

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL (STUDI KASUS UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN)

Puguh Cahyono¹ Dhita Dhora Damayanti¹

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan
puguhcahyono@unisla.ac.id; dhitadhora@unisla.ac.id

ABSTRAK

Pendidikan tinggi merupakan sebuah kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan mutu diri. Kehadiran perguruan tinggi diharapkan dapat menjawab kebutuhan masyarakat. Dalam bisnis perguruan tinggi di Lamongan, Universitas Islam Lamongan (Unisla) diharapkan mampu menjawab tantangan masyarakat untuk bisa memberikan layanan pendidikan yang bermutu. Selain itu, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Unisla dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor pembentuk kualitas layanan menggunakan metode servqual yang nantinya akan digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu mahasiswa. Penelitian ini menggunakan analisis faktor dan regresi sederhana sebagai alat statistik dan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Sebanyak 100 responden dijadikan sample penelitian dengan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat lima faktor pembentuk kualitas layanan di Unisla yaitu: Nilai-nilai Dosen, Citra, Sikap Staf, Keandalan dan Aksesibilitas. Selain itu, dari hasil regresi sederhana disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas layanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan mahasiswa.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Servqual, Kepuasan, Pendidikan Tinggi*

1. PENDAHULUAN

Dimulai dari perkembangan zaman yang menuntut untuk memberikan nilai lebih pada diri, salah satu caranya adalah dengan melanjutkan pendidikan sampai pada perguruan tinggi. Melalui kebutuhan ini, diharapkan adanya peran dari lembaga pendidikan tinggi baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Sebuah institusi pendidikan tinggi terutama PTS di Indonesia memang sangat mudah ditemui. Namun dengan banyaknya PTS ini menyebabkan persaingan antar satu PTS dengan PTS lainnya dalam memperoleh mahasiswa. Dalam hal ini artinya PTS perlu meyakinkan, memberikan jaminan dan menumbuhkan rasa percaya pada mahasiswa maupun calon mahasiswanya.

Hal ini juga dialami oleh salah satu PTS di Lamongan yaitu Universitas Islam Lamongan (UNISLA). Sebagai PTS yang ada di kota kecil dan memiliki cukup banyak pesaing, Unisla perlu bersaing dari sisi pelayanan agar mampu meraih pasar. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh adalah memberikan kualitas layanan yang prima bagi mahasiswa. Hal ini menjadi pertimbangan mengingat kualitas layanan bagi perusahaan yang menjual jasa seperti Unisla merupakan hal yang utama.

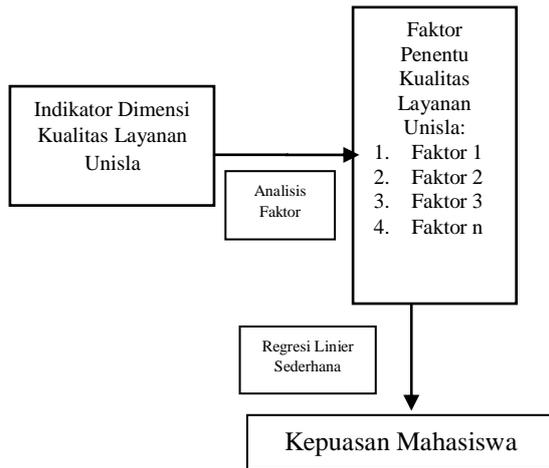
Tujuan lain dari terbentuknya kualitas layanan adalah untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai konsumen dari Unisla. Hal ini dikarenakan dengan pelayanan yang baik, maka banyak kemudahan yang akan didapat oleh mahasiswa. Baik sistem pendidikan, program,

fasilitas dan layanan prima lainnya yang nantinya akan memuaskan kebutuhan mahasiswa.

Melalui fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan pengujian terhadap faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu kualitas layanan di Universitas Islam Lamongan serta hubungannya dengan kepuasan mahasiswa.

2. METODE

Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini didasari oleh beberapa klasifikasi (Cooper & Schindler, 2008 : 142) yakni penelitian eksploratif dan eksplanatif karena disamping melakukan eksplorasi juga bertujuan menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis, penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, penelitian *cross sectional*, penelitian primer dimana penelitian menggunakan data primer dan penelitian *statistical study* dimana penelitian menggunakan pengujian statistik dalam analisis data untuk memecahkan masalah penelitian.



Gambar 1 Kerangka Penelitian

3. PEMBAHASAN

Faktor yang terbentuk setelah dilakukan pengujian adalah sebanyak lima faktor dimana kelima faktor tersebut memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari 1.

Tabel 1 KMO dan Bartlett's Test

		Nilai
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.825
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.8873
	df	325
	Sig.	.000

Berikut merupakan faktor pembentuk kualitas layanan:

1. Nilai-nilai dosen. Faktor ini merupakan faktor utama yang membentuk kualitas layanan di Unisla. Dimana faktor ini merepresentasikan tenaga pengajar dari Unisla. Nilai-nilai ini meliputi pengetahuan dosen, sikap dosen terhadap mahasiswa hingga kemampuan dosen memahami nilai-nilai akademik yang ada di Unisla
2. Citra. Faktor ini merupakan salah satu faktor yang dibentuk dari bagaimana Program Studi yang ada di Unisla memberikan kinerja yang nyata untuk para mahasiswanya. Hal ini akan tercermin pada beragam program yang dibuat oleh program studi, kualitas program hingga keterserapan lulusan di dunia kerja.
3. Sikap staf. Faktor ini adalah faktor kualitas layanan yang menggambarkan kemampuan staf administrasi dalam melakukan pelayanan terutama terhadap mahasiswa. Misalnya sikap staf terhadap mahasiswa, keinginan untuk membantu, hingga pengetahuan staf tentang tata administrasi.
4. Keandalan. Faktor ini merepresentasikan etos kerja Unisla baik staf, manajemen maupun tenaga pengajar. Misalnya, kecepatan layanan

dari staf administrasi hingga kemampuan dalam menjaga kerahasiaan informasi.

5. Komunikasi adalah faktor yang berkaitan dengan kemudahan dalam akses komunikasi dengan mahasiswa, respon yang baik terhadap mahasiswa hingga dukungan kampus terhadap serikat mahasiswa.

Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.998	.195			10.258	.000
KP	.471	.052	.677		9.117	.000

a. Dependent Variable:
KL

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan regresi linier sederhana, didapatkan hasil bahwa Kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai beta sebesar 0,052 dan bernilai positif yang artinya variabel bebas yaitu kualitas layanan mempengaruhi variabel bebas kepuasan mahasiswa secara positif. Selain itu jika melihat nilai signifikannya adalah 0,000 yang artinya kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan selain berpengaruh positif, variabel bebas kualitas layanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

4. KESIMPULAN

a. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan analisa statistik, maka dapat disimpulkan:

- 1) Terdapat lima faktor pembentuk kualitas layanan Universitas Islam Lamongan yaitu: Nilai-nilai dosen, Citra, Sikap Staf, Kendalan dan Aksesibilitas.
- 2) Variabel Kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

b. Saran

Dengan adanya hasil dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan kepada Unisla yaitu (1) Unisla sebagai perguruan tinggi yang menjual jasa pelayanan dan pengajaran diharapkan untuk lebih meningkatkan sumber daya tenaga pengajarnya. Hal ini bisa dari sisi kualitas pengajar, pengetahuan maupun sikap dosen terhadap mahasiswa. Untuk meningkatkan hal-hal tersebut bisa dengan cara memberikan pelatihan untuk

mengupdate pengetahuan dan kemampuan dosen. (2) Dari faktor Citra, Unisla bisa melakukan inovasi untuk berbagai macam program belajar, meningkatkan kualitas program-program yang sudah ada baik program studinya maupun program kerjanya sehingga mampu memberikan reputasi yang baik sehingga memudahkan lulusannya terserap dalam dunia kerja. (3) Berdasarkan faktor sikap staf, hendaknya pihak Unisla bisa memberikan pelayanan yang prima terutama staf administrasi. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang cepat, bersikap baik terhadap mahasiswa hingga memiliki pengetahuan yang baik mengenai tentang tata administrasi. (4) Faktor keandalan adalah kemampuan dari Unisla untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijadikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Oleh karena itu hendaknya memiliki etos kerja yang tinggi, kecepatan pelayanan dan memiliki program yang berkualitas. (5) Aksesibilitas adalah faktor dimana mahasiswa memiliki kemudahan untuk berkomunikasi dengan pihak Unisla baik dalam hal menyampaikan pendapat maupun dalam pencairan informasi. Oleh karena itu hendaknya Unisla meningkatkan atau memperbaiki media komunikasi yang bisa memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak.

REFERENSI

- Basuki Rahmad dan Trisa Indrawati. 2012. Isees Model: Model Of Hospital Service Based On Internal and External Service Quality. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 15 No.3, 457-470.
- Brocado, Ana. 2009. "Comparing Alternative Instrument To Measure Service Quality In Higher Educatio", *Quality Assurance in Education*, Vol. 17 No.2 pp 174-190
- Cooper, Donald R dan Pamela S. Schindler. 2008. *Business Research Methods*. Fifth Edition. New York. Richard D Irwin Inc.
- Dewi Ayu Wulandari dan Tatik Suryani. 2017. Service Quality And The Impact On Student's Satisfaction Loyalty To Master Of Management Program In Surabaya. *Journal of Research in Economics and Management*. Vol 17 (1).
- Dhita Dhora Damayanti. 2017. Faktor Penentu Kualitas Layanan Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*. Vol 2 (3): 503-517
- Dhyka Bagus Permana. 2011. Faktor-Faktor Penentu Kualitas Jasa Perbankan Di Surabaya (Studi Komparasi Persepsi Nasabah Dan Karyawan). *Journal of Business and Banking*, Vol 1 (1): 75-84.
- Fandy Tjiptono, 2006. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- _____, 2017. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Gronroos, C. 2007. A service quality model and marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Hermawan Kartajaya, Ardhi Ridwansyah. 2011. *Service with Character: 18 Prinsip Keberhasilan Layanan di Era Horizontal dalam Menciptakan Loyalitas dan Rekomendasi Pelanggan*. Jakarta. Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali. 2014. *Structural Equation Modeling :Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang :Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali & Hengky Latan. 2014. *Partial Least Squares :Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang :Universitas Diponegoro
- Johnson, M.D. & Gustafsson, A. & Andreassen, T.W. & Lervik, L. & Cha. 2001. The evolution and future of nation customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 217-245.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Larson, S. & Susanna, H. 2004. *Managing customer loyalty in the automobile industry*. Department of Business Administration and Social science.
- Lau, Mei Mei, Cheung, Ronnie, Lam, Aris Y. C., Chu, Yuen Ting. 2013. Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study. *Contemporary Management Research*, Vol 9 (3): 263-282.
- Majalah Infobank-Biro Riset Info Bank periode 2010 sampai dengan 2014. "Indonesian Bank Loyalty Index (ILBI)". Edisi Januari 2014. Jakarta.
- Mistry, Snehal Kumar H. 2013. Measuring Customer Satisfaction In banking sector: with Special Reference to Bank of Surat City. *Asia Pacific Journal of Marketing & management Review*, Vol 2 (7): 132.
- Neal, W. D. 1998. *Satisfaction be damned, value drives loyalty*. Diambil kembali dari

- <http://www.sdr-consulting.com/article4.html>
- OJK. (t.thn.). Diambil kembali dari ojk.go.id: <http://www.ojk.go.id/edukasi-perbankan>.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing Research*, Vol 49 (4): 41-48.
- Parasuraman, A, Valarie A Zeithaml dan Leonard L Berry. 1988. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol 64:pp 12-40.
- Rambat Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Emban Patrio.
- Sellappan, R., Devi, P. Praba, & Prabakar, C.R. 2013. Sevice Quality in Retailing, Banking and Insurance: A Comparative Study. *Sona Global Magement Review*, Vol 7(4): 40.
- Smith, S. 1998. *How to create a plan to deliver great customer service*. New York, NY: AMACOM.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.