produsen jasa pendidikan masih berada dalam kondisi *seller's market*, calon mahasiswa berlomba mendaftar perguruan tinggi. Namun beberapa tahun terakhir ini mulai terasa kesulitan mencari calon mahasiswa, anak-anak muda mulai kritis dan pendaftar mulai berkurang. Apalagi setelah direalisasikannya beberapa Perguruan Tinggi Negeri dijadikan Badan Hukum Milik Negara (BHMN) dan Badan Hukum Pendidikan (BHP), yang harus mandiri dikelola sebagai unit yang *self finance*. Kondisi ini akan menimbulkan suasana persaingan antar perguruan tinggi baik di dalam negeri maupun dengan perguruan tinggi dari luar negeri. Kehidupan dan kontinuitas perguruan tinggi mulai terganggu.

Permasalahan yang dihadapi perguruan tinggi saat ini adalah bagaimana harus merubah image layanan proses layanan proses belajar mengajar dengan menyediakan gedung, fasilitas, dosen yang bermutu sehingga betul-betul memberikan kepuasan bagi mahasiswa dan mencegah gejala konsumerisme. Gejala konsumerisme ialah supaya gerakan rasa tidak puas mahasiswa atau *stakeholder* terhadap layanan pendidikan yang mereka terima karena ketidakseimbangan dengan kost yang mereka keluarkan, sewaktu-waktu mereka bisa protes (Alma, 2003: 56).

Di Amerika utara dan Jepang, delapan puluh persen (80%) responden yang bergerak di bidang jasa pendidikan mengembangkan kualitas layanan kepada pelanggan (*customer*) yang merupakan kunci sukses dalam persaingan di masa mendatang (Shank, 1995 Paranoan 2003: 3). Sementara di Indonesia, persaingan antar lembaga pendidikan tinggi dalam memberikan jasa pendidikan kepada mahasiswanya baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta membuat lembaga-lembaga tersebut berbenah diri agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi mahasiswanya.

Mahasiswa sebagai salah satu pengguna jasa pendidikan merupakan unsur utama bagi yang akan menilai apakah pelayanan yang mereka terima sudah sesuai dengan yang mereka harapkan. Penilaian akan suatu layanan jasa didasarkan pada persepsi individu. Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka (Robbins , 2003: 169). Hal ini disebabkan jasa hanya bisa dinilai setelah konsumen melakukan pembelian dan akan mendapatkan hasil yang berbeda antara individu yang satu dengan yang lainnya.

Di satu sisi mahasiswa akan selalu berharap untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik dari lembaganya, sehingga akan muncul suatu standar pelayanan yang dapat memenuhi harapan semua pihak yang terlibat dalam proses pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang . Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah persepsi mahasiswa terhadap dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara parsial akan mempengaruhi kepuasan atas pelayanan yang mereka terima.

LANDASAN TEORI

Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka (Robbin, 2003 : 169). Kotler et. al. (2000 : 241) mendefinisikan persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna. Persepsi tidak hanya tergantung pada fisik, tetapi juga pada stimuli yang berhubungan dengan lingkungan sekitar (ide *Gestalt*) dan kondisi individu tersebut. Gibson (1985 : 56) mendefinisikan persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan seseorang untuk menafsirkan dan

memahami dunia sekitarnya. Persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan kita dapat menafsirkan dan memahami lingkungan sekitar kita. Pengenalan benda-benda merupakan salah dari fungsi utama proses ini. (Kreitner dan Kinicki 2005 : 208)

Jasa

Beberapa ahli memberikan definisi tentang jasa. Kotler & Armstrong (2001:11); Jasa adalah segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu kelompok kepada yang lainnya, pada dasarnya tidak nyata dan tidak berakibat pada kepemilikan apapun. Zeithaml dan Bitnet (1996; dalam buku Lupiyoadi : 5); *Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at this time it is produced and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)*. Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka pengertian jasa ialah aktivitas-aktivitas ekonomis yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan tetapi memberikan manfaat serta memberikan nilai tambah (*value added*).

Jasa Pendidikan

Pengertian pendidikan menurut Driyarkara (1980, dalam buku Fattah, 2001 : 4) adalah memanusiakan manusia muda. *Dictionary of Education* mendefinisikan bahwa pendidikan adalah: (a) proses seseorang mengembangkan kemampuan, sikap dan tingkah laku lainnya di dalam (b) proses sosial yang terjadi pada orang yang dihadapkan pada pengaruh lingkungan yang terpilih dan terkontrol, sehingga mereka dapat memperoleh perkembangan kemampuan sosial dan kemampuan individu yang optimum. GBHN 1988 (BP 7 Pusat, 1990) memberikan definisi pendidikan nasional adalah pendidikan nasional yang berakar pada kebudayaan bangsa Indonesia dan berdasarkan Pancasila serta UUD 1945 diarahkan untuk meningkatkan kecerdasan serta harkat dan martabat bangsa, mewujudkan

manusia serta masyarakat Indonesia yang beriman dan bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa, berkualitas dan mandiri sehingga mampu membangun dirinya dan masyarakat sekelilingnya serta dapat memenuhi kebutuhan pembangunan nasional dan bertanggung jawab atas pembangunan bangsa.

Adapun definisi tentang jasa pendidikan diberikan oleh Alma (2003:45), mengatakan bahwa kegiatan pendidikan adalah memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan. Lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen, berupa murid, siswa, mahasiswa dan juga masyarakat umum yang dikenal dengan *stakeholder*. Pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut karena mereka sudah membayar cukup mahal kepada lembaga pendidikan. Lupiyoadi dan Hamdani (2006:148) mengungkapkan terdapat empat karakteristik yang dimiliki oleh jasa perguruan tinggi

1. Perguruan tinggi termasuk jasa murni, dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja ataupun pendukung semata. Contoh: ruangan kelas, kursi, meja buku-buku dan sebagainya.
2. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), yang dalam hal pelanggan mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan.
3. Penerima jasa adalah orang, sehingga termasuk dalam kategori sistem kontak tinggi (*high contact system*). Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung sehingga pelanggan harus menjadi bagian dari sistem tersebut.
4. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan (*member relationship*) dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan.

Model kualitas jasa yang populer dan banyak dijadikan acuan adalah model *servqual (servis quality)* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry, dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa yaitu reparasi alat rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbaikan ritel dan pialang sekuritas. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada diskonfirmasi. Pendekatan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectation*) atas atribut yang bersangkutan maka kepuasan dan kualitas jasa akan meningkat pula, begitu pula sebaliknya. Model ini menekankan arti penting harapan pelanggan sebelum kembali atau mengkonsumsi suatu jasa sebagai standar dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan. Hasil penelitian Zeithaml, dkk (1993; dalam buku Tjiptono, 2004:271) menunjukkan bahwa terdapat sepuluh faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap suatu jasa. Kesepuluh faktor tersebut adalah sebagai berikut : *Enduring service intensifiers* berupa harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai suatu jasa.; Kebutuhan pribadi, meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologi ; *Transitory service intensifiers*, terdiri atas situasi darurat yang membutuhkan jasa tertentu dan jasa terakhir yang pernah dikonsumsi pelanggan; Persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan lain.; *Self perceived role* yaitu persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan lain; Faktor situasional yang berada diluar kendali penyedia jasa; Janji layanan eksplisit baik berupa iklan, personal selling, perjanjian maupun komunikasi pendukung jasa; *Word – of mouth* baik dari teman, keluarga, rekan kerja, pakar maupun publikasi media massa; Pengalaman masa lampau.

Kualitas Jasa

Pengukuran kualitas jasa dalam model servis quality pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Pada awalnya dimensi kualitas jasa diidentifikasi oleh Parasuraman dkk. (1985, dalam buku Tjiptono, 2006:273) sebanyak 10 dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Namun selanjutnya disempurnakan menjadi lima dimensi yaitu :Reliabilitas (*Reliability*) yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan segera, akurat dan memuaskan. Daya tanggap (*responsiveness*) yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan individual para pelanggan. Bukti fisik (*tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Kualitas jasa lebih sukar didefinisikan, dijabarkan dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Apabila ukuran kualitas dan pengendalian kualitas telah lama dikembangkan dan diterapkan untuk barang-barang berwujud (*tangible goods*), maka untuk jasa berbagai upaya sedang dikembangkan untuk merumuskan ukuran-ukuran semacam itu. Kotler (2000; 257) mengatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan ada pada persepsi pelanggan.

Pendekatan kualitas jasa pertama kali diperkenalkan oleh Gronroos (1990; dalam buku Tjiptono, 2006: 259) lewat konsep *perceived service quality* dan

kualitas jasa total. Pendekatan ini didasarkan pada riset mengenai perilaku konsumen dan pengaruh ekspektasi menyangkut kinerja barang terhadap evaluasi purna konsumsi. Pada dasarnya kualitas suatu jasa dipersepsikan pelanggan terdiri atas dua dimensi utama. Dimensi pertama, *technical quality (outcome dimension)* berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan pelanggan. Dimensi kedua, *functional quality (process related dimension)* berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknis output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan.

Kepuasan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Disamping itu kepuasan pelanggan dipandang sebagai salah satu indikator untuk laba masa depan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.

Kotler & Armstrong (2001: 13) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Pada buku yang lain Kotler *et al* (2000:51) mengatakan bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Apabila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

Pengukuran kepuasan pelanggan belum menemukan ukuran tunggal yang bersifat universal, namun demikian terdapat enam konsep inti mengenai obyek pengukuran. Enam konsep inti tersebut adalah : Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*); Dimensi kepuasan pelanggan; Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*); Minat pembelian ulang (*repurchase intent*); Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommended*); Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah ada pengaruh secara positif dan signifikan masing masing variabel kualitas pelayanan yaitu antara variabel reliabilitas , daya tanggap, jaminan, empati, jaminan, dan bukti fisik dengan kepuasan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNNES secara parsial.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sample Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif untuk mengetahui bagaimanakah dimensi-dimensi *service quality* yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang berjumlah 1140 orang. (November 2007-Desember 2007). Di dalam penelitian ini sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 110 responden. Jenis sampel yang dipilih adalah *purposiveaccidental sampling* yaitu pemilihan sampel terjadi secara kebetulan atau sembarangan pada saat diadakan pengumpulan data dengan syarat mahasiswa jurusan manajemen.

Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagi menjadi dua tiga bagian. Bagian satu berisi data responden. Bagian dua berisi kuesioner menggambarkan harapan dari kualitas pelayanan didasarkan pada dimensi-dimensi yang ada pada model service quality dari Parasuraman dan kawan-kawan. Bagian ketiga menggambarkan keadaan nyata dari kualitas pelayanan didasarkan pada dimensi-dimensi yang ada pada model service quality dari Parasuraman dan kawan-kawan. Pengukuran masing-masing variabel menggunakan 6 butir pertanyaan

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tanggapan mahasiswa tentang kualitas pelayanan di fakultas ekonomi Unnes. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang diterima oleh mahasiswa.

Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent* (X) dan variabel terikat/ *dependent* (Y). Variabel *independent* yang digunakan adalah indikator-indikator dari model *servqual* (*service quality*) yang terdiri dari dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) pada penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa yang dilihat dari selisih nilai harapan dengan nilai yang dirasakan oleh mahasiswa atas pelayanan yang diterima.

Definisi operasional dalam penelitian ini akan terlihat jelas di dalam indikator-indikator yang terdapat dalam model *servqual* (*service quality*). Reliabilitas (X_1) yaitu kemampuan fakultas ekonomi untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan mahasiswa yang berarti, ketepatan waktu, pelayanan jasa untuk semua pelanggan

tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Daya tanggap (X_2) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan (X_3) yaitu kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada mahasiswa. Empati (X_4) yaitu kemampuan memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi. Bukti fisik/ berwujud (X_5) yaitu kemampuan fakultas ekonomi dalam menyediakan sarana dan prasarana baik fisik maupun non fisik (pelayanan). Kepuasan Mahasiswa (Y) diukur dengan menghitung selisih nilai harapan dan kenyataan yang dirasakan dengan menggunakan interval nilai : -6 s/d -5=1, -4 s/d -3=2, -2 s/d -1=3, 0 = 4, 1 s/d 2 =5, 3 s/d 4 = 6 dan 5 s/d 6 = 7.

Cara mendapatkan data yang berkaitan dengan faktor-faktor yang terdapat di dalam model *service quality*, maka jawaban menggunakan *skala likert* yang terbagi dalam tujuh tingkatan, yaitu : sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, netral (tidak memutuskan), cukup setuju, sangat setuju.

Uji Hipotesis

Dilakukan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan yang diterima oleh mahasiswa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Responden.

Dari 110 responden yang mengisi *questioner* sebagian besar adalah mereka yang berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 55,5% sedangkan untuk laki-laki sebesar 44,5%. Berdasarkan usia maka responden berusia mulai dari 18 tahun sampai 22 tahun. 19 tahun sebesar 39,1%. Sedangkan usia antara 18 tahun sebesar 2,7%, usia 20 tahun sebesar 35,5%, usia 21 tahun sebesar 14,5% dan usia 22 tahun sebesar 8,2%.. Dilihat dari program studi

yang ditempuh maka sebagian besar responden adalah mahasiswa yang mengambil program studi S1 sebesar 70%, sedangkan D3 sebesar 30%. Apabila dilihat dari minat melanjutkan studi di Unnes maka sebagian besar responden tidak mempunyai minat melanjutkan ke perguruan tinggi sebesar 70% sedangkan yang masih mempunyai minat sebesar 30%.

Pembahasan

Tanggapan responden terhadap dimensi reliabilitas didapatkan hasil bahwa 35 % setuju bahwa FE Unnes mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Reliabilitas ini didukung beberapa indikator yang akan diurutkan sesuai sesuai besar kontribusinya, yaitu; jangka waktu pelayanan, reputasi program, pemenuhan janji, umpan balik mahasiswa, ketepatan waktu pelayanan, dan kualitas program. Namun masih ada 5% responden yang menyatakan tidak setuju bahwa FE Unnes mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Responden memberikan tanggapan pada dimensi daya tanggap didapatkan hasil 41% setuju bahwa FE Unnes mampu membantu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada mahasiswa dengan informasi yang jelas. Hanya 1% responden yang menyatakan tidak setuju. Daya Tanggap ini didukung beberapa indikator seperti pengalaman yang dimiliki oleh dosen, pemahaman kebutuhan mahasiswa, perlakuan terhadap mahasiswa, penanganan kebutuhan, alokasi waktu konsultasi bagi mahasiswa, dan kenyamanan pelayanan. Pada dimensi jaminan, sebanyak 51% responden menyatakan bahwa FE Unnes mampu menumbuhkan rasa percaya kepada mahasiswa dengan beberapa indikator seperti kompetensi dosen, kemampuan berkomunikasi, pemberian bahan pustaka, sikap sopan karyawan dan dosen, kepercayaan terhadap institusi, dan ketepatan cakupan materi perkuliahan. Hanya 1% responden yang menyatakan tidak setuju. Pada dimensi empati hanya 27 % yang

menyatakan bahwa FE Unnes mampu memberikan perhatian yang bersifat individual kepada mahasiswa bahkan ada yang menyatakan kurang setuju sebesar 16 %, 3% tidak setuju bahkan ada 1% menyatakan sangat tidak setuju. Dimensi ini perlu mendapatkan perhatian yang lebih serius dari pihak institusi Indikator-indikator yang mendukung hal ini adalah kesediaan berdiskusi dengan mahasiswa, sikap demokratis dosen, perhatian terhadap minat mahasiswa, kemampuan menangani kebutuhan mahasiswa dengan baik, dan perhatian secara individual kepada mahasiswa. Hasil yang didapat dari responden mengenai dimensi bukti fisik adalah hanya 28 % yang menyatakan bahwa FE Unnes mampu menyediakan fasilitas fisik secara baik, masih ada 18 % menyatakan kurang setuju, 8% tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa institusi masih perlu menambah fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan mahasiswa untuk menunjang proses belajar mengajar. Indikator-indikator yang menunjang antara lain fasilitas keamanan kampus yang memadai, kelengkapan fasilitas pendukung, peralatan kantor yang mutakhir, fasilitas kelas yang nyaman dan modern, keramahan pelayanan dari karyawan, dan kerapihan penampilan dosen dan karyawan

TABEL 1: Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	21.207	4.544		4.667	.000		
Reliabel (X1)	.737	.114	.281	6.455	.000	.649	1.556
Daya Tanggap (X2)	.572	.181	.155	3.161	.002	.513	1.947
Jaminan (X3)	.162	.171	.055	.949	.345	.371	2.700
Empaty (X4)	.954	.197	.347	4.830	.000	.238	4.201
Bukti Fisik (X5)	.549	.114	.301	4.825	.000	.315	3.173

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa (Y)

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel reabilitas (X1) terhadap variabel kepuasan mahasiswa sebesar 0,737 artinya jika reliabilitas yang ada meningkat 100% maka kepuasan mahasiswa juga meningkat sebanyak 73,7 % (dibulatkan 74%). Koefisien regresi variabel daya tanggap (X2) terhadap variabel kepuasan mahasiswa sebesar 0,572 artinya jika daya tanggap yang ada meningkat 100% maka kepuasan mahasiswa juga meningkat sebanyak 57,2 % (dibulatkan 57%). Koefisien regresi variabel jaminan terhadap (X3) variabel kepuasan mahasiswa sebesar 0,162 artinya jika daya tanggap yang ada meningkat 100% maka kepuasan yang ada akan meningkat sebanyak 16,2 %(dibulatkan 16). Koefisien regresi variabel empaty (X4) terhadap variabel kepuasan mahasiswa sebesar 0,954 artinya jika empaty yang ada meningkat 100% maka kepuasan mahasiswa tentu meningkat sebanyak 95,4% (dibulatkan 95%). Koefisien regresi variabel bukti fisik (X5) terhadap variabel kepuasan mahasiswa sebesar 0,549 artinya jika bukti fisik yang ada meningkat 100% maka kepuasan mahasiswa tentu meningkat sebanyak 54,9 %(dibulatkan 55%). menggambarkan harapan dari kualitas pelayanan didasarkan pada dimensi-dimensi yang ada pada model service quaity dari Parasuraman. dan kawan-kawan.

Tabel 2: Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.934 ^a	.873	.866	5.853	1.696

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X5), Reliabel (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empaty (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa (Y)

Sementara itu nilai koefisien determinasi adalah *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,866 (86,66%) yang dapat dikategorikan korelasi sangat kuat antara variabel X terhadap

variabel Y. Hal ini berarti bahwa 86,66 % variasi dari kepuasan mahasiswa bisa dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar 13,34% dijelaskan oleh sebab-sebab lain. Berdasarkan perhitungan di atas maka kita akan dapat melihat bahwa ada beberapa hal yang dapat diungkapkan bagaimanakah variabel-variabel yang ada dapat mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan di FE Unnes. Reliabilitas adalah kemampuan fakultas ekonomi untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja fakultas ekonomi harus sesuai dengan harapan mahasiswa yang berarti, jangka waktu pelayanan, umpan balik mahasiswa, kualitas program, reputasi program, pemenuhan janji dan ketepatan waktu pelayanan. Dalam penelitian ini variabel reliabilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel reliabilitas dalam penelitian ini merupakan variabel yang menempati urutan kedua dalam memberikan kontribusi pengaruh kepada kepuasan mahasiswa. Daya tanggap adalah kebijakan untuk membantu dan melayani secara cepat (responsif) dan tepat kepada mahasiswa dengan penyampaian informasi yang jelas. Kenyamanan mahasiswa pada saat berurusan dengan institusi maupun dosen, penanganan keluhan mahasiswa, perlakuan yang sama terhadap semua mahasiswa, pengalokasian waktu konsultasi dari dosen, pengalaman dosen dalam bidangnya dan pemahaman terhadap kebutuhan mahasiswa merupakan faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh fakultas ekonomi. Dalam penelitian ini variabel daya tanggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel daya tanggap dalam penelitian ini merupakan variabel yang menempati urutan ketiga dalam memberikan kontribusi pengaruh kepada kepuasan mahasiswa. Jaminan adalah kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada mahasiswa. Kompetensi dosen dalam perkuliahan, kemampuan berkomunikasi dari dosen, pemberian bahan pustakan, ketepatan cakupan

materi perkuliahan, kesopanan dosen dalam menghadapi mahasiswa dan kepercayaan terhadap program merupakan indicator-indikator yang dapat menumbuhkan kepercayaan kepada mahasiswa terhadap lembaga. Variabel jaminan dalam penelitian ini merupakan variabel yang menempati urutan terakhir dalam memberikan kontribusi pengaruh kepada kepuasan mahasiswa.. Empati adalah kemampuan memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi. Perhatian secara individual kepada mahasiswa, penanganan kebutuhan mahasiswa, kesediaan berdiskusi antara mahasiswa dengan dosen, perhatian mengenai kemajuan mahasiswa dan sikap demokratis dosen terhadap mahasiswa merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Variabel empati dalam penelitian ini merupakan variabel yang menempati urutan pertama dalam memberikan kontribusi pengaruh kepada kepuasan mahasiswa. Bukti fisik yaitu kemampuan fakultas ekonomi dalam menyediakan sarana dan prasarana baik fisik maupun pelayanan. Fasilitas fisik baik yang utama dalam kegiatan belajar, fasilitas pendukung, fasilitas keamanan, kemutakhiran peralatan kantor, pelayananan karyawan baik yang berhubungan dengan perkuliahan secara langsung maupun yang tidak langsung, keramahan pelayanan serta kerapihan dosen dan karyawan merupakan indikator-indikator yang akan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Variabel bukti fisik dalam penelitian ini merupakan variabel yang menempati urutan keempat dalam memberikan kontribusi pengaruh kepada kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan uji hipotesis maka didapatkan hasil untuk variabel reliabilitas menunjukkan hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu sebesar $6,455 > 1,659$. Hal ini berarti ada pengaruh nyata positif dan signifikan antara reliabilitas (X_1) terhadap kepuasan mahasiswa (Y), apabila reliabilitas mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan naik dan sebaliknya.

Pada variabel daya tanggap, setelah diadakan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu sebesar $3,161 > 1,659$ jadi kesimpulannya berarti ada pengaruh nyata positif dan signifikan antara daya tanggap (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) apabila daya tanggap mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan naik dan sebaliknya.

Pada variabel jaminan setelah diadakan pengujian t hitung hasilnya menunjukkan bahwa t hitung $<$ t tabel, yaitu sebesar $0,949 < 1,659$ berarti tidak ada pengaruh nyata positif dan signifikan antara jaminan (X_3) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) apabila jaminan mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa belum tentu akan naik dan sebaliknya.

Pada variabel empati setelah diadakan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu sebesar $4,830 > 1,659$, berarti ada pengaruh nyata positif signifikan antara empati (X_4) terhadap kepuasan mahasiswa (Y). Pada variabel bukti fisik setelah diadakan pengujian t hitung hasilnya menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu sebesar $4,825 > 1,659$ jadi kesimpulannya H_a diterima, berarti ada pengaruh nyata positif signifikan antara bukti fisik (X_5) terhadap kepuasan mahasiswa (Y).

PENUTUP

Simpulan

Kualitas pelayanan yang didasarkan pada variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dapat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi Unnes. Variabel empati memberikan kontribusi terbesar dibanding variabel yang lain. Secara keseluruhan variabel-variabel kualitas pelayanan (*service quality*) memberikan kontribusi sebesar 86,66 % ,. Sedangkan sisanya sebesar 13,34% dijelaskan oleh sebab-sebab lain

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan diatas maka sarannya adalah perhatian yang lebih terhadap variabel empati ini karena variabel ini karena variabel ini karena paling berpengaruh terhadap pmebentukan kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu Fakultas Ekonomi UNNES perlu mempertahankan dan terus meningkatkan perhatian terhadap kebutuhan mahasiswa terutama bagi mereka yang mengalami masalah dengan proses belajar mereka. Selain itu sikap keterbukaan dosen terhadap keinginan mahasiswa menjadi faktor yang penting tanpa harus meninggalkan faktor kesopanan dalam pergaulan.

DAFTAR PUSTAKA

Buchori, Alma. 2003. *Pemasaran Statejik Jasa Pendidikan*. Alfabeta, Bandung, Cetakan Kesatu.

Dwiloka, Bambang dan Rati Riana. 2005. *Teknik Menulis Karya Ilmiah*. Rineka Cipta, Jakarta, Cetakan Pertama.

Daft, Richard L. 2002. *Manajemen*. Erlangga, Jakarta, Edisi Kelima.

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. 2007. *Buku Informasi Akademik*. Semarang.

Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James H. Donelly, Jr. 1985. *Perilaku Organisasi*. Erlangga, Jakarta, Edisi Kelima.

Iqbal, Hasan, M. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia, Bogor, Indonesia, Edisi Kedua.

Jogiyanto, HM.2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE, Yogyakarta, Cetakan Pertama.

Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga, Jakarta, Cetakan Pertama.

Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki.2005. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Salemba Empat, Jakarta, Edisi Kelima.

Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong dan Chin Tiong Tan. 2000. *Manajemen Pemasaran: Persepektif Asia*. Yogyakarta. Andi Offset dan Pearson Education Asia Pte. Ltd

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga dan Prentice Hall Inc.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

Narimawati, Umi dan Dadang Munandar, 2008. *Teknik Sampling: Teori Dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15*.Yogyakarta. Gava Media. CetakanPertama.

DAFTAR PUSTAKA

Buchori, Alma. 2003. *Pemasaran Statejik Jasa Pendidikan*. Al Fabeta, Bandung, Cetakan Kesatu.

Dwiloka, Bambang dan Rati Riana. 2005. *Teknik Menulis Karya Ilmiah*. Rineka Cipta, Jakarta, Cetakan Pertama.

Daft, Richard L. 2002. *Manajemen*. Erlangga, Jakarta, Edisi Kelima.

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. 2007. *Buku Informasi Akademik*. Semarang.

Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James H. Donelly, Jr. 1985. *Perilaku Organisasi*. Erlangga, Jakarta, Edisi Kelima.

Iqbal, Hasan, M. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia, Bogor, Indonesia, Edisi Kedua.

Jogiyanto, HM.2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE, Yogyakarta, Cetakan Pertama.

Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga, Jakarta, Cetakan Pertama.

Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki.2005. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Salemba Empat, Jakarta, Edisi Kelima.

Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong dan Chin Tiong Tan. 2000. *Manajemen Pemasaran: Persepektif Asia*. Yogyakarta. Andi Offset dan Pearson Education Asia Pte. Ltd

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga dan Prentice Hall Inc.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

Narimawati, Umi dan Dadang Munandar, 2008. *Teknik Sampling: Teori Dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15*. Yogyakarta. Gava Media. Cetakan Pertama.

Paranoan, Natalia. 2003. *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Atas Kualitas Pelayanan yang Diterima pada Lembaga Pendidikan Tinggi di Yogyakarta dan Makasar*. Thesis, Program Pasca Sarjana, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

Purwanto, M Ngalim. 1995. *Ilmu Pendidikan Teoritis Dan Praktis*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. 2002. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Soeratno dan Lincoln Arsyad. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. 1995. UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Stoner, James F. *Manajemen*. Jilid 1, 1993. Fordham University dan Erlangga, Jakarta.

Supramono dan Sugiarto. *Statistika*. 1993. Andy Offset, Yogyakarta