

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA  
DI UNIVERSITAS ALMA ATA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Proposal Penelitian ini Disusun Sebagai Persyaratan Penyusun Skripsi Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Diajukan Oleh :  
Budi Nurcahyo  
NIM : 144114913

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA**

**2018**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perubahan pola pikir masyarakat akan pentingnya pendidikan berimbas pada meningkatnya minat masyarakat untuk mengikuti pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi dianggap telah menjadi wadah penghasil sumber daya manusia yang bermutu. Sejalan dengan pertumbuhan kebutuhan pendidikan tinggi maka perkembangan perguruan tinggi selalu menjadi perhatian masyarakat. Pada perkembangannya perguruan tinggi tidak hanya dilihat sebagai pusat ilmu pengetahuan, pusat penelitian, dan pusat pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga suatu entitas korporat “penghasil ilmu pengetahuan” yang perlu bersaing untuk menjamin kelangsungan hidup. Perubahan ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas layanan, harga, dan promosi perguruan tinggi. (Alfiani, 2016)

Perguruan tinggi merupakan salah satu jenis lembaga pendidikan formal yang dituntut untuk memberikan pelayanan pendidikan berkualitas yaitu sesuai dengan harapan dan keinginan peserta didik tanpa memandang status sosial dari peserta didiknya. Universitas sebagai salah satu bentuk pendidikan tinggi harus memberikan pelayanan yang memuaskan, yaitu mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan kepuasan mahasiswa merupakan kunci utama untuk tetap bertahan dalam

menghadapi tantangan masa depan dan persaingan yang sangat ketat munculnya kompetitor baru di industri jasa pendidikan. (Sandora, 2013)

Berkaitan dengan banyaknya industri jasa pendidikan yang ada sekarang ini, Yogyakarta sebagai salah satu kota pelajar memiliki 18 Universitas Swasta dan 5 Universitas Negeri yang masing-masing universitas memiliki keunggulan dalam bersaing (Dinas Kominfo DIY, 2016). Selain factor akreditasi, harga, kelayakan prodi, dan tersedianya sarana prasarana yang memadai, kualitas pendidikan dan pelayanan yang tinggi juga menjadi salah satu tuntutan yang mempengaruhi pilihan masyarakat dalam memilih universitas negeri dan swasta.

Universitas Alma Ata sebagai salah satu universitas swasta menyadari bahwa tuntutan masyarakat terhadap kualitas pendidikan tinggi bukan dari sekedar mendapatkan nilai akreditasi yang baik. Tujuan Universitas Alma Ata Yogyakarta yang tercantum dalam misi Universitas Alma Ata Yogyakarta yaitu menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang bermutu tinggi dan berdaya saing global berlandaskan nilai-nilai keislaman dan kebangsaan Indonesia serta berkontribusi terhadap pembangunan kesejahteraan bangsa dan peradaban dunia. Serta mengembangkan sistem dan atmosfer akademik yang kondusif bagi terwujudnya budaya mutu dalam menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengembangan tata kelola perguruan tinggi yang baik secara bertahap dan berkesinambungan.

Sejak berdiri pada tahun 2006 sampai sekarang, Universitas Alma Ata tergolong lembaga pendidikan baru yang masih memerlukan perbaikan secara berkesinambungan dalam berbagai aspek untuk dapat bersaing dalam memberikan pelayanan yang bernilai tinggi bagi masyarakat. Sebagai salah satu perguruan tinggi yang tujuan utamanya menjadikan program studi unggul dengan berorientasi pada kepentingan umat, Universitas Alma Ata dituntut untuk memberikan pelayanan dengan lebih mengutamakan kebutuhan masyarakat melalui berbagai jenis pelayanan yang ada di Universitas Alma Ata.

Hasil pengamatan selama bekerja di Universitas Alma Ata Yogyakarta menyatakan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa ada yang kurang puas disebabkan karena staff *frontliner* kadang tidak ada ditempat pada saat dicari mahasiswa, hal tersebut dikarenakan staff *frontliner* juga membantu dosen dalam menjaga ujian, sehingga waktu untuk bertugas menjadi staf administrasi akademik menjadi terbagi. Selain keberadaan pelayanan, rendahnya daya tanggap dan ketepatan pelayanan staff *frontliner* dibuktikan dengan sering adanya miss komunikasi antara mahasiswa dengan staff *frontliner* dan adanya bentrok jadwal kuliah dan pemakaian kelas juga mempengaruhi penurunan kepuasan mahasiswa. Selain itu pemberian pelayanan yang kurang ramah merupakan faktor utama yang menurunkan tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan jasa *frontliner*.

Pelayanan akademik merupakan suatu kegiatan akademik yang ditawarkan kepada suatu pihak (mahasiswa) baik secara langsung maupun

tidak langsung dalam rangka pencapaian tujuan akademik. Kepuasan mahasiswa juga ditentukan oleh kualitas layanan staff *frontliner* yang diberikan oleh bagian akademik. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Menurut Philip Kotler (1997) tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja di bawah harapan, mahasiswa akan kecewa. Apabila kinerja melebihi harpan maka mahasiswa akan merasa sangat puas (Sabinus, 2016).

Beberapa masalah yang ada terkait dengan ketidak puasan pemberian pelayanan yang kurang optimal menjadi perhatian khusus agar segera dilakukan perbaikan sehingga tidak berdampak bagi penurunan loyalitas mahasiswa kedepannya. Pegawai *frontliner* merupakan salah satu pihak yang berkaitan dan berhubungan langsung dengan mahasiswa sehingga tingkat kepuasan mahasiswa dapat didukung adanya kualitas pelayanan *frontliner* yang diberikan bagian akademik.

Menurut Philip Kotler terdapat lima unsur yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan yang baik yaitu *reliability*, *responsiveness*, *empathy* dan *tangibles*. Apabila kelima aspek tersebut dapat diterapkan dengan baik maka kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin optimal. Konsep *The Great plan* yang baru-baru ini dilauncingkan oleh Universitas Alma Ata Yogyakarta dengan memasang media sosialisasi yang bertuliskan “*Enjoy your study at Alma Ata University*” dan “*Your satisfaction is our priority*” yang artinya “Pelayananku adalah ibadahku, kepuasan klien adalah

kebanggaanku, Ridho Allah adalah tujuanku” dengan mengedepankan senyum, salam dan sapa juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dan tidak tertinggalkan dalam setiap kegiatan pelayanan untuk menciptakan suasana nyaman bagi pihak mahasiswa maupun pihak pegawai Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Uraian latar belakang diatas, untuk memperoleh gambaran yang lebih luas maka perlu dilakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Di Universitas Alma Ata Yogyakarta”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi permasalahan yaitu masih rendahnya tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan staff *frontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan *frontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta?
2. Faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan di Universitas Alma Ata Yogyakarta?
3. Apakah kelima dimensi kualitas pelayanan *frontliner* (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) berpengaruh pada kepuasan di Universitas Alma Ata Yogyakarta?

4. Apakah kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan *frontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta.
2. Mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan di Universitas Alma Ata Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan *frontliner* meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, antara lain :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh pelayanan *front linner* di suatu perguruan tinggi lainnya.

## 2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi dan evaluasi terhadap kinerja yang telah dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Sebagai bahan pertimbangan untuk merumuskan kebijakan dalam rangka perbaikan dan meningkatkan mutu pelayanan administrasi akademik dilihat dari sudut pandang mahasiswa.

STIE Widya Wiwaha  
Jangan Plagiat

## BAB II

### BAGIAN TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Kualitas Pelayanan

###### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan (Tjiptono, 2005).

Supranto (2011: 2) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan: *Quality is the extent to which products meet the requirements of people who use them*. Artinya, suatu produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

###### b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler terdapat lima unsur dalam kualitas pelayanan yaitu 1) Kepercayaan atau kehandalan (*Reliability*): kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan

tepat dan terpercaya, 2) Daya tanggap (*Responsiveness*): kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan, 3) Keyakinan (*Assurance*): pengetahuan dan kesopanan staf administrasi serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, 4) Empati (*Empathy*): syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan, 5) Berwujud (*Tangibles*): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi (Supranto, 2011:231).

Selanjutnya dijelaskan lebih detail sebagai berikut oleh Tjiptono (2005):

1) *Tangibles* atau bukti fisik

Kemampuan institusi dalam menunjukkan eksistensinya pada masyarakat atau pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung dan ruangan), perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya.

Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi

harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi (Hardiyati, 2010).

2) *Reliability* atau kemampuan institusi

*Reliability* digunakan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan atau ketelitian, pelayanan sarana untuk semua orang tanpa kesalahan apapun dan sikap yang simpatik serta kecepatan melayani kebutuhan pelanggan.

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati.

3) *Responsiveness* atau daya tanggap

Kesediaan dan kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat, merespon permintaan serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Para anggota perusahaan juga harus memerhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam hal cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu

pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan. Salah satu hal dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan adalah tidak adanya daya tanggap dari pihak perusahaan.

Menurut Hardiyati (2010) daya tanggap / ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

4) *Assurance* atau jaminan,

Pengetahuan dan ketrampilan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan terhadap institusi, selalu bersikap sopan, kemampuan pegawai dalam berkomunikasi, petugas dapat dipercaya serta adanya jaminan pelayanan yang diberikan.

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor security, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.

### 5) *Empathy*

Perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan pelanggan (mengetahui keinginan pelanggan, menghormati pelanggan), adanya kemudahan dan dapat menjangkau pelayanan (tempat pelayanan mudah dihubungi, jam pelayanan longgar, dan lokasi mudah dijangkau).

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini menurut Hardiyati (2010) adalah: memberikan perhatian individu kepada konsumen dan karyawan yang mengerti keinginan dari para konsumennya. Hubungan kepedulian dengan kepuasan konsumen adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.

### c. **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Pelayanan umum kepada masyarakat dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, apabila faktor-faktor pendukungnya cukup memadai serta dapat difungsikan secara berhasil guna dan berdaya guna. Menurut Moenir (2002) terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik, yaitu 1) Faktor kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum, 2) Faktor aturan yang menjadi landasan kerja

pelayanan, 3) Faktor organisasi yang merupakan alat serta system yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, 4) Faktor keterampilan petugas, 5) Faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

Kelima faktor tersebut mempunyai peran yang berbeda tetapi saling mempengaruhi dan secara bersama sama akan mewujudkan pelaksanaan pelayanan secara optimal baik berupa pelayanan verbal, pelayanan tulisan atau pelayanan dalam bentuk gerakan/tindakan dengan atau tanpa tulisan.

Factor-faktor determinan kualitas pelayanan penelitian yang pernah dilakukan oleh Putri (2015) yaitu:

- 1) Struktur organisasi
  - a) Pembagian tugas dan fungsi
  - b) Koordinasi antar fungsi
  - c) Hubungan kerja antara atasan dan bawahan
- 2) Kemampuan apatur
  - a) Pendidikan apatur
  - b) Intensitas pelatihan apatur
  - c) Konsistensi sikap bekerja apatur
  - d) Keahlian berkomunikasi
  - e) Hambatan penguasaan teknologi alat kerja
- 3) System pelayanan
  - a) Kemudahan akses pelayanan

- b) Kejelasan biaya pelayanan
- c) Kepastian waktu pelayanan
- d) Kelengkapan sarana dan prasarana

Wolkins (dalam Tjiptono 2002) mengemukakan 6 faktor dalam melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan. Keenam factor tersebut meliputi kepemimpinan, pendidikan, perencanaan, review, komunikasi serta penghargaan dan pengakuan.

### **2.1.2. Frontliner**

Menurut Kiling (2016) *Frontliner* adalah sebuah kategori pekerjaan dalam suatu perusahaan biasanya perbankan dan jasa lainnya yang secara umum bertugas untuk melayani customer secara langsung. Sedangkan menurut Mustaghfirin (2015) *Frontliner* ialah barisan paling depan yang berperan dalam aktifitas utama disebuah perusahaan jasa dan merupakan staf yang langsung berhubungan dengan pelanggan. Penempatan staf *frontliner* akan menciptakan kesan pertama yang baik atau buruk terhadap suatu perusahaan.

*Frontliner* merupakan sebuah kategori dari fungsi jabatan pekerjaan di suatu perusahaan. Jenis posisi/jabatan yang dapat dikategorikan sebagai *frontliner* dalam suatu universitas adalah staf resepsionis yang bertugas memberikan pelayanan kepada calon mahasiswa/ mahasiswa terkait pendaftaran yang ada di universitas, security yang bertugas menjaga keamanan universitas, staf administrasi pembayaran yang melayani mahasiswa dalam urusan pembayaran biaya

kuliah dan staf administrasi akademik yang bertugas memberikan pelayanan akademik kepada mahasiswa.

Menurut Kiling (2016) tugas seorang *frontliner* secara umum adalah memberikan informasi dengan jelas dan lengkap kepada pelanggan. Sedangkan fungsi *frontliner* adalah menjadi garda depan dari suatu perusahaan yang bersentuhan langsung dengan pelanggan, oleh karena itu diharapkan selalu memberikan kesan yang menarik setiap waktu. Seorang *frontliner* juga dituntut untuk selalu memberikan kesan terbaik kepada pelanggan, memiliki kemampuan informatif, berpenampilan menarik, mampu bekerja sama dengan tim maupun berkerja sendirian, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan jelas.

### **2.1.3. Kepuasan Konsumen**

#### **a. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak, meski demikian kepuasan pelanggan menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis (Fandy tjiptono, 2011).

Menurut Alfani (2016) kepuasan adalah kesesuaian harapan atau hal yang dirasakan oleh pelanggan dengan perlakuan yang

diterimanya ketika meminta layanan dari suatu lembaga. Ini berarti kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kinerja pegawai dalam memberikan layanan. Hal ini tentu berpengaruh terhadap eksistensi lembaga tersebut di mata pelanggannya.

**b. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen**

Alfani (2016) menyatakan bahwa aktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi :

- 1) Komunikasi dari mulut ke mulut, Informasi yang diperoleh dari masyarakat yang memperoleh pelayanan yang memuaskan ataupun tidak, akan menjadi informasi yang dapat digunakan sebagai referensi untuk menggunakan atau memilih jasa pelayanan.
- 2) Kebutuhan pribadi, masyarakat selalu membutuhkan pelayanan yang tersedia sebagai kebutuhan pribadi yang tersedia pada waktu dan tempat sesuai dengan kebutuhan.
- 3) Pengalaman masa lalu, masyarakat yang pernah mendapatkan pelayanan yang memuaskan akan kembali untuk memperoleh layanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan pengalamannya.
- 4) Komunikasi eksternal, sosialisasi yang luas dari sistem pelayanan mengenai fasilitas, sumber daya manusia, serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki suatu institusi akan mempengaruhi pemakaian jasa pelayanan oleh masyarakat.

Pada lingkup perguruan tinggi pelanggan utamanya adalah

mahasiswa. Mahasiswa dikatakan sebagai pelanggan karena dia membayar jasa pendidikan untuk menuntut ilmu. Hal ini tentunya diiringi dengan harapan yang diinginkan dalam proses pendidikan. Harapan mahasiswa sebagai pelanggan utama adalah harapan yang berkenaan dengan hardware (*non human element*), software (*human element*), kualitas hardware dan kualitas software dan nilai tambah dari proses pembelajaran (Alfani, 2016).

**c. Dimensi Tingkat Kepuasan**

Tingkat kepuasan pelanggan menunjuk pada prioritas indikator kualitas pelayanan didasarkan pada mutu pelayanan yang sifatnya umum oleh Kenedy dan Young. Dimensi mutu meliputi *availability of service, responsiveness of service, timeliness of service, profesionalism of service, over all statisfaction with service and over all statisfaction with product*. Tingkat kepuasan pelanggan menunjuk pada prioritas indikator kualitas pelayanan didasarkan pada mutu pelayanan yang sifatnya umum oleh (Supranto, 2011). Dimensi mutu meliputi; keberadaan pelayanan, ketanggapan pelayanan, ketepatan pelayanan, profesionalisme pelayanan, kepuasan keseluruhan dengan pelayanan dan kepuasan keseluruhan dengan Produk.

**d. Pengukuran Tingkat Kepuasan**

Banyak metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada suatu produk maupun pelayanan. (Supranto, 2011) menjelaskan cara pengukuran tingkat kepuasan konsumen

dengan menggunakan kuesioner tingkat kepuasan konsumen.

Tjiptono (2005) menyatakan bahwa ada empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan) ia untuk menyampaikan saran, Pendapat dan keluhan mereka. Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui keluhan maupun sara pelanggan dengan menyediakan formulir kritik dan saran yang diletakkan pada bagian-bagian toko tertentu maupun pada bagian informasi.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Cara yang dilakukan adalah dengan menyebarkan pembeli di dalam toko untuk berinteraksi dengan pembelian yang sebenarnya mengenai berbagai macam kekuarangan maupun kelebihan yang dimiliki suatu perusahaan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya cepat mengambil

kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Pelanggan yang tidak atau jarang melakukan pemberian ulang dimungkinkan tidak puas atas layanan maupun produk perusahaan.

#### 4. Survei Kepuasan Konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed beck*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

### 2.2. Penelitian Terdahulu

1. Apriliana, Santoso, dan Sumaryati (2014) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa BKK Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta”.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportional stratified random sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 140 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala *likert*, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear ganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Terdapat interaksi pengaruh positif bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil ini dapat diketahui melalui hasil uji F diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,553 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 55,3%.

2. Arifah Alfiani (2016) meneliti tentang “Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di SUBBAG Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta”.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa angkatan tahun 2012-2015 FIP UNY sebanyak 3406. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *proportionate stratified random sampling*. Ukuran sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan uji kecenderungan dan persentase distribusi frekuensi tiap aspek kepuasan.

Hasil Penelitian ini menunjukkan: 1) Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Tangibles* secara umum memiliki nilai sebesar 75%, 2) Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Responsiveness* secara umum memiliki nilai sebesar 71%, 3) Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Reliability* secara umum memiliki nilai sebesar 70%, 4) Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Empathy* secara umum memiliki nilai

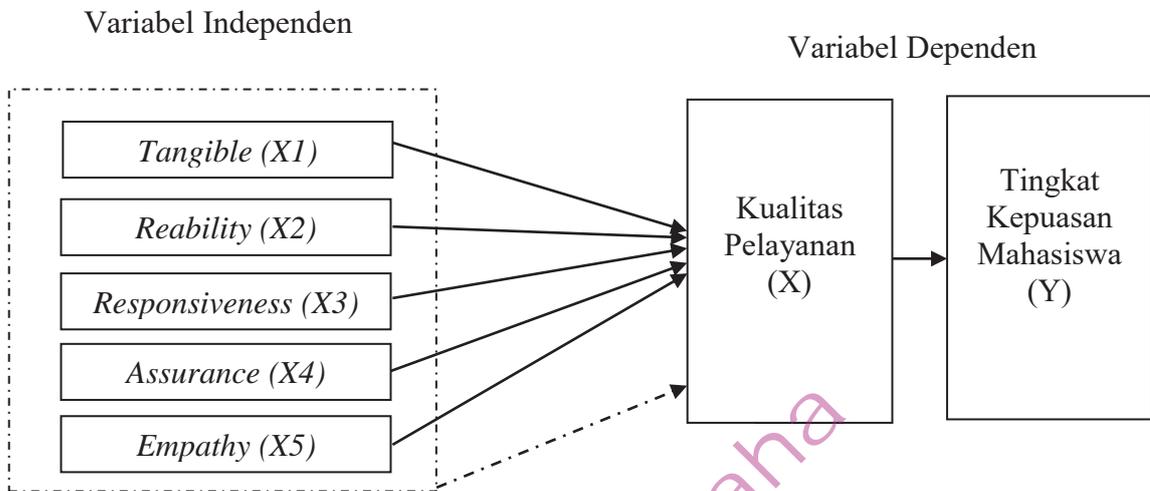
sebesar 72%, 5) Kepuasan Mahasiswa berdasarkan aspek *Assurance* secara umum memiliki nilai sebesar 73%.

3. Sabinus Theo (2016) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank”.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 nasabah. Serta analisis data dengan regresi logistic berbantu SPSS Versi 16,0.

Hasil Penelitian berdasarkan model regresi logistic menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan *frontliner* hanya dapat dijelaskan oleh variable *reability* dan *emphaty*, variable *reliability* dan *emphaty* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah. Variable *emphaty* adalah variable yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dengan kecenderungan variable *emphaty* untuk mempengaruhi tingkat kepuasan adalah 4,485 kali.

### 2.3. Kerangka Penelitian



Gambar II.1 Kerangka Konsep Penelitian

### 2.4. Hipotesis Penelitian

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat dicapai dengan menetapkan dan mengendalikan karakteristik mutu pelayanan. Menurut Philip Kotler terdapat lima unsur dalam kualitas pelayanan yaitu 1) Kepercayaan atau kehandalan (*Reliability*), 2) Daya tanggap (*Responsiveness*), 3) Keyakinan (*Assurance*), 4) Empati (*Empathy*), 5) Berwujud (*Tangibles*).

*Tangible* merupakan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitar dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Hardiyati, 2010). Artinya mahasiswa menghendaki adanya bukti yang dapat ditunjukkan oleh karyawan yang dapat memuaskan mahasiswa seperti hal yang menyangkut ketepatan waktu, kemudahan, keramahan, dan interaksinya dengan mahasiswa. Hasil

penelitian yang dilakukan Apriliana (2014) menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

**H1 : Ada pengaruh positif dan signifikan *tangible* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.**

*Reliability* digunakan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Alfiani, 2016). Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan atau ketelitian, pelayanan sarana untuk semua orang tanpa kesalahan apapun dan sikap yang simpatik serta kecepatan melayani kebutuhan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Alfiani (2016) menunjukkan bahwa indikator *reliability* mampu memberikan kepuasan sebesar 70% pada mahasiswa atas pelayanan administrasi yang diberikan pihak akademik.

**H2 : Ada pengaruh positif dan signifikan *Reliability* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.**

*Responsive* ialah kesediaan dan kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat, merespon permintaan serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat (Hardiyati, 2010). Penelitian yang dilakukan Oktarina (2016) menunjukkan bahwa variabel *responsive* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa di UMM.

**H3 : Ada pengaruh positif dan signifikan *Responsive* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.**

*Assurance* merupakan kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan. Hal ini seperti memberikan rasa aman dan nyaman kepada mahasiswa (Oktarina, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan Yuniarti (2014) menunjukkan bahwa *assurance* memberikan pengaruh sebesar 18,10% terhadap kepuasan mahasiswa.

**H4 : Ada pengaruh positif dan signifikan *Assurance* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.**

*Empathy* merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan mematuhi kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola watu agar mudah dihubungi oleh mahasiswa. Penelitian yang dilakukan Sabinus (2016) menunjukkan bahwa variabel *empathy* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

**H5 : Ada pengaruh positif dan signifikan *Empathy* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta**

Kepuasan mahasiswa dianggap sebagai salah satu dimensi yang sangat penting dan merupakan salah satu indikator utama dari standar pelayanan akademik. Menurut Sopiadin (dalam Alfiani, 2016) Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriliana, dkk (2014) faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik Universitas Sebelas Maret Surakarta yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan interaksi dari kelima aspek tersebut. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa.

**H6 : Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan *frontliner* meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.**

STIE Widya Wiyana  
Jangan Plagiat

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) jenis penelitian deskriptif kuantitatif yaitu mengamati sumber penelitian untuk melihat langsung gambaran atau deskripsi tentang keadaan masalahnya secara obyektif, kemudian menganalisa masalah tersebut dengan apa adanya, dengan pendekatan kuantitatif menggunakan angka untuk membuktikan hipotesis kualitas pelayanan *front linner* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

#### **3.2. Tempat dan Waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Universitas Alma Ata Yogyakarta Jalan Brawijaya No.99, Tamantirto, Yogyakarta. Waktu penelitian dilakukan selama 1 (satu) bulan, mulai bulan Desember 2017 – Januari 2018.

#### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

##### **3.3.1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala suatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian atau faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau kejadian yang akan diteliti (Widiyanto, 2013). Menurut Sugiyono

(2010) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2010). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa.

3.3.2. Definisi Operasional Variabel.

a. *Tangible*

Tjiptono (2016) menyatakan bahwa *tangible* berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan para karyawan.

b. *Reliability*

*Reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Menurut Alfiani (2016) *reliability* merupakan

karyawan yang handal dalam mengerjakan tugas-tugas yang menjadi hak mahasiswa.

c. *Responsiveness*

Menurut Sabinus (2016) seorang karyawan harus melayani dan membantu para mahasiswa dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

d. *Assurance*

*Assurance* yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah mahasiswa (Tjiptono, 2016).

e. *Empathy*

*Empathy* meliputi kemudahan mahasiswa dalam menjalani relasi (Alfiani, 2016). Artinya bahwa perusahaan harus mampu memahami para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para mahasiswa dan memiliki jam operasi yang nyaman.

### 3.3.3. Metode Pengukuran Variabel.

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yaitu, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kemudian indikator

tersebut dijadikan sebagai ukuran untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert dengan pernyataan sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat tidak setuju. Instrumen penelitian dengan menggunakan skala *Likert* ini dapat dibuat dalam bentuk *check list*.

Kuesioner kualitas pelayanan *frontliner* dan kepuasan mahasiswa Universitas Alma Ata Yogyakarta diukur dengan *skala likert* (Supranto, 2011). Skor jawaban setiap indikator kuesioner sebagai berikut:

- Skor 5 : Sangat Setuju
- Skor 4 : Setuju
- Skor 3 : Netral
- Skor 2 : Tidak Setuju
- Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

### 3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari meliputi seluruh sifat yang dimiliki oleh obyek/subyek itu (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa yang mengurus dan menerima jasa pelayanan di bagian akademik yang mengurus sesuatu jenis pelayanan di Universitas Alma Ata Yogyakarta. yang berjumlah 399 orang mahasiswa dengan pembagian sebagai berikut :

Tabel III.3 Data Mahasiswa Angkatan 2017/2018

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa
1.	Ekonomi Syariah	30
2.	Perbankan Syariah	10
3.	Pendidikan Agama Islam	62
4.	Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah	16

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa
5.	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	15
6.	Pendidikan Matematika	9
7.	Tehnik Informatika	14
8.	Sistem Informatika	10
9.	Manajemen	19
10.	Akuntansi	11
11.	Farmasi	60
12.	Administrasi Rumah Sakit	10
13.	Kebidanan	20
14.	Gizi	46
15.	Keperawatan Kelas A	33
16.	Keperawatan Kelas B	34
<b>Total</b>		<b>399</b>

Sumber : data Bidang Akademik di Alma Ata Yogyakarta, 2017

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *propotional random sampling* yakni penentuan sampel secara acak dengan melakukan pengundian kepada populasi yang akan dijadikan sampel penelitian.

Jumlah mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta angkatan 2017/2018 adalah 399 orang. Meskipun seluruh mahasiswa dapat diketahui jumlahnya, tetapi belum tentu semuanya mengurus dan menerima jasa pelayanan di bagian akademik. Sehingga pada hakekatnya mahasiswa yang mengurus administrasi bidang akademik tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka besarnya sampel yang diambil berdasarkan pada rumus sebagai berikut.

$$n = (Z)^2 \frac{p \cdot q}{(SE)^2}$$

(Arkin dan Colton dalam Suryatmoko, 2006: 3)

Dalam penelitian ini besarnya *confidence interval* ditentukan sebesar 95%. Maka besarnya  $Z=1,96$  Sub-sub sampel ditentukan  $p : q = 0,5: 0,5$ . Dan ditentukan  $SE = \pm 9,5\%$ . Maka :

$$n = (1,96)^2 \frac{(0,5)(0,5)}{(0,095)^2} = 106,41$$

$$= 106 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 106 orang. Jumlah sampel setiap program studi diperoleh melalui perhitungan sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 73):

$$nD : \frac{\text{Jumlah populasi tiap program studi}}{\text{Jumlah populasi dari seluruh program studi}} \times X \text{ Sampel terhitung}$$

Keterangan :

$nD$  : kuota sampel tiap program studi

Tabel III.4  
Proporsi Pengambilan Sampel

No.	Nama Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah sampel
1	Ekonomi Syariah	30	8
2	Perbankan Syariah	10	3
3	Pendidikan Agama Islam	62	16
4	Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah	16	4
5	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	15	4
6	Pendidikan Matematika	9	2
7	Tehnik Informatika	14	4
8	Sistem Informatika	10	3
9	Manajemen	19	5
10	Akuntansi	11	3
11	Farmasi	60	16
12	Administrasi Rumah Sakit	10	3
13	Kebidanan	20	5
14	Gizi	46	12
15	Keperawatan Kelas A	33	9
16	Keperawatan Kelas B	34	9
Jumlah		399	106

Sampel dalam penelitian ini adalah para mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta sebanyak 106 orang. Sampel ditentukan berdasarkan kriteria yang dibuat peneliti antara lain: mahasiswa bersedia menjadi responden, mahasiswa aktif tahun 2017/2018 masih menggunakan layanan akademis sehingga merasakan kualitas pelayanan akademik.

### **3.5. Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari mahasiswa Universitas Alma Ata Yogyakarta berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan.

#### **3.5.2. Sumber Data dan Metode Pengumpulannya**

Penelitian ini menggunakan sumber data Internal yang merupakan sumber data yang diperoleh dari responden, pengumpulannya dengan kuesioner. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang merupakan sumber data internal dari responden. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2010).

Berdasarkan skor jawaban dikriteriakan dengan interval nilai sebagai berikut;

- 1) Kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa dinyatakan sangat kurang, bila nilai responden:  $X \leq \text{mean} - 1,5 \text{ SD}$

- 2) kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa dinyatakan kurang, bila nilai responden:  $mean - 1,5 SD \leq X < mean - 0,5 SD$
- 3) kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa dinyatakan cukup baik, bila nilai responden:  $mean - 0,5 SD \leq X < mean + 0,5 SD$
- 4) kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa dinyatakan baik, bila nilai responden:  $mean + 0,5 SD \leq X < mean + 1,5 SD$
- 5) kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa dinyatakan sangat baik, bila nilai responden:  $X \geq mean + 1,5 SD$  (Supranto, 2011)

### 3.6. Metode Pengujian Instrumen

#### 3.6.1. Uji Validitas

Validitas yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada proyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang valid. Instrumen kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini, dengan melihat *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Hal ini dikarenakan hasil analisis korelasi *bivariate* dan hasil analisis dengan melihat *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation* adalah identik karena keduanya mengukur hal yang sama (Ghozali, 2012).

Syarat umum untuk dianggap valid dilihat dari ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika  $r$  hasil positif, serta  $r$  hasil  $> r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika  $r$  hasil negatif, dan  $r$  hasil  $< r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

### 3.6.2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Data yang reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha* dengan ketentuan apabila nilai *Alpha* lebih dari 0,60 maka instrumen tersebut reliabel (Ghozali, 2012).

## 3.7. Teknik Analisis Data

### 3.7.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Analisis data dalam penelitian ini meliputi karakteristik responden dan deskripsi variabel penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik responden dan variabel penelitian. Perhitungan deskripsi data dalam penelitian ini dibantu dengan program *SPSS 16,0 for windows*.

### 3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari:

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang ada terdistribusi normal atau tidak secara konvensional dapat dilihat dari grafik atau histogram sebaran normal dari data yang ada. Dalam penelitian ini alat uji yang digunakan adalah uji *Kolmogorove Smirnov Z* dalam paket program komputer. Untuk mengetahui apakah asumsi kenormalan tercapai atau tidak, dapat dilihat dari nilai 2-tailed  $p$  hitungannya. Jika nilai  $p > \alpha$  ( $p > 0,05$ ) pada setiap variabel penelitian maka data dinyatakan berdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi keadaan dimana apakah terdapat variabel bebas (independen) yang memiliki kombinasi linier dengan yang lain. Untuk menguji adanya gejala multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Syarat uji multikolinieritas adalah jika nilai toleransi  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi.

#### 3) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$

dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2012). Untuk melihat apakah terdapat autokorelasi atau tidak dapat dilihat dari uji Durbin Watson yang dapat dilihat dari hasil uji regresi berganda. Secara konvensional dapat dikatakan bahwa suatu persamaan regresi dikatakan telah memenuhi asumsi autokorelasi bila dinyatakan tidak ada autokorelasi karena di antara  $d_u < 4 - d_u$ .

### 3.7.3. Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi Ganda

Analisis Regresi ganda untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variabel dependent, digunakan teknis analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression method*) (Imam Ghozali, 2009). Secara umum persamaan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon \text{ (Sugiyono, 2010)}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen tingkat kepuasan mahasiswa  
a = Harga konstanta  
b = Koefisien regresi variabel independen yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Jika positif arah garis naik, jika negatif arah garis turun.

X1 = *Tangible*

X2 = *Reliability*

X3 = *Responsiveness*

X4 = *Assurance*

X5 = *Empathy*

E = Estimate of error dari masing-masing variabel.

Perhitungan analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 16,0 for windows*. Menjawab hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima dengan menghitung besarnya nilai t, Kriteria pengujian:

$H_0$  : Secara individual variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

$H_1$  : Secara individual variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Dasar pengambilan keputusan:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak

Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima

## 2) Menghitung besarnya Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh dari hasil analisis regresi. Koefisien determinasi disebut juga sebagai koefisien penentu, karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada varians independen. Perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan bantuan program *SPSS 16.0 for windows* (Sugiyono, 2010).

## 3) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012).

Menguji hipotesis keenam ini digunakan statistik F dengan membandingkan signifikansi  $F_{hitung}$  dengan ketentuan jika  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5%. Hipotesis alternatif ( $H_a$ )

diterima dan  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ , yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 4) Membuat persamaan regresi

Setelah harga  $a$  dan  $b_{1,2,3,4,5}$  ditemukan, maka persamaan regresi linier berganda dapat disusun. Hasil analisis regresi berganda dimasukkan dalam persamaan regresi. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana individu pada variabel dependen akan terjadi bila individu dalam variabel independen ditetapkan (Sugiyono, 2010). Kesimpulan berdasarkan persamaan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Pada awalnya Perguruan tinggi Alma Ata di bawah Yayasan Alma Ata berbentuk STIKES dan STIA Alma Ata. STIKES Alma Ata diselenggarakan sejak tahun 2006 dengan landasan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No: 108/D/O/2006, dan dilengkapi dengan Rekomendasi Gubernur DIY No. 421.4/2408, Rekomendasi Kepala Badan PPSDM Departemen Kesehatan RI No. HK.03.2.4.1.02458 (untuk Program Studi D3 Kebidanan) dan No. HK.03.2.4.1.02459 (untuk Program Studi S1 Ilmu Keperawatan). Sedangkan STIA Alma Ata diselenggarakan pada tahun 2007 berdasarkan SK KEMENAG RI No. Dj.I/220.D/2007 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah dan Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Alma Ata Yogyakarta.

Seiring waktu dan kebutuhan masyarakat, pada tahun 2015 Perguruan Tinggi Alma Ata resmi menjadi Universitas dengan nama Universitas Alma Ata dengan SK Menristekdikti RI No.155/KPT/I/2016 berlaku 21 Desember 2015. Seperti nilai luhur yang terkandung dalam namanya, Alma Ata hadir (*ATA*) untuk mencetak sumberdaya manusia yang profesional, menjunjung tinggi nilai – nilai keilmuan dan mengedepankan kaidah – kaidah ilmiah sebagai landasan setiap amal perbuatannya (*ALIMA*),

berakhlak mulia, dan dengan berpegang teguh kepada nilai – nilai ajaran Islam mengabdikan untuk kepentingan umat. Untuk merealisasikan misi luhur dari Alma Ata tersebut, dibutuhkan Visi dan Misi yang baik dan dapat mengakomodir perkembangan zaman.

a. Visi

Pada tahun 2040 UAA menjadi universitas yang unggul, mandiri, berdaya saing global, berkontribusi terhadap pembangunan kesejahteraan bangsa dan peradaban dunia berlandaskan nilai-nilai keislaman dan kebangsaan Indonesia.

b. Misi

1) Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat (Tri Dharma Perguruan Tinggi) yang bermutu tinggi dan berdaya saing global, berlandaskan nilai-nilai keislaman dan kebangsaan Indonesia, serta berkontribusi terhadap pembangunan kesejahteraan bangsa dan peradaban dunia.

2) Mengembangkan sistem dan atmosfer akademik yang kondusif bagi terwujudnya budaya mutu (*quality culture*) dalam menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengembangan tata kelola perguruan tinggi yang baik (*good university governance*) secara bertahap dan berkesinambungan.

#### 4.1.2. Deskripsi Karakteristik Responden

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Alma'ata Yogyakarta dari semua program studi yang ada

sebanyak 106 orang. Gambaran kondisi responden memberikan penjelasan tentang deskripsi responden berkenaan dengan jenis kelamin dan program studi yang ditempuh. Deskripsi karakteristik responden dapat disajikan pada tabel berikut;

Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden di Universitas Alma'ata Yogyakarta

Karateristik Responden	<i>f</i>	%
<b>1. Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	28	26,4
Perempuan	78	73,6
<b>2. Program Studi</b>		
PGSD	4	3,8
PAI	16	15,1
PGMI	4	3,8
Ekonomi Syariah	8	7,5
Perbankan Syariah	3	2,8
TI	4	3,8
Manajemen	5	4,7
Pendidikan Matematika	2	1,9
Kebidanan	5	4,7
Akuntansi	3	2,8
Sistem Informasi	3	2,8
Farmasi	16	15,1
PSIK	18	17,0
Administrasi Rumah Sakit	3	2,8
PSIG	12	11,3
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer diolah 208

Tabel 4.1. menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin, sebanyak 78 (73,6%) responden berjenis kelamin perempuan, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sejumlah 28 (26,4%) orang. Karakteristik berdasarkan program studi terbanyak 18 (73,2%) orang dengan jurusan PSIK dan 2 (1,9%) orang dengan jurusan pendidikan matematika.

#### 4.1.3. Deskriptif Variabel Penelitian

Hasil analisis data penelitian untuk masing-masing variabel diuraikan dengan statistik deskriptif. Pertanyaan yang masing-masing variabel jawaban mempunyai skor sebagai berikut: a) skor 1 itu artinya sangat tidak setuju (STS), skor 2 artinya tidak setuju (TS), skor 3 artinya netral (N), dan skor 4 artinya setuju (S) dan skor 5 sangat setuju (SS). Hasil analisis deskriptif variabel penelitian disajikan sebagai berikut ini:

Tabel 4.2. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std Dev
<i>Tangible</i> (X1)	10,00	20,00	14,25	2,03
<i>Reliability</i> (X2)	10,00	25,00	17,62	2,87
<i>Responsiveness</i> (X3)	10,00	20,00	14,68	2,34
<i>Assurance</i> (X4)	10,00	20,00	14,83	2,50
<i>Empathy</i> (X5)	10,00	25,00	17,45	3,04
Kepuasan (Y)	52,00	100,00	70,99	10,24

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa rata-rata skor pada variabel *tangible* sebesar 14,25 dan rata-rata skor pada variabel *reliability* sebesar 17,62, sedangkan rata-rata skor pada variabel *responsiveness* sebesar 14,68, rata-rata skor pada variabel *assurance* sebesar 14,83 dan rata-rata skor variabel *empathy* sebesar 14,45, sedangkan rata-rata pada variabel kepuasan sebesar 70,99.

Data-data hasil penelitian di kategorikan ke dalam lima kelompok untuk masing-masing variabel. Pengkategorian tersebut didasarkan pada nilai rerata teoritik dan simpangan baku teoritik pada masing-masing variabel penelitian. Kategorisasi tersebut disajikan berikut ini:

a. Variabel *Tangible*

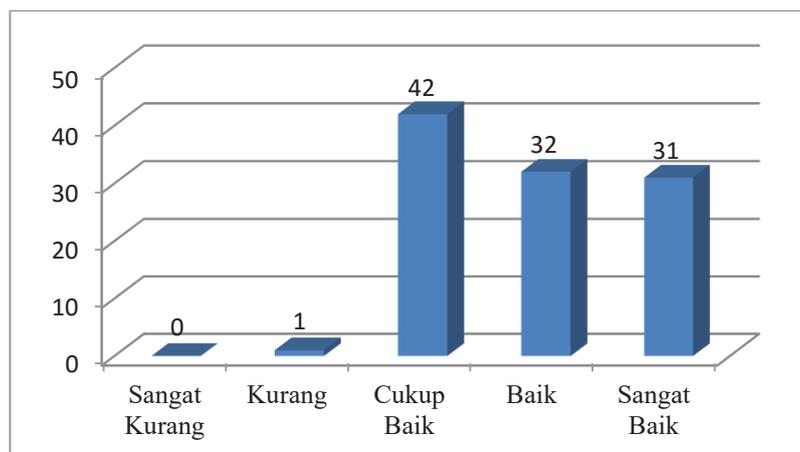
Skala variabel *tangible* terdiri dari 4 butir pertanyaan. Variabel *tangible* mempunyai nilai rata-rata sebesar 14,25 dan nilai standar deviasi sebesar 2,03. Kategorisasi untuk variabel *tangible* disajikan pada tabel berikut ini,

Tabel 4.3 Kategorisasi Skor pada Variabel *Tangible*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$X \geq 16,00$	31	29,2
Baik	$13,33 \leq X < 16,00$	32	30,2
Cukup Baik	$10,67 \leq X < 13,33$	42	39,6
Kurang	$8,00 \leq X < 10,67$	1	0,9
Sangat Kurang	$X \leq 8,00$	0	0
		106	100

Sumber : Data primer diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* pada aspek *tangible* berada dalam kategori cukup baik, yaitu sebanyak 42 responden (39,6%), kemudian kategori baik sebanyak 32 responden (30,2%), kategori sangat baik sebanyak 31 responden (29,2%), dan kategori kurang sebanyak 1 responden (0,9%). Diagram batang untuk variabel *tangible* disajikan dalam gambar berikut ini,



Gambar 1. Diagram Batang Kategorisasi *Tangible*

b. Variabel *Reability*

Skala variabel *reability* terdiri dari 5 butir pertanyaan. Variabel *reability* mempunyai nilai rata-rata sebesar 17,62 dan nilai standar deviasi sebesar 2,87. Kategorisasi untuk variabel *reability* disajikan pada tabel berikut ini,

Tabel 4.4 Kategorisasi Skor pada Variabel *Reability*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$X \geq 16,00$	29	27,4
Baik	$13,33 \leq X < 16,00$	36	34,0
Cukup Baik	$10,67 \leq X < 13,33$	34	32,1
Kurang	$8,00 \leq X < 10,67$	7	6,6
Sangat Kurang	$X \leq 8,00$	0	0
		106	100

Sumber : Data primer diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* pada aspek *reability* berada dalam kategori baik sebanyak 36 responden (34,0%), kemudian kategori cukup baik sebanyak 34 responden (32,1%), kategori sangat baik sebanyak 29 responden

(27,4%), dan kategori kurang sebanyak 7 responden (6,6%). Diagram batang untuk variabel *reability* disajikan dalam gambar berikut ini,



Gambar 2. Diagram Batang Kategorisasi *Reability*

c. Variabel *Responsive*

Skala variabel *responsive* terdiri dari 4 butir pertanyaan. Variabel *responsive* mempunyai nilai rata-rata sebesar 14,68 dan nilai standar deviasi sebesar 2,34. Kategorisasi untuk variabel *responsive* disajikan pada tabel berikut ini,

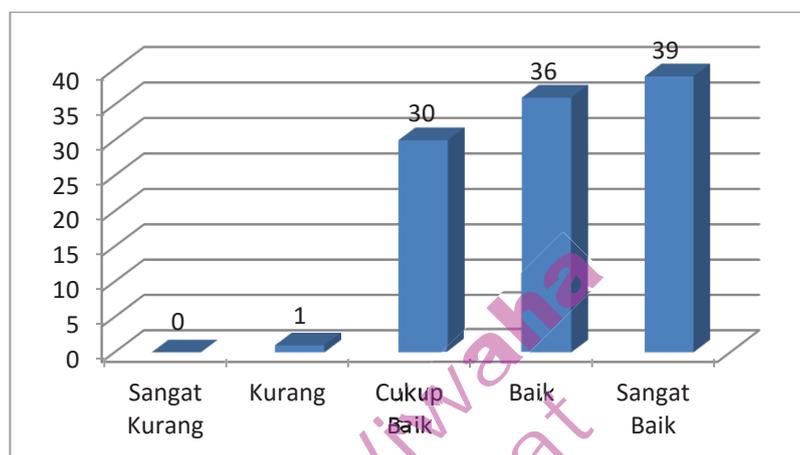
Tabel 4.5 Kategorisasi Skor pada Variabel *Responsive*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$X \geq 16,00$	39	36,8
Baik	$13,33 \leq X < 16,00$	36	34,0
Cukup Baik	$10,67 \leq X < 13,33$	30	28,3
Kurang	$8,00 \leq X < 10,67$	1	0,9
Sangat Kurang	$X \leq 8,00$	0	0
		106	100

Sumber : Data primer diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* pada aspek *responsive* berada dalam kategori sangat baik sebanyak 39 responden (36,8%), kemudian kategori baik sebanyak 36

responden (34,0%), kategori cukup baik sebanyak 30 responden (28,3%), dan kategori kurang sebanyak 1 responden (0,9%). Diagram batang untuk variabel *responsive* disajikan dalam gambar berikut ini,



Gambar 3. Diagram Batang Kategorisasi *Responsive*

d. Variabel *Assurance*

Skala variabel *assurance* terdiri dari 4 butir pertanyaan. Variabel *assurance* mempunyai nilai rata-rata sebesar 14,83 dan nilai standar deviasi sebesar 2,50. Kategorisasi untuk variabel *assurance* disajikan pada tabel berikut ini,

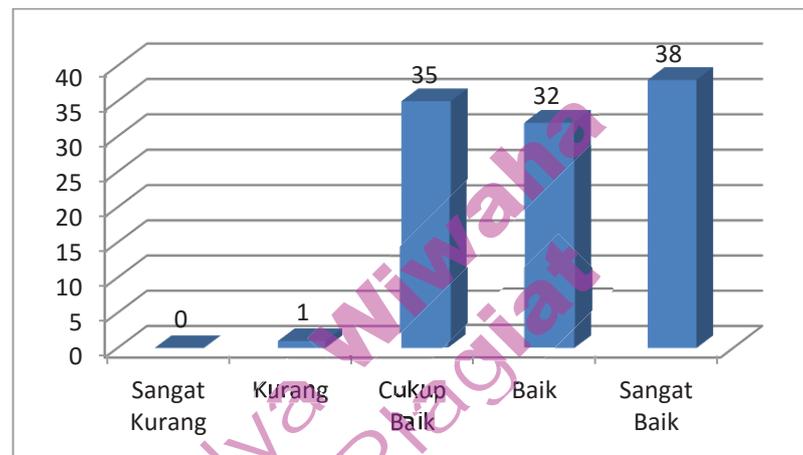
Tabel 4.6 Kategorisasi Skor pada Variabel *Assurance*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$X \geq 16,00$	38	35,8
Baik	$13,33 \leq X < 16,00$	32	30,2
Cukup Baik	$10,67 \leq X < 13,33$	35	33,0
Kurang	$8,00 \leq X < 10,67$	1	0,9
Sangat Kurang	$X \leq 8,00$	0	0
		106	100

Sumber : Data primer diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* pada aspek *assurance* berada dalam kategori sangat baik

sebanyak 38 responden (35,8%), kemudian kategori cukup baik sebanyak 35 responden (33,0%), kategori baik sebanyak 32 responden (30,2%), dan kategori kurang sebanyak 1 responden (0,9%). Diagram batang untuk variabel *assurance* disajikan dalam gambar berikut ini,



Gambar 4. Diagram Batang Kategorisasi *Assurance*

e. Variabel *Emphaty*

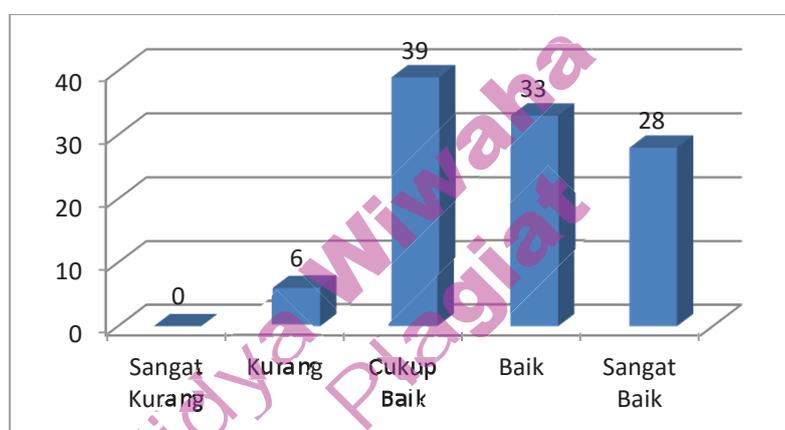
Skala variabel *emphaty* terdiri dari 5 butir pertanyaan. Variabel *emphaty* mempunyai nilai rata-rata sebesar 17,45 dan nilai standar deviasi sebesar 3,04. Kategorisasi untuk variabel *emphaty* disajikan pada tabel berikut ini

Tabel 4.7 Kategorisasi Skor pada Variabel *Emphaty*

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$X \geq 16,00$	28	26,4
Baik	$13,33 \leq X < 16,00$	33	31,1
Cukup Baik	$10,67 \leq X < 13,33$	39	36,8
Kurang	$8,00 \leq X < 10,67$	6	5,7
Sangat Kurang	$X \leq 8,00$	0	0
		106	100

Sumber : Data primer diolah 2018

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* pada aspek *emphaty* berada dalam kategori cukup baik sebanyak 39 responden (36,8%), kemudian kategori baik sebanyak 33 responden (31,1%), kategori sangat baik sebanyak 28 responden (26,4%), dan kategori kurang sebanyak 6 responden (5,7%). Diagram batang untuk variabel *emphaty* disajikan dalam gambar berikut ini,



Gambar 5. Diagram Batang Kategorisasi *Emphaty*

f. Variabel Kepuasan Mahasiswa

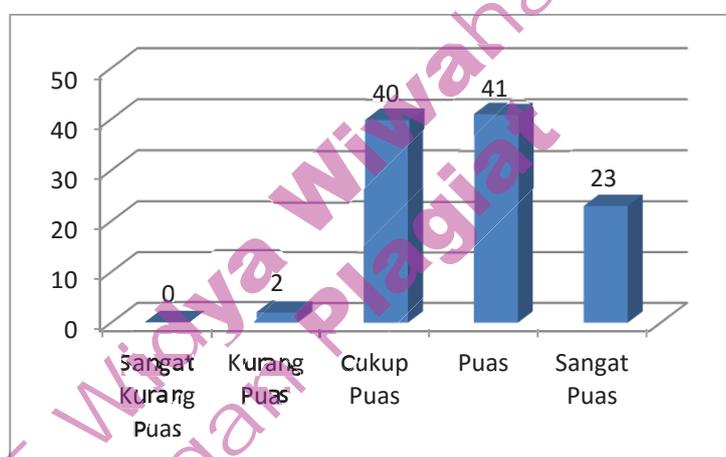
Skala variabel kepuasan terdiri dari 20 butir pertanyaan. Variabel kepuasan mempunyai nilai rata-rata sebesar 70,99 dan nilai standar deviasi sebesar 10,24. Kategorisasi untuk variabel kepuasan disajikan pada tabel berikut ini

Tabel 4.8 Kategorisasi Skor pada Variabel kepuasan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$X \geq 16,00$	23	21,7
Puas	$13,33 \leq X < 16,00$	41	38,7
Cukup Puas	$10,67 \leq X < 13,33$	40	37,7
Kurang Puas	$8,00 \leq X < 10,67$	2	1,9
Sangat Kurang Puas	$X \leq 8,00$	0	0
		106	100

Sumber : Data primer diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa dalam menggunakan jasa *fronliner* berada dalam kategori puas sebanyak 41 responden (38,7%), kemudian kategori cukup puas sebanyak 40 responden (37,7%), kategori sangat puas sebanyak 23 responden (21,7%), dan kategori kurang puas sebanyak 2 responden (1,9%). Diagram batang untuk variabel kepuasan mahasiswa disajikan dalam gambar 6:



Gambar 6. Diagram Batang Kategorisasi Kepuasan Mahasiswa

#### 4.1.4. Hasil Analisis Data

##### a. Uji Asumsi Klasik

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas. Berikut merupakan hasil uji asumsi klasik yang dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 15.0 for windows.

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas yang dimaksud untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. juga dapat dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria penerimaan normalitas residual adalah jika nilai signifikansi hasil perhitungan lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusinya dinyatakan normal, sebaliknya jika lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusi dinyatakan tidak normal (Ghozali, 2013). Hasil penghitungan untuk semua variabel disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9.  
Hasil Uji Normalitas

Variabel	KSZ	Sig.	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0,726	0,668	Normal

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel penelitian dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

### 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas

lainnya. Jadi, nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

Berdasarkan aturan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*, maka apabila VIF melebihi angka 10 atau *tolerance* kurang dari 0,10 maka dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 atau *tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 4.10.  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Kesimpulan
<i>Tangible</i> (X1)	0,609	1,642	No multikolinieritas
<i>Reliability</i> (X2)	0,341	2,930	No multikolinieritas
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,343	2,918	No multikolinieritas
<i>Assurance</i> (X4)	0,349	2,868	No multikolinieritas
<i>Empathy</i> (X5)	0,341	2,929	No multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah 2018

Hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel independen diperoleh *Tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF* < 10 nilai maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### 3) Uji Autokorelasi

Uji *autokorelasi* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi dapat diukur dengan menggunakan

*Durbin Watson Test.* Untuk menentukan apakah persamaan regresi linier terdapat autokorelasi atau tidak maka. Hasil analisis diketahui nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,816 yang berada di antara nilai du sebesar 1,7832 dan 4-du sebesar 2,2168 sehingga dikatakan dalam model tidak ada autokorelasi.

### b. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta. Guna menjawab hipotesis penelitian dilakukan uji statistik regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan program komputer yang diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12.  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t hit	Sig. t
<i>Tangible</i> (X1) → Kualitas Pelayanan	0,155	1,541	0,127
<i>Reliability</i> (X2) → Kualitas Pelayanan	0,320	2,698	0,008*
<i>Responsiveness</i> (X3) → Kualitas Pelayanan	0,193	1,670	0,098
<i>Assurance</i> (X4) → Kualitas Pelayanan	0,064	0,594	0,554
<i>Empathy</i> (X5) → Kualitas Pelayanan	0,187	1,672	0,098

\* Nilai signifikan <5%

Sumber: Data primer diolah 2018

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan *frontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta meliputi factor *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *emphaty*. factor *reliability* merupakan salah satu dimensi yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Tabel 4.13.  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t hit	Sig. t
<i>Tangible</i> (X1) → Kepuasan Mahasiswa	0,045	0,616	0,539
<i>Reliability</i> (X2) → Kepuasan Mahasiswa	0,145	1,683	0,096
<i>Responsiveness</i> (X3) → Kepuasan Mahasiswa	0,255	3,020	0,003*
<i>Assurance</i> (X4) → Kepuasan Mahasiswa	0,180	2,284	0,024*
<i>Empathy</i> (X5) → Kepuasan Mahasiswa	0,183	2,245	0,027*

\* Nilai signifikan <5%

Sumber: Data primer diolah 2018

Terdapat pengaruh signifikan dimensi kualitas pelayanan *frontliner* meliputi *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan dimensi *tangible* dan *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta ialah faktor *responsive*, dilanjutkan faktor *assurance* dan *emphaty*.

Tabel 4.14.  
Hasil Uji Regresi Linear

Variabel	Koefisien	t hit	Sig. t
Kualitas Pelayanan → Kepuasan	0,672	13,416	0,000*
Konstanta		1,094	
<i>R Square</i>		0,634	

\* Nilai signifikan <5%

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan pengujian signifikansi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,672 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta. Hasil analisis regresi berganda diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Mahasiswa} = 1,094 + 0,672 \text{ kualitas pelayanan} + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dinyatakan bahwa setiap kenaikan 1% kualitas pelayanan dapat meningkatkan 67,2% kepuasan mahasiswa.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan *frontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan *fontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta meliputi *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *emphaty*. Dimensi *reliability* merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. *Reability* merupakan kemampuan staff *fronliner* dalam memberikan layanan yang akurat tanpa membuat kesalahan dan mampu menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakatinya. Selain itu, *responsive* juga berkaitan dengan daya tanggap staf, *responsive*, kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan terhadap mahasiswa (Tjiptono, 2005).

Distribusi jawaban responden diketahui sebanyak 50 (47,17%) menyatakan setuju pada pernyataan staff *frontliner* memberikan pelayanan jasa sesuai yang dijanjikan. Hal tersebut memberi gambaran bahwa selama ini staff *fronliner* telah memberikan pelayanan sesuai harapan mahasiswa dengan menepati janji secara cepat, akurat dan memuaskan. Sedangkan 8 (7,55%) responden menyatakan tidak setuju pada pernyataan staff *frontliner* menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali. Hal

tersebut dapat dikarenakan adanya perubahan informasi yang belum disampaikan kepada mahasiswa namun mahasiswa sudah mengetahui informasi dari pihak lain selain *frontliner* sehingga mahasiswa menilai staff *frontliner* tidak memberikan informasi secara benar semenjak pertama kali.

Adanya kemauan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat yang diberikan staff *frontliner* akan menciptakan rasa dihargai dan didengar, sehingga mahasiswa cenderung menilai kualitas pelayanan tersebut sudah baik. Begitupula sebaliknya, staff *frontliner* yang memiliki kemampuan lambat dalam melayani mahasiswa akan membuat mahasiswa merasa tidak diutamakan sehingga kualitas pelayanan yang ada di Universitas Alma Ata Yogyakarta akan dipersepsikan rendah oleh mahasiswa.

#### 4.2.2. Mengetahui Faktor yang Paling Dominan Mempengaruhi Kepuasan di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Faktor yang dominan dalam mempengaruhi kualitas pelayanan *frontliner* di Universitas Alma Ata Yogyakarta ialah *responsive*. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Triastity (2013) yang menunjukkan bahwa *responsiveness* merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut Alfiani (2016) *responsive* merupakan daya tanggap yang harus dimiliki staff *frontliner* terhadap keluhan dan kebutuhan mahasiswa. Baik yang itu yang berkaitan dengan administrasi maupun hal lain yang menyangkut segala kebutuhannya.

Hasil distribusi jawaban responden diketahui bahwa sebanyak 53 (50%) mahasiswa menyatakan setuju bahwa staff *frontliner* memiliki kesediaan untuk membantu mahasiswa. Staff *frontliner* yang memiliki kesediaan untuk melayani mahasiswa dengan mendengarkan keluhan dan kebutuhan mahasiswa dapat memberikan rasa nyaman dan puas bagi mahasiswa dalam menggunakan jasa yang diberikan. Didukung pernyataan Triastity (2013) yang menyatakan bahwa pelanggan akan merasakan puas apabila perusahaan mampu melayani secara tepat, pelanggan memperoleh informasi yang detail berkaitan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan, cepat dalam menanggapi pelanggan, dan para staf perusahaan mampu memahami keinginan pelanggan.

#### 4.2.3. Mengetahui Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan *Frontliner* Meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Kualitas pelayanan *frontliner* meliputi *responsive*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Dimensi *tangible* dan *reliability* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma'ata Yogyakarta. Menurut Alfani (2016) kepuasan adalah kesesuaian harapan atau hal yang dirasakan oleh pelanggan dengan perlakuan yang diterimanya ketika meminta layanan dari suatu lembaga.

Faktor kualitas pelayanan berupa *responsive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Sejalan dengan peneliti terdahulu yang dilakukan Yuniarti (2014) juga menunjukkan daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Nilai positif dari daya tanggap menunjukkan semakin baik daya tanggap yang diberikan staff *fronliner* maka akan diikuti dengan semakin tingginya kepuasan mahasiswa (Aprilia, 2013).

Dimensi *assurance* juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian Alfiani (2016) menunjukkan bahwa dimensi *assurance* memberikan sumbangan sebesar 73% dalam memuaskan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa aspek *assurance* adalah sesuatu yang penting untuk mewujudkan layanan berkualitas yang berdampak pada kepuasan mahasiswa. *Assurance* identik dengan kemampuan dan kredibilitas *front line staf* (pegawai pelayanan). Kredibilitas dan kemampuan terwujud dalam sikap nyata berupa kemampuan dalam menjawab, dan kompetensi tugasnya.

*Emphaty* mempengaruhi kepuasan mahasiswa, perhatian secara individu dan mengerti keinginan mahasiswa merupakan keinginan para mahasiswa. Menurut Hardiyati (2010) kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.

*Tangible* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian Adhiwidharta (2014) juga menunjukkan tidak adanya pengaruh positif antara variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan. *Tangible* merupakan penampilan sarana prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitar yang diberikan oleh pemberi jasa. Pada umumnya lingkungan dan penampilan staf yang rapi mampu memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan terhadap pengguna jasa, namun dalam penelitian ini justru tidak ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dikarenakan meskipun kondisi ruangan lingkungan kurang memadai dan penampilan staff *fronliner* kurang rapi, namun staff *fronliner* mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat sehingga kondisi lingkungan dan penampilan staff yang kurang menarik tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Dimensi *reliability* juga diketahui tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma'ata Yogyakarta. Peneliti terdahulu Aprilia (2013) menyebutkan tidak ada pengaruh antara kehandalan terhadap kepuasan pelanggan. *Reliability* berkaitan dengan kemampuan instansi memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara handal dan akurat. Layanan yang akurat sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan termasuk memiliki karyawan-karyawan yang handal dibidangnya, maka para pelanggan akan merasa puas terhadap perusahaan. Tidak adanya pengaruh antar dimensi kehandalan terhadap kepuasan dikarenakan meskipun staff *fronliner* tidak handal dalam memberikan

pelayanan, namun staff *fronliner* memiliki *emphaty* yang cukup baik. Sehingga mahasiswa merasa nyaman karena mau didengar dan keinginannya dipahami oleh staff *fronliner*.

#### 4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta

Kualitas pelayanan *fronliner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma'ata Yogyakarta dengan kontribusi 63,4%. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Mustagfirin (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *fronliner* berpengaruh terhadap kepuasan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan memiliki besar pengaruh sebesar 87,2%.

Menurut Alfiani (2016) kepuasan merupakan kesesuaian harapan atau hal yang dirasakan oleh pelanggan dengan perlakuan yang diterimanya ketika meminta layanan dari suatu perusahaan. Pada lingkup perguruan tinggi salah satu penerima layanan adalah mahasiswa. Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan. Peran setiap individu dalam memberikan pelayanan sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menjadi daya dukung untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa. Artinya, untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Alma'ata, staff *fronliner*

diharuskan meningkatkan kualitas pelayanannya terlebih dahulu dalam melayani dan menangani mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 47 (44,3%) mahasiswa menilai kualitas pelayanan yang diberikan staf *frontliner* selama berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bentuk penilaian kualitas pelayanan yang diterima mahasiswa meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik staff *frontliner* telah diberikan dengan baik sehingga memberikan kepuasan terhadap mahasiswa.

Kepuasan mahasiswa di Universitas Alma'ata dapat dijelaskan sebesar 63% melalui kualitas pelayanan yang diberikan *frontliner* dan sisanya sebesar 37% dipengaruhi oleh faktor lain seperti biaya, akreditasi dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian sebelumnya serta teori memberikan gambaran adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan *frontliner* dengan kepuasan mahasiswa, dengan demikian apabila seluruh staff *frontliner* bekerja dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan *frontliner* di Universitas Alma'ata Yogyakarta meliputi lima dimensi berupa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Faktor *responsiveness* terbukti signifikan mempengaruhi kualitas pelayanan *frontliner*.
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan di Universitas Alma'ata Yogyakarta ialah faktor *reliability*.
3. Terdapat pengaruh signifikan dan positif antara dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa. Dimensi *tangible* dan *reliability* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma'ata Yogyakarta.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Alma Ata Yogyakarta. Kualitas pelayanan mampu memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 63,4%.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan mahasiswa, adapun saran yang dapat diberikan untuk kebaikan pelayanan dimasa yang akan datang yaitu :

### 1. Pengelola dan Pengawas Universitas

Bagi pihak pengelola dan pengawas untuk lebih meningkatkan seluruh kualitas yang ada di Universitas Alma'ata Yogyakarta. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan pebekalan tentang pelayanan yang berkualitas terhadap semua SDM yang ada di Universitas. Selain meningkatkan kualitas pelayanan, peran dari pengelola dan pengawas dalam melengkapi dan memperbaiki sarana prasarana yang kurang memadai, sehingga Universitas dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa.

### 2. Staff *Frontliner*

Staff *frontliner* diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada dimensi *emphaty* dan *tangible*, dimana sebagian besar mahasiswa menilai bukti fisik dan empati yang diberikan staff *frontliner* masih dalam kategori cukup baik, sehingga perlu ditingkatkan untuk memperoleh penilaian yang baik bahkan sangat baik dimata mahasiswa. Sedangkan dimensi *responsive* dan *assurancy* dinilai sudah sangat baik, sehingga perlu dipertahankan dan tetap ditingkatkan untuk mempertahankan kepuasan mahasiswa di Universitas Alma'ata Yogyakarta.

### 3. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti dimasa mendatang disarankan untuk mengkaji faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa selain kualitas pelayanan seperti harga, akreditasi dan lain-lain.

STIE Widya Wiwaha  
Jangan Plagiat

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfiani Arifah. 2016. *Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di Subbag Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. FKIP, Manajemen Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Apriliana, Santoso dan Sumaryati. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Bkk Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta*. Jupe UNS, Vol 2, No 3, Hal 211 s/d 223
- Dinas Kominfo DIY. 2016. *Universitas Swasta di Yogyakarta*. [http://www.plazainformasi.jogjaprovo.go.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=840&Itemid=101](http://www.plazainformasi.jogjaprovo.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=840&Itemid=101) diakses 21 November 2017
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyati, Ratih. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Villa Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Skripsi. Universitas Diponegoro
- Killing, Trinita Pingkan. 2016. *Peran Komunikasi Frontliner dalam Meningkatkan Pelayanan di PT BNI TBK Kantor Layanan Kawangkoan*. E-journal "Acta Duma" Volume V No.3 Tahun 2016
- Sandora, Meri. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi di Tingkat Fakultas Terhadap Kepuasan Mahasiswa UIN Suka Riau*. Jurnal Sosial Budaya Volume.10, No.2 (hlm 122-132).
- Moenir, 2002, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 88, 26-27
- Mustaghfirin, Ali Musta. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Fronliner Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Demak*. KTI : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- Oktarina, Dian. 2016. *Kualitas Layanan dan Citra Merek, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa*. Tesis : Universitas Lampung
- Putri. 2015. *Studi Deskriptif Kualitas Pelayanan dan Faktor-Faktor Determinan Kualitas Pelayanan dalam Penanganan Keluhan di Media Center Pemerintah Kota Surabaya*. Jurnal Vol. 3, No. 2, hlm. 20
- Prasetyo, Agung. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Tiket Online Studi Kasus Tiket2. Com*. Jurnal Kajian Bisnis, 25(1), 74-87.
- Sabinus, Theo. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Fronliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*. Skripsi : Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Suryatmoko. 2006. *Analisis Diskriminan Terhadap Perilaku PNS Administrasi UNS Berbelanja di Toko KPRI UNS Surakarta*. Jurnal Vol. 2, No. 2, hlm.3.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia: Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Triastity, Rahayu. 2013. Pengaruh Tangibel, Reliability, Responsive, Assurance dan Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 2, Oktober 2013: 151 – 157*
- Widiyanto. 2013. *Statistika Terapan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yuniarti, Yenny. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Aekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*. Jurnal Trikonomika Vol. 13, No. 1, Juni 2014