

PENGARUH PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS ADVENT INDONESIA, BANDUNG

Oleh: *Rose Silitonga*

Abstract

Academic service conditions at the Universitas Advent Indonesia, Bandung today are felt not quite meet the expectations. This can be felt from the onset of complaints from both the internal and external, issues relating to academic services provided in terms of a mismatch between expectations and demands. On the other hand, is characterized by a reduced number of students over the past few years. The purpose of this study were: 1) To determine the effect of quality of service provided by Universitas Advent Indonesia received by students; 2) To determine the relationship of service that may affect student satisfaction Universitas Advent Indonesia; 3) To know how big the influence of academic services to the level of satisfaction of Universitas Advent Indonesia students. The method used in this research is descriptive methods. The population used as an object of research is Universitas Advent Indonesia students, Bandung 2010-2011 school year as many as 1429 people. Sampling technique used in this study is proportional stratified random sampling technique. From the calculation results obtained sample number as many as 94 students. The conclusion from the results of this study is that there is significant relationship between academic services tangible dimension, reliability, responsiveness, assurance and empathy to the satisfaction of Universitas Advent Indonesia students.

Keywords: *Tangible dimensions of service quality, reliability, responsiveness, assurance and empathy, Students Satisfaction.*

Pendahuluan

Perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan yang secara khusus mempersiapkan sumber daya manusia yang profesional dalam bidangnya, dan tak luput dari tuntutan dan tantangan dalam mempersiapkan layanan pendidikan yang berkualitas kepada seluruh pelanggan internal maupun eksternal. Upaya meningkatkan mutu pendidikan tinggi menjadi semakin penting dalam rangka menjawab berbagai tantangan besar.

Tantangan paling nyata di abad baru ini adalah globalisasi, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pergerakan tenaga ahli antarnegara (*expatriates*) yang sangat kuat. Maka, persaingan antar bangsa pun berlangsung sengit dan intensif sehingga menuntut lembaga pendidikan tinggi, untuk mampu melahirkan sarjana-sarjana berkualitas, memiliki keahlian dan kompetensi profesional yang siap menghadapi kompetisi global.

Secara umum kualitas perguruan tinggi di Indonesia dinilai masih kurang memadai. Sebuah perguruan tinggi yang berkualitas, antara lain ditandai oleh reputasi akademik, ketersediaan tenaga pengajar (dosen, peneliti) yang bermutu, serta ditopang oleh tradisi penelitian

yang kuat dan tradisi penulisan ilmiah yang bagus (buku dan jurnal). Paling kurang lima faktor yang menentukan kualitas sebuah perguruan tinggi, diantaranya sarana dan prasarana yang mendukung (gedung, ruang perkantoran, ruang kuliah); fasilitas memadai (perpustakaan, laboratorium); kualitas dosen dengan komitmen waktu cukup untuk mengajar; kemampuan dosen meneliti; komitmen para dosen dan peneliti terhadap profesinya untuk terus berupaya meningkatkan kompetensi dan keahlian.

Untuk itu, ada hal penting yang harus diperhatikan dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan tinggi yakni dengan menegaskan visi dan orientasi, bahwa perguruan tinggi adalah institusi publik yang memberikan pelayanan pendidikan bagi masyarakat. Perguruan tinggi adalah lembaga pengembangan ilmu yang bertujuan melahirkan masyarakat berpengetahuan, berkeahlian, kompeten dan terampil.

Ada beberapa dimensi yang patut diperhatikan, yaitu (1) perbaikan mutu pelayanan; (2) penetapan langkah antisipasi dalam menjawab kebutuhan nyata masyarakat; (3) perbaikan sistem kelembagaan yang lentur agar lebih mudah beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan; (4) peningkatan efektivitas kerja sama kelompok dan optimalisasi tim kerja diantara unit-unit yang terkait; (5) penataan manajemen berdasarkan kepemimpinan yang efektif dan (6) pemberdayaan dan pengembangan sumber daya manusia.

Faktor lain yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perguruan tinggi adalah kemampuan lembaga tersebut dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pengguna jasanya. Pelayanan bermutu tersebut meliputi kecepatan dan ketanggapan dalam memberikan bantuan kepada konsumen, berupa keramahan para staf bagian pelayanan akademik, dan lain sebagainya. *Harian Pelita*, Jakarta 13 Maret 2010 mengatakan suatu universitas yang tidak memberikan kepuasan dalam pelayanan kepada mahasiswa, dosen, masyarakat dan lainnya adalah perguruan tinggi yang belum dapat bersaing di era global yang penuh tantangan ini.

Untuk meningkatkan mutu dan kepuasan mahasiswa, maka institusi harus sungguh-sungguh dalam memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan para mahasiswa dan memperbaiki kekurangan yang ada. Salah satu perbaikan tersebut dengan menjalankan program pelayanan yang mampu memenuhi tuntutan dan harus selalu tanggap menerima dengan terbuka setiap masukan baik saran maupun kritikan yang bersifat membangun dari pihak internal, terutama dari mahasiswa, dengan demikian dapat memperbaiki kekurangan dalam pelayanan.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal yang rawan karena sifatnya yang sangat

sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi institusi.

Perguruan tinggi sebagai harapan dan tumpuan masyarakat untuk mendapatkan pendidikan sesuai dengan bidang ilmu yang dimiliki, dituntut agar mampu memberikan pelayanan holistik, komprehensif yang bermutu sehingga dapat menghadapi tuntutan regional dan global khususnya dalam bidang pengembangan sumber daya manusianya. Pelayanan bermutu sangat erat kaitannya dengan kinerja sumber daya manusianya. Untuk itu, pemerintah Republik Indonesia telah mengembangkan pilar-pilar strategi pembangunan pendidikan yang meliputi salah satu diantaranya adalah profesionalisme.

Dengan menekankan profesionalisme, memelihara dan meningkatkan pelayanan akademik perlu didukung oleh sumber daya manusia yang terampil dan cekatan termasuk didalamnya tenaga pengajar maupun karyawan yang cukup, baik dari segi jumlah maupun kualitasnya. Pelayanan akademik merupakan bagian penting, karena memberikan pelayanan langsung kepada konsumennya. Kesan yang ditimbulkan hubungan antara bagian pelayanan dengan mahasiswa akan mengakibatkan kepuasan dan ketidakpuasan dari segi pelayanan yang ada.

Kondisi pelayanan Akademik di Universitas Advent Indonesia saat ini dirasakan belum cukup memenuhi harapan. Hal ini dapat dirasakan dari timbulnya keluhan baik dari kalangan internal maupun eksternal yang berhubungan dengan masalah pelayanan akademik yang diberikan dalam arti ketidaksesuaian antara harapan dan tuntutan. Di sisi lain ditandai dengan berkurangnya jumlah mahasiswa dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Dalam perjalanannya, Universitas Advent Indonesia telah mengalami jumlah penurunan penerimaan mahasiswa cukup signifikan, terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Jumlah Mahasiswa Universitas Advent Indonesia/ Tahun
Tahun Akademik 2006 – 2011

FAKULTAS	JURUSAN	TAHUN				
		2006/2007	2007/2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
EKONOMI	Akuntansi	368	394	417	404	450
	Manajemen	30	31	24	42	61
	Sekretaris	20	20	22	19	21
PERAWAT	S-1	227	251	311	396	475
	D-3	226	221	80	96	67
PENDIDIKAN	B. Inggris	26	26	24	41	62
	Matematika	16	19	12	12	29
TEKNOLOGI INFORMASI	Komputer	9	10	-	-	-
	Tek. Infor.	5	25	29	55	83
	Sis. Infor.	26	48	36	41	65
MIPA	Biologi	18	14	6	17	22
	Farmasi	6	10	13	39	39
TEOLOGI	Filsafat	61	37	44	40	55
Jumlah		1.383	1.038	1.018	1.202	1.429

Sumber: UNAI, 2011 (Dalam Angka)

Tabel 1 diatas menunjukkan perkembangan jumlah mahasiswa dari tahun akademik 2006-2007 ke tahun akademik 2007-2008 menurun sebesar 2.8%, tahun akademik 2007-2008 ke tahun akademik 2008-2009 menurun 1.9%, tahun akademik 2008-2009 ke tahun 2009-2010 meningkat sebesar 18%, dan tahun akademik 2010–2011 meningkat lagi sebesar 19%.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pihak perguruan tinggi harus mengetahui dimana letak keunggulan dan kelemahan pelayanan yang diberikan selama ini, sehingga nantinya dapat menciptakan kepuasan bagi mahasiswa dan akhirnya dapat menjangkau calon-calon mahasiswa baru dimasa yang akan datang.

Sesuai dengan latar belakang, maka perlu dilakukan penelitian guna mengetahui pengaruh pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Advent Indonesia Bandung.

Perumusan Masalah

Berdasarkan belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Sejauh mana Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Advent Indonesia Bandung”.

Landasan Teori

Pelayanan (Service)

Service atau layanan merupakan suatu proses. Proses ini terdiri dari banyak kegiatan yang melibatkan interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa. Tujuan dari interaksi ini adalah untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas. Beberapa ahli menuliskan definisi pelayanan, Kotler dalam Nasution (2005:98) mengatakan, “Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.”

Buchari Alma (2000:202-203) berpendapat bahwa “Pelayanan diberikan dengan memberikan fasilitas maupun kegiatan nyata kepada calon pembeli agar mau melakukan transaksi dengan perusahaan yang melakukan pelayanan tersebut. Pelayanan ini dapat berupa fasilitas, pelayanan langsung oleh pramuniaga maupun purna jual.” Moenir (2002:16) menyatakan bahwa “Pelayanan adalah suatu proses penggunaan akal pikiran, panca indra dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.” Sugiarto (2002:216) dalam tulisannya mengatakan bahwa “Pelayanan adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan.”

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:148) terdapat lima penentu kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan guru/dosen untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- c. Jaminan (*assurance*)
Pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari

beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

- d. Empati (*empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan". Menurut Fandy Tjiptono (1996:70) empati adalah "kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- e. Bukti langsung (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung dan tata letak ruangan dalam, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Sesuai definisi yang disebutkan diatas, dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan, pelayanan (*service*) dapat diukur dari lima komponen, yaitu: keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti langsung.

Layanan Akademik

Urusan akademik merupakan penyelenggara kegiatan bidang akademik dengan fungsi utamanya melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Layanan akademik di bagian akademik antara lain: menghimpun dan mengkaji peraturan perundang-undangan dibagian akademik, mengumpulkan, melakukan penyusunan rencana kebutuhan sarana akademik, melakukan administrasi perkuliahan, praktikum dan pelaksanaan ujian, menghimpun dan mengklasifikasi data, pencapaian target kurikulum, melakukan kegiatan pertemuan ilmiah dilingkungan fakultas, melakukan administrasi penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan fakultas.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Sebuah kepuasan juga bisa didefinisikan sebagai persepsi terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu, seseorang tidak akan puas apabila mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Seseorang akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih besar dari yang diharapkan (Irawan, 2003:25)

Kotler (2002:125) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Chaplin (2005:75) kepuasan adalah satu keadaan kesenangan dan kesejahteraan yang disebabkan karena seseorang telah mencapai suatu tujuan atau sasaran.

Dalam konteks perilaku konsumen, kepuasan ditujukan pada individu atau kelompok terhadap apa yang dikonsumsi, yaitu produk barang atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini lebih atau kurang (Irawan, 2003:120).

Metode Penelitian

Definisi Operasional

Penelitian ini terdiri dari dua variable, yaitu variabel bebas, dan variabel terikat. Adapun definisi dari kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent*). Variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independent dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).
2. Variabel Terikat (*dependent*). Variabel terikat (*dependent*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh *variable independent*. Adapun variabel (*dependent*) dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan mahasiswa.

Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran pengaruh pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Advent Indonesia, Bandung melalui skala Likert digunakan dengan lima tingkatan yang diberi skor sebagai berikut (Sugiyono, 2004:86):

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. Sangat baik diberi skor lima | 2. Sangat puas diberi skor lima |
| Baik diberi skor empat | Puas diberi skor empat |
| Cukup baik diberi skor tiga | Cukup puas diberi skor tiga |
| Kurang baik diberi skor dua | Kurang puas diberi skor dua |
| Tidak baik diberi skor satu. | Tidak puas diberi skor satu |

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Advent Indonesia, Bandung tahun ajaran 2010-2011 yang terdiri dari Enam Fakultas dan 12 Program studi, yang terdiri dari Akuntansi, Manajemen, Sekretaris, D3 Perawat, S-1 Perawat, Bahasa Inggris, Matematika, Biologi, Farmasi, Teknologi Informatika, Sistem Informasi, dan Filsafat dengan jumlah keseluruhan yaitu sebanyak 1.429.

Menurut Sugiyono (2005:66), “sampel adalah semacam miniatur dari populasi yang besarnya dipertimbangkan melalui presisi yang dikehendaki, rencana analisis, derajat keseragaman, tenaga, biaya dan waktu.” Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, maka penulis menggunakan rumus Slovin yang diterjemahkan oleh Husein Umar (2002:141-142):

$$n = \frac{N}{1 + N(0,1)^2}$$

Maka dapat dihitung jumlah sampel yang diambil dengan tingkat signifikansi 5% dan tingkat kesalahan 5% yaitu berjumlah 94 orang.

Analisis Korelasi Product Moment Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji F

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi product moment, uji hipotesis, dan Uji F yang perhitungannya diperoleh dengan *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 17.0.

Analisis Koefisien Korelasi Product Moment

Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* dengan kepuasan mahasiswa, dilakukan perhitungan analisis koefisien korelasi dengan menggunakan program SPSS 17.0. Menurut Sugiyono (2007:216) bahwa untuk dapat menentukan kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas (variabel *independen*) dengan variabel terikat (variabel *dependen*) adalah dengan melihat *coefficient colleration* (r), maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2.	0,20 – 0,399	Rendah
3.	0,40 – 0,599	Sedang
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2007: 216)

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ditunjukkan dalam persamaan berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i$$

Keterangan:

a = Konstanta,

b = Koefisien arah regresi,

X_1 = *Tangible*

X_2 = *Reliability*

X_3 = *Responsiveness*

X_4 = *Assurance*

X_5 = *Empathy*

\hat{Y} = Kepuasan Mahasiswa,

n = Banyaknya sampel.

e_i = Faktor error, yaitu variabel lain yang tidak masuk ke dalam model, tetapi ikut masuk kedalam kepuasan mahasiswa

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien regresi/ besarnya pengaruh

Besarnya nilai konstanta a dan b koefisien regresi dapat di hitung dengan persamaan berikut :

Dimana:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat, ditentukan oleh nilai konstanta (a) sebagai berikut :

- a) Jika a = positif (+) artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan (dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) terhadap kepuasan mahasiswa (Ha)
- b) Jika a = negatif (-) artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) terhadap kepuasan mahasiswa (H0)

Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2001:44), uji t yaitu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau *independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat atau *dependen*.

Statistik uji yang digunakan adalah statistik uji hitung dengan rumus:

$$\text{Uji } t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien Korelasi

n = Banyaknya Sampel

Uji t menggunakan $\alpha = 5\%$ dan dasar pengambilan keputusan adalah:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (Ghozali, 2001: h. 44).

Uji F

Yaitu untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara bersama-sama. Uji statistik F pada dasarnya adalah menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan H_0 dan H_a
2. Menentukan *level of significance* (misal $\alpha = 5\%$)
3. Kriteria uji F dengan melihat hasil olah data SPSS, jika hasil nilai F lebih besar dari F tabel maka signifikan.

Hasil dan Pembahasan

Uji Kualitas Data

- a. **Uji Validitas.** Dari hasil uji validitas terhadap variabel-variabel yang akan diteliti, diperoleh hasil pada tabel 3 di bawah. Dengan melihat besarnya nilai koefisien korelasi (rhitung) tiap-tiap butir pertanyaan pada kolom corrected item – total correlation, dapat diketahui bahwa semua nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai $r_{tabel} = 0,203$, sehingga keseluruhan butir pertanyaan pelayanan akademik adalah valid.

Tabel 3
Uji Validitas Butir Pertanyaan Pelayanan Akademik (X)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	82.9468	222.416	.613	.947
2	83.4043	224.200	.522	.948
3	83.5851	229.106	.323	.950
4	83.6170	223.121	.434	.950
5	82.8298	227.046	.419	.949
6	82.2128	227.030	.517	.948
7	83.3191	217.596	.707	.946
8	83.5957	216.953	.640	.947
9	82.9574	219.310	.741	.946
10	83.0745	214.908	.722	.946
11	83.0532	215.126	.805	.945
12	83.2340	220.633	.712	.946
13	83.3936	220.091	.619	.947
14	83.2660	220.735	.665	.947
15	83.3191	217.596	.707	.946
16	83.5957	216.953	.640	.947
17	83.1915	219.662	.651	.947
18	83.2979	220.061	.709	.946
19	82.9681	221.214	.649	.947
20	83.0319	218.139	.684	.947
21	82.9574	219.310	.741	.946
22	83.0745	214.908	.722	.946
23	83.0532	215.126	.805	.945
24	83.0426	220.493	.604	.947
25	83.0426	220.858	.625	.947

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 17.0, 2011

Dengan melihat besarnya nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) tiap-tiap butir pertanyaan pada kolom *corrected item – total correlation*, dapat diketahui bahwa semua nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai $r_{tabel} = 0,203$, sehingga keseluruhan butir pertanyaan kepuasan mahasiswa adalah valid.

Tabel 4
Uji Validitas Butir Pertanyaan Kepuasan Mahasiswa (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	14.2447	8.832	.776	.881
2	13.9787	9.053	.777	.881
3	14.2447	8.918	.788	.879
4	14.0319	8.590	.758	.885
5	13.8404	8.738	.720	.894

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 17.0, 2011

- b. **Uji Reliabilitas.** Dengan melihat besarnya nilai koefisien *alpha* pada masing-masing variabel yang diteliti nampak terlihat bahwa semua nilai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60. sehingga butir-butir pertanyaan dalam setiap variabel penelitian adalah reliabel.

Tabel 5
Pengujian Reliabilitas Tiap Variabel

Variabel	Koef. Alpha	Koef. Kritis	Status
Pelayanan Akademik	0,949	0,600	Reliabel
Kepuasan Mahasiswa	0,905	0,600	Reliabel

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS 17.0, 2011

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dilihat dengan grafik P-Plot jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2001: 76). Dan diukur dengan SE Skewness dan SE Kurtosis maka nilai diantara -2 sampai dengan +2 data tersebut adalah berdistribusi normal (Santoso, 2000:53).

Tabel 6
Uji Normalitas

Variabel	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
X	-0,502	0,249	0,927	0,493
Y	-0,482	0,249	0,414	0,493

Sumber: Hasil Olahan SPSS 17.0, 2011

Pada tabel 6 dapat dijelaskan untuk menguji kesesuaian distribusi data dengan suatu distribusi tertentu, dalam hal ini distribusi normal diukur dengan SE Skewness dan SE Kurtosis maka nilai diantara -2 sampai dengan +2 data tersebut adalah berdistribusi normal. Berdasarkan hasil olahan SPSS 17.0 menunjukkan nilai SE Skewness X= -0,502 dan Y = -0,482, dan nilai SE Kurtosis diperoleh X= 0,927 dan Y = 0,414, maka kesimpulannya adalah SE Skewness dan SE Kurtosis nilai diantara -2 sampai dengan +2 data tersebut adalah berdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Pada uji homogenitas menggunakan SPSS 17.0, dengan Uji ANOVA dengan syarat jika nilai probabilitas (sig.) > 0.05 maka dapat diketahui variabel memiliki varian yang homogen.

Tabel 7
Uji Homogenitas

Pelayanan Akademik (X)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.429	13	77	.166

Sumber: Hasil Olahan SPSS 17.0, 2011

Pada tabel 7 dapat dijelaskan nilai probabilitas (sig.) adalah 0,166. Oleh karena lebih besar dari 0,05, maka dapat diketahui bahwa data memiliki varian yang homogen, atau berasal dari populasi-populasi dengan varian sama.

Analisis Pengaruh Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Advent Indonesia, Bandung

Hasil Analisa Korelasi

Berikut adalah pembahasan mengenai analisa korelasi untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel independent dan variabel dependent. Untuk mengetahui korelasi diatas,

maka dilakukan analisis variabel pelayanan akademik sebagai variabel bebas (*independen*) terhadap variabel kepuasan mahasiswa sebagai variabel terikat (*dependen*). Hasil pengujian korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Uji Korelasi Product Moment

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	Pearson Correlation	1	.587**	.573**	.528**	.528**	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X2	Pearson Correlation	.587**	1	.865**	.847**	.782**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X3	Pearson Correlation	.573**	.865**	1	.702**	.702**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X4	Pearson Correlation	.528**	.847**	.702**	1	.788**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X5	Pearson Correlation	.528**	.782**	.702**	.788**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94
Y	Pearson Correlation	.638**	.726**	.665**	.686**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94

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

Sumber: Hasil Olahan SPSS 17.0, 2011

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan Program SPSS 17.0 mengenai analisis koefisien korelasi Product Moment diketahui nilai korelasi sebagai berikut:

1. Variabel Pelayanan Akademik dimensi *Tangible* (X1) dengan Kepuasan Mahasiswa memiliki koefisien korelasi sebesar 0,638 (kuat).
2. Variabel Pelayanan Akademik dimensi *Reliability* (X2) dengan Kepuasan Mahasiswa memiliki koefisien korelasi sebesar 0,726 (kuat).
3. Variabel Pelayanan Akademik dimensi *Responsiveness* (X3) dengan Kepuasan Mahasiswa memiliki koefisien korelasi sebesar 0,665 (kuat).
4. Variabel Pelayanan Akademik dimensi *Assurance* (X4) dengan Kepuasan Mahasiswa memiliki koefisien korelasi sebesar 0,686 (kuat).
5. Variabel Pelayanan Akademik dimensi *Empathy* (X5) dengan Kepuasan Mahasiswa memiliki koefisien korelasi sebesar 0,717 (kuat).

Pengaruh Secara Simultan

Pengaruh bersama pelayanan akademik dimensi *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) dijelaskan oleh R² atau determinasi.

Tabel 9
Hasil Determinas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.641	.620	2.26210

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

Sumber: Hasil Olahan SPSS 17.0, 2011

Pada Tabel 9 diketahui Nilai R sebesar 0,800 dan $R \times R = R \text{ Square} = 0,64$. Untuk regresi dengan variabel bebas lebih dari dua, digunakan *adjusted R Square* sehingga diperoleh hasil $R^2 = 0,620$ berarti 62,0% ($R^2 \times 100\%$) variabel kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh pelayanan akademik. Sementara sisanya 38% ($100 - 62,0\%$) dipengaruhi oleh variabel selain dimensi tersebut.

Evaluasi terhadap signifikasinya dilakukan melalui nilai F hitung, bila nilainya sama atau melebihi F tabel dinyatakan signifikan, dan sebaliknya bila lebih kecil berarti tidak signifikan.

Tabel 10
Taraf Signifikasi Variabel X terhadap Y Secara Simultan

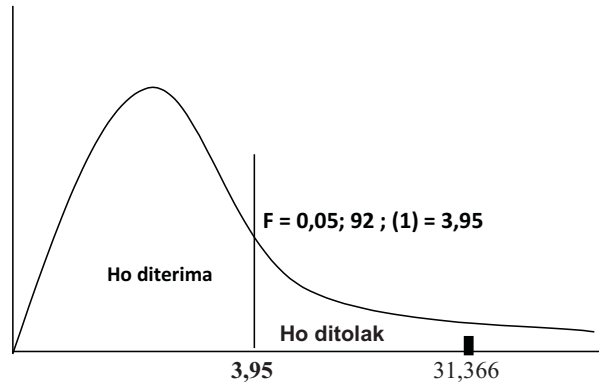
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	802.516	5	160.503	31.366	.000 ^a
	Residual	450.303	88	5.117		
	Total	1252.819	93			

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan SPSS 17.0, 2011

Pada tabel di atas diketahui nilai F hitung sebesar 31,366 artinya F hitung lebih besar dari F tabel sebesar 3,95, sehingga berada di daerah terdapat pengaruh atau signifikan maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Artinya pelayanan akademik mempengaruhi variabel kepuasan mahasiswa secara signifikan.



Gambar 1. Kurva Uji F

Sumber: Hasil Penelitian, 2011

Interpretasi Data

Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Advent Indonesia Bandung

Dari seluruh jawaban responden melalui olah data kuesioner dapat diketahui nilai skor aktual sebesar 8143 dan skor ideal 11750 sehingga pencapaian variabel Pelayanan Akademik (X) adalah sebagai berikut:

$$\text{Pencapaian Variabel X} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\% = \frac{8143}{11750} \times 100\% = 69,30\%$$

Tingkat Kepuasan Mahasiswa Di Universitas Advent Indonesia Bandung

Dari seluruh jawaban responden melalui olah data kuesioner dapat diketahui nilai skor aktual sebesar 1653 dan skor ideal 2350 sehingga pencapaian variabel Kepuasan Mahasiswa (Y) adalah sebagai berikut:

$$\text{Pencapaian Variabel X} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\% = \frac{1653}{2350} \times 100\% = 70,34\%$$

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa pelaksanaan variabel kepuasan mahasiswa sudah mencapai 70,34% yang masuk kategori baik (Tabel 3.4)

Pengaruh Pelayanan Akademik Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Universitas Advent Indonesia Bandung

Dari Uji F diketahui nilai F hitung sebesar 31,366 artinya F hitung lebih besar dari F tabel sebesar 3,95, sehingga berada di daerah terdapat pengaruh atau signifikan maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Artinya pelayanan akademik mempengaruhi variabel kepuasan mahasiswa secara signifikan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pelayanan akademik Universitas Advent Indonesia diketahui bahwa mayoritas responden dalam hal ini adalah mahasiswa memberikan respon yang positif terhadap dimensi pelayanan yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, hal ini ditandai dengan pernyataan yang diajukan penulis dalam kusioner dimana responden mayoritas menjawab cukup baik mengenai kelima dimensi pelayanan, dimana dari hasil perhitungan skor aktual dan skor ideal diketahui bahwa bahwa pelaksanaan variabel pelayann akademik sudah mencapai 90,08% yang masuk kategori baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai kepuasan mahasiswa di Universitas Advent Indonesia diketahui bahwa mayoritas responden dalam hal ini adalah mahasiswa memberikan respon yang positif terhadap kepuasan mereka yang diukur dengan lima indikator yaitu kepuasan atas bukti langsung, kepuasan atas keandalan staf dan dosen, kepuasan atas daya tanggap, kepuasan atas jaminan, kepuasan atas empati, hal ini ditandai dengan pernyataan yang diajukan penulis dalam kusioner dimana responden mayoritas menjawab puas dan cukup puas mengenai kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik di Universitas Advent Indonesia, dimana dari hasil perhitungan skor aktual dan skor ideal diketahui bahwa pelaksanaan variabel kepuasan mahasiswa sudah mencapai 70,34% yang masuk kategori baik

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan akademik dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan mahasiswa maka dilakukan olah data statistik, dimana dari hasil perhitungan diketahui bahwa sebesar 62,0% (variabel kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh pelayanan akademik. Sementara sisanya 38% (100 – 62,0%) dipengaruhi oleh variabel selain dimensi tersebut. Sementara dari hasil uji F diketahui nilai F hitung sebesar 31,366 artinya F hitung lebih besar dari F tabel sebesar 3,95, sehingga berada di daerah terdapat pengaruh atau signifikan maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya pelayanan akademik mempengaruhi variabel kepuasan mahasiswa secara signifikan.

Daftar Pustaka

- Adaya, B. A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Buchari, A. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, A. (2005). *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Garpers, V. (2002). *Membangun Tujuh Kebiasaan Kualitas Dalam Praktek Bisnis Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hariwidjaya. (2005). *Tenik Penulisan Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Imam, G. (2001). *Model Persamaan Struktural Berbasis Komponen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ahli Bahasa Damos Sihombing. Jakarta: Salemba Empat.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, H.A.S. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Muna, D. N. dan F. Rozario. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Untuk Kepuasan Pelanggan. *International Journal of Human and Social Science*, Sarawak: University Malaysia.
- Philip, K. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian di Indonesia*. Alih Bahasa Anitawati. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Suharsini, A. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Swastha, D. B. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Thomas, F. (2001) *Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. New Jersey: Prentice Hall.
- Yasril, Y. (2003). *The Essence Of Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.

Rose Silitonga
Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi
Universitas Advent Indonesia, Bandung