

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu Musi Banyuasin

Dadang Syaputra¹⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu

Abstract

The aim of this research is finding the influence of serving quality to the student satisfaction in Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu, Kabupaten Musi Banyuasin. Variables used are the student satisfaction (Y) and the serving quality (X), which developed into five sub variables, they are realibility (x_1), responsiveness (x_2), competence (x_3), access (x_4), courtesy (x_5), communication (x_6), credibility (x_7), security (x_8), understanding the customer (x_9), dan tangibles (x_{10}). The population of this research is all students in Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu, Kabupaten Musi Banyuasin. They study in the academic year of 2014-2015. The data needed is primary which obtained by the instrument of questionnaire. The result show that variable of serving quality (X) has significant influence to the student satisfaction (Y). Following this, it is only realibility (x_1) which has influence to student satisfaction (Y). Meanwhile, responsiveness (x_2), competence (x_3), access (x_4), courtesy (x_5), communication (x_6), credibility (x_7), security (x_8), understand the customer (x_9), dan tangibles (x_{10}), they are partially have a positive influence, but not significant to student satisfaction (Y).

Keywords: reability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer, tangibles, and student satisfaction

PENDAHULUAN

Perubahan dan perkembangan ekonomi yang semakin ketat merupakan suatu hal yang harus dihadapi setiap perusahaan untuk dapat bertahan. Semua perusahaan harus segera melakukan penyesuaian dalam kondisi tersebut agar tetap bertahan kelangsungannya. Sektor pendidikan juga memiliki peran penting dalam mempersiapkan diri untuk menghadapi fenomena tersebut. Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berperan penting dalam membangun atau mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas, baik dalam hal pengembangan pemikiran maupun peningkatan ketrampilan praktek di sektor usaha yang sebenarnya.

Fakta ini menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perguruan tinggi agar mampu berkompetisi dalam memperebutkan pasar kerja dan menghasilkan

¹⁾ Koresponden Penulis : dadangsyahputra008@gmail.com

lulusan yang inovatif dan kreatif. Secara internasional, mulai tahun 2003 sampai tahun 2015 AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan AFLA (*Asean Free Labour Area*) akan dilaksanakan. Hal ini berarti persaingan tenaga kerja akan terbuka, konsekuensinya tenaga kerja Indonesia harus mampu bersaing dengan tenaga kerja asing. Jika tidak, maka tenaga kerja akan tersisih oleh tenaga kerja asing dari Malaysia, Philipina, Thailand, Vletnam, dan sebagainya

Yahya (2013) pernah melakukan kajian sejenis tentang kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya, akan tetapi secara parsial hanya variabel *assurance* dan *tangible* yang pengaruhnya signifikan. Kajian lain dilakukan oleh Siswandari dan Susilaningih (2006) dengan hasil bahwa, perlunya dilakukan peningkatan *transferable skills* guna meningkatkan kualitas lulusan perguruan tinggi.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah (STIER) Sekayu adalah salah satu perguruan tinggi di wilayah Sekayu Kecamatan Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin, yang berusaha menyediakan layanan berkualitas pada mahasiswa sebagai *stakeholder* internal penerima jasa. Pemahaman terhadap variabel kualitas layanan yang diberikan oleh manajemen STIER Sekayu dalam proses belajar mengajar masih terlihat adanya masalah sebagai berikut :

1. Dalam hal *realibility*, masih dijumpai beberapa dosen yang mengajar tidak tepat waktu sehingga alokasi waktu belajar mahasiswa yang menjadi tidak maksimal.
2. Dalam hal *responsiveness*, kesediaan beberapa staf untuk membantu mahasiswa dan memberikan pelayanan masih dirasa kurang, khususnya dalam bimbingan skripsi kadang masih dijumpai beberapa dosen yang agak sulit ditemui.
3. Dalam *Competence*, dalam kemampuan jasa masih ditemui tenaga dosen yang dengan metode pengajaran yang belum bervariasi sehingga kadang menimbulkan kejenuhan mahasiswa dalam proses belajar mengajar.
4. Dalam *Acces*, dalam kemudahan orang memperoleh jasa yang pada saat penyusunan kartu rencana studi yang waktu bimbingannya tidak terlalu panjang dengan kapasitas kehadiran pembimbing yang terbatas untuk waktu bimbingan.
5. Dalam *Courtesy*, dalam hal masih ada beberapa staf yang pada saat pelayanan masih terlihat acuh dalam menanggapi mahasiswa.
6. Dalam *Communication*, dalam memberikan layanan masih sering terasa di mahasiswa kurang dalam hal mendengar keluhan yang diberikan yang bisa berdampak positif jika diperbaiki.
7. Dalam *Credibility*, yaitu masih ada sebagian kurang terhadap kepercayaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu dalam hal pelayanan yang diberikan.
8. Dalam *Security*, dalam hal keamanan mahasiswa menuntut adanya keaktifan para tenaga security yang ada agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dikarenakan kondisi ekonomi di wilayah sekitar masih sering terjadi kehilangan kendaraan.
9. Dalam *Understand the customer*, memberikan kesan kemudahan yang baik yang masih belum terlihat sesuai dengan pendapat sebagian mahasiswa.

10. Dalam *Tangibles*, masih belum maksimal, sebagian fasilitas kampus masih kurang bersih, fasilitas internet yang kadang sukar untuk di akses, tempat parkir yang kurang nyaman dan kurang terjamin

Fenomena diatas didasarkan pada derajat kepentingan relatifnya di mata mahasiswa. Variabel-variabel ini digunakan mahasiswa untuk menilai kualitas layanan yang diberikan manajemen, apakah kualitas layanan tersebut telah sesuai dan dikehendaki oleh mahasiswa, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *realibility, responsiveness, competence, acces, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer, tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa STIER Sekayu ?

Landasan Teori

Konsep Kualitas

Bagi suatu perusahaan, baik yang bergerak dibidang manufaktur maupun jasa, penyediaan produk yang berkualitas memang telah menjadi tuntutan agar dapat bertahan hidup dalam persaingan (Banks, 2006: 18). Makin meningkatnya daya beli dan didukung oleh makin dewasanya konsumen baik secara budaya maupun pengetahuannya, membuat permintaan mereka terhadap kualitas produk semakin meningkat.

Pengertian Jasa

Menurut Gummesson (Fandy Tjiptono dan Candra, 2011:10) jasa merupakan sesuatu yang dapat dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami secara fisik. Sejalan dengan itu, Kotler (2003:444) menyatakan jasa adalah setiap tindakan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada esensinya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Kualitas Layanan.

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai : seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh (Zeithaml, et.al., 2005: 20). Dengan demikian kualitas layanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima, jika kenyataan lebih jauh dari yang diharapkan maka dapat dikatakan sangat baik, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka pelayanan dapat dikatakan tidak baik. Apabila kenyataan sama antara yang diharapkan dengan kenyataan maka layanan disebut baik

Menurut Parasuraman (2005) terdapat sepuluh faktor yang menentukan dimensi kualitas yaitu :

1. *Realibility*, yaitu berupa kemampuan yang dapat dipercaya, perusahaan jasa selalu menepati janji yang pernah diberikan serta memberikan pelayanan pada waktu yang telah ditentukan.
2. *Responsiveness*, yaitu menyangkut kamauan dan kesiapan perusahaan jasa untuk menyediakan jasa serta menyediakan pelayanan yang cepat.
3. *Competence*, yaitu menyangkut kemampuan penyampaian jasa ditunjang oleh keahlian dan pengetahuan yang dimiliki untuk mewujudkan suatu pelayanan.

4. *Access*, yaitu menyangkut kemudahan orang memperoleh jasa, yang dimaksud mengarah kepada kemudahan untuk dihubungi serta waktu pelayanan yang tidak terlalu lama.
5. *Courtesy*, yaitu keramahan petugas jasa dalam berhubungan dengan pelanggan.
6. *Communication*, yaitu memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah dimengerti dan bersedia mendengar keluhan.
7. *Credibility*, yaitu kepercayaan terhadap perusahaan pemberi jasa harus dapat dipegang oleh pelanggan dan dituntut kejujuran dari perusahaan terhadap pelanggan atas semua hal yang menyangkut pelayanan.
8. *Security*, yaitu pelanggan harus bebas dari bahaya, resiko, dan kerugian serta rasa gamang atau ragu-ragu.
9. *Understand the customer*, yaitu membuat kesan positif kepada pelanggan bahwa perusahaan mengerti akan kebutuhannya.
10. *Tangibles*, yaitu semua hal-hal yang berhubungan dengan penampilan fisik suatu jasa yang harus sesuai dengan apa yang pernah dijanjikan kepada pelanggan.

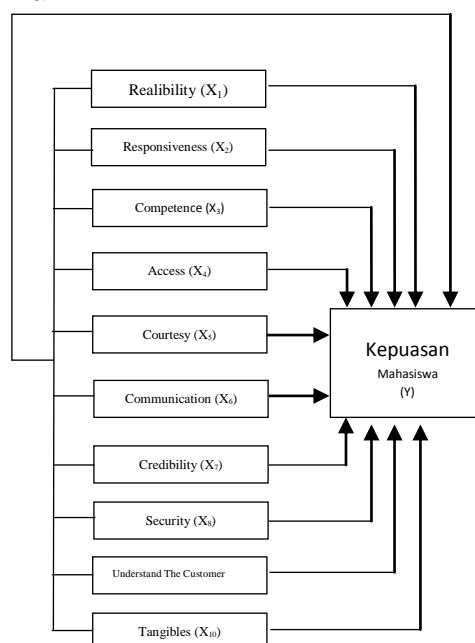
Kesenjangan Kualitas Jasa

Kesenjangan persepsi dalam kualitas jasa dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi penerima jasa yang akan berakibat pada ketidak loyalan pada perusahaan

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2011: 195). Menurut Lovelock (2005: 64) kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan. Sedangkan Kotler (2003: 61) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian dapat dikategorikan sebagai *descriptive reseach* karena bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi pada dunia nyata. Desain penelitian yang digunakan adalah *cross sectional* dalam bentuk *single cross sectional*, dimana pengumpulan data hanya dilakukan dalam satu waktu. Bentuk penelitian adalah kausal untuk menguji hipotesis dan pengaruhnya, serta menjelaskan fungsi dan karakteristik responden dengan menggunakan data primer yang didapat dari kuesioner dan data sekunder yang relevan

Populasi dan sampel

Populasi (Sugiyono, 2011: 117) dalam penelitian ini adalah jumlah mahasiswa tahun ajaran 2013/2014 yang terdiri dari dua program studi yaitu jurusan S1 Akuntansi (457 orang) dan S1 Manajemen (1300 orang) sehingga total populasi adalah 1.757 orang. Jumlah sampel penelitian ini ditetapkan berdasarkan rumus Slovin yang dengan tingkat kesalahan 10% diperoleh 95 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan data primer yang lebih banyak dibandingkan dengan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan bantuan kuesioner yang tersedia. Data Sekunder diperoleh dari berbagai referensi yang terkait dengan penelitian baik laporan, jurnal atau beberapa referensi penelitian yang terdahulu yang relevansi kajian yang dilakukan.

Perolehan data lainnya dilakukan melalui pengamatan langsung dan pengamatan terlibat memberikan banyak kemungkinan bagi peneliti untuk menemukan fenomena yang sebenarnya. Hal ini pada gilirannya dapat memberikan gambaran tentang objek penelitian secara lebih mendalam.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan model dasar sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + e$$

Keterangan :

- Y = kepuasan mahasiswa
- a = konstanta
- B_i = koefisien variabel bebas
- X_1 = *reliability*
- X_2 = *responsiveness*
- X_3 = *competence*
- X_4 = *access*
- X_5 = *courtesy*
- X_6 = *communication*
- X_7 = *credibility*
- X_8 = *security*
- X_9 = *understand the customer*
- X_{10} = *tangibles*
- e = error term

Uji Model

1. Pengujian Validitas

Untuk pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam hal analisis item, teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini yang paling banyak digunakan (Yusi dan Idris, 2009: 89)

2. Pengujian Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi sesama variabel bebas sama dengan nol (Nawawi, 2002: 57). Multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya, (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Jika nilai tolerance dan $VIF < 5$ dapat diasumsikan terbebas dari unsur multikolinearitas.

3. Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, sebaliknya jika dari residual satu ke pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Nawawi, 2002: 60). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, namun dalam penelitian ini cara yang dipakai adalah menggunakan metode Spearman's rho, dengan membandingkan nilai residual dengan $\alpha = 0,05$. Bila nilai residual variabel bebas $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Priyatno, 2009: 87)

1. Uji Koefisien

Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara serentak.

H_0 : Tidak ada pengaruh *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer, dan tangibles* secara serentak terhadap kepuasan mahasiswa STIER Sekayu

H_1 : Ada pengaruh *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer, dan tangibles* secara serentak terhadap kepuasan mahasiswa STIER Sekayu

Kriteria penilaian :

H_0 ditolak : sig F < 0,05 dan F hitung > F table

H_0 diterima: sig F > 0,05 dan F hitung \leq F table

Uji Koefisien Regresi

H₀ : Tidak ada pengaruh *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer, dan tangibles* secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah

H₁ : Ada pengaruh *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer, dan tangibles* secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah

Kriteria penilaian :

H₀ ditolak: sig t > 0,05 dan t hitung > t tabel.

H₀ diterima: sig t < 0,05 dan t hitung ≤ t tabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*) digunakan untuk melihat besaran pengaruh variabel *realibility (x₁)*, *Responsiveness (x₂)*, *Competence (x₃)*, *Access (x₄)*, *Courtesy (x₅)*, *Communication (x₆)*, *Credibility (x₇)*, *Security (x₈)*, *Understand The Customer (x₉)*, dan *Tangibles (x₁₀)* terhadap kepuasan mahasiswa (Y). Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS ditampilkan dalam tabel sebagai berikut

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.169	4.043		.289	.773
Realibility	.965	.046	.946	20.861	.000
Responsiveness	.006	.052	.004	.108	.914
Competence	.089	.065	.053	1.362	.177
Access	.007	.073	.004	.100	.921
Courtesy	.013	.050	.012	.257	.798
Communication	.043	.058	.030	.734	.465
Credibility	.015	.075	.008	.196	.845
Security	.029	.080	.015	.358	.721
Understand The Customer	.033	.076	.017	.438	.662
Tangibles	.011	.053	.008	.204	.839

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari hasil regresi berganda dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1.169 + 0.965X_1 + 0.006X_2 + 0.089X_3 + 0.007X_4 + 0.013X_5 + 0.043X_6 + 0.015X_7 + 0.029X_8 + 0.033X_9 + 0.011X_{10}$$

Uji Koefisien Determinan

Untuk menjawab pengaruh variabel *realibility* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Competence* (X_3), *Access* (X_4), *Courtesy* (X_5), *Communication* (X_6), *Credibility* (X_7), *Security* (X_8), *Understand The Customer* (X_9), dan *Tangibles* (X_{10}) secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa (Y), yaitu menggunakan uji koefisien determinan sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 ^a	.892	.879	1.619

a. Predictors: (Constant), *realibility*, *Responsiveness*, *Competence*, *Access*, *Courtesy*, *Communication*, *Credibility*, *Security*, *Understand The Customer*, dan *Tangibles*

b. Dependent Variable : Kepuasan Mahasiswa

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari tabel Model Summary di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut

:

1. Nilai $R = 0,944$ berarti hubungan atau tingkat asosiasi antara variabel bebas : *realibility*, *responsiveness*, *competence*, *access*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, *understand the customer*, dan *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa adalah sangat kuat terletak antara 0,80 – 1,00 (Sugiyono, 2008. p.191).
2. Nilai R square = 0,892 berarti bahwa 89,20% kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh *realibility*, *responsiveness*, *competence*, *access*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, *understand the customer*, dan *tangibles* sedangkan sisanya 10,80% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak dilibatkan dalam penelitian.

Hasil Uji Koefisien

Uji koefisien dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara serentak maupun parsial.

Uji Secara Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat atau tidak.

**Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Bersama-sama)
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1816.648	10	181.665	69.288	.000 ^a
Residual	220.236	84	2.622		
Total	2036.884	94			

Predictors: (Constant), *realibility*, *Responsiveness*, *Competence*, *Access*, *Courtesy*, *Communication*, *Credibility*, *Security*, *Understand The Customer*, dan *Tangibles*

Dependent Variable: Y

Sumber : HasilPengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan pada Tabel 3 di atas, maka dapat dilihat bahwa $F = 62,288$, dengan kriteria pengujian H_0 diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$. Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat dilihat $F_{hitung} = 69,288$ dengan nilai F_{tabel} adalah 2,598 pada ($\alpha = 0,05$, berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($69,288 > 2,598$)). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara serentak ada pengaruh antara *realibility*, *responsiveness*, *competence*, *access*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, *understand the customer*, dan *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa.

Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Atau untuk mengetahui apakah model regresi secara parsial dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat atau tidak.

Pengaruh *Realibility* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *realibility* (X_1) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 20,861, hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($20,861 > 1,989$), oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh antara variabel *realibility* terhadap kepuasan mahasiswa. Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *realibility* = 0,000 lebih kecil dari nilai ($\alpha = 0,05$, hal ini berarti bahwa variabel *realibility* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *responsiveness* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *responsiveness* (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,108, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,108 < 1,989$), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *responsiveness* = 0,914 lebih besar

dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *competence* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *competence* (X_3) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 1,362, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,362 < 1,989$), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *competence* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *competence* = 0,177 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *competence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *access* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *Access* (X_4) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,100, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,100 < 1,989$), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *Access* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *Access* = 0,921 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *Access* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *courtesy* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *courtesy* (X_5) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,257, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,257 < 1,989$), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *courtesy* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *courtesy* = 0,798 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *courtesy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *communication* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *communication* (X_6) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,734, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,734 < 1,989$), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *communication* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *communication* = 0,465 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *communication* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *credibility* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *credibility* (X_7) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,196, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$

(0,196 < 1,989), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *credibility* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *credibility* = 0,845 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *credibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *security* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *security* (X_8) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,358, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,358 < 1,989), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *security* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *security* = 0,721 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *security* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *understand the customer* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *understand the customer* (X_9) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,438, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,438 < 1,989), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *understand the customer* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *understand the customer* = 0,662 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *understand the customer* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Pengaruh *tangibles* terhadap Kepuasan Mahasiswa

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *tangibles* (X_{10}) terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,204, hal ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,204 < 1,989), oleh karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa.

Perhitungan lain dari uji hipotesis ini dapat juga dilihat dari nilai signifikansi t yang diperoleh, diketahui nilai signifikansi *tangibles* = 0,839 lebih besar dari nilai (α) = 0,05, hal ini berarti bahwa variabel *tangibles* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Setelah penulis melakukan analisis, maka simpulan hasil penelitian sekaligus rekomendasi yang mungkin berguna bagi STIER Sekayu adalah :

Simpulan

Setelah mempelajari data yang diperoleh dari responden dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara *reability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer*, dan *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa STIER Sekayu.

Rekomendasi

Berdasarkan simpulan di atas, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut kepada STIER Sekayu agar mahasiswa bisa merasa puas dengan setiap kebijakan yang dilakukan :

1. STIER Sekayu perlu meningkatkan faktor *responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understand the customer*, dan *tangibles* kepada mahasiswa agar mahasiswa dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam menuntut ilmu di STIER Sekayu, yang jika dibenahi akan berdampak positif terhadap mahasiswa pada umumnya dalam memotivasi semangat belajarnya untuk berprestasi yang sudah pasti akan berpengaruh juga pada STIER Sekayu baik membangun loyalitas, kepercayaan dan nama baik di mata masyarakat.
2. STIER Sekayu perlu mempertahankan faktor *reliability* dan bahkan bisa terus ditingkatkan untuk masa yang akan datang, mahasiswa sudah merasa untuk kuliah di STIER Sekayu karena sebagai perguruan tinggi memberikan jaminan masa depan yang lebih baik, dan juga telah memiliki kepercayaan di mata masyarakat, STIER Sekayu juga dapat dipercaya dalam layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Banks, Jerry. 2006. *Principle of Quality Control*, New York : John Wiley and Sons.
- Christopher, Lovelock and K.. Wright Lauren. 2005. *Pemasaran Jasa*(Terjemahan), Jakarta: Gramedia.
- Duwi Priyatno. 2009. *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*, Yogyakarta, Gava Media.
- Fandy Tjitono dan Gregorius Chandra. 2011. *Quality and Satisfaction*, Yoryakarta : Penerbit Andi.
- Irawan, Handi D. 2009. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Manajement : Analysis, Planning, Implementation, and Control*, New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Nawawi, Hadari. 2002. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

- Parasuraman 2001. *Marketing Research*. New York : Addison Wesley Publishing Co.
- Siswandari dan Susilaningsih. 2006. “ Peningkatan *Transferable Skills* Mahasiswa : Upaya Memperbaiki Kualitas SDM Lulusan Perguruan Tinggi”, *Jurnal Ekonomi Arthavidya*, Terakreditasi, Universitas Wisnuwardhana Malang, Tahun 7, No. 3 Nopember, hal 688-710.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta.
- Yahya. 2013.” *Evaluasi Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Politeknik Negeri Sriwijaya*”. (Tesis master yang tidak dipublikasikan) Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia
- Yusi, M. Shahirman dan Umiyati Idris. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kuantitatif*. Palembang : Penerbit Citrabooks Indonesia.
- Zeithaml, Valerie, et.al. 2005. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*, New York : The McGraw-Hill Company, Inc.