

STRATEGI PELAYANAN BIRO ADMINISTRASI AKADEMIK MAHASISWA UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

Agung Sedayu, Ngatindriatun

Abstract

This study discusses how the Performance of academic administration bureau (BIAK) at the University of Dian Nuswantoro, how the characteristics, expectations, performance and level of student satisfaction with the services provided by the academic administration bureau (BIAK) at the University of Dian Nuswantoro and how big the influence of the service provided by academic administration bureau (BIAK) on the student satisfaction levels.

Sampling use purposive sampling technique with a number of samples taken as many as 100 student respondents. To analyze the data the researcher uses multiple linear regression equation model to determine the factors that affect students satisfaction on quality service of Academic Administration Bureau (BIAK) Dian Nuswantoro University.

Based on the results of research conducted can be concluded that the quality of service of the academic administration bureau (BIAK) simultaneously affect student satisfaction. This means Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy of academic administration bureau (BIAK) simultaneously affect student satisfaction. Where the service quality variables affect satisfaction by 84.8%.

So that the academic administration bureau (BIAK) Dian Nuswantoro University must keep the quality of services that are included in the category of very high.

Keywords : *Satisfaction, services, administration, Dian Nuswantoro, university.*

1. PENDAHULUAN

Dampak dari globalisasi adalah timbulnya persaingan yang semakin tajam dalam berbagai sektor kehidupan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya dan tingkat kepuasan pelanggan tergantung kepada mutu produk baik barang maupun jasa (Supranto, 1997). Demikian halnya di bidang pendidikan tinggi, tantangan dan persaingan semakin berat dan kompleks. Tantangan serta persaingan di bidang pendidikan tinggi harus mendapatkan perhatian yang serius, khususnya bagi para pengelola institusi pendidikan tinggi. Perhatian ini berupa upaya peningkatan kualitas pendidikan agar tidak kalah bersaing. Dalam suatu persaingan bisnis, dimana banyak produsen menawarkan barang dan jasa yang sama, maka untuk dapat memenangkan persaingan tersebut produsen harus dapat menjaga kualitas, khususnya kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan (*service quality*) telah menjadi bahasan yang sangat populer dalam praktik maupun kajian akademis. Perhatian yang luas ini disebabkan semakin sadarnya tuntutan menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas di mata konsumen. Tidak terlepas di dunia pendidikan, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang paling penting.

Tuntutan terhadap institusi perguruan tinggi dewasa ini bukan hanya sebatas kemampuan untuk menghasilkan lulusan mahasiswa dengan predikat akademik yang sangat memuaskan, tetapi juga dapat memberikan pelayanan akademik yang sangat memuaskan juga. Hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan yang diinginkan masyarakat kepada perguruan tinggi meliputi jaminan kualitas (*quality assurance*), pengendalian kualitas (*quality*

control), dan perbaikan kualitas (*quality improvement*) (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, 1998).

Universitas sebagai salah satu perusahaan jasa yang menyediakan fasilitas pendidikan tinggi, memiliki faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi Universitas dalam mendapatkan para mahasiswa. Faktor internal merupakan faktor yang dapat dikontrol oleh penyedia jasa sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang tidak dapat dikontrol. Oleh karena itu lembaga pendidikan harus mampu mendiferensiasi jasa yang ditawarkan, sehingga selalu ada di dalam benak konsumen dan dapat menjadi referensi utama dalam pemilihan jasa pendidikan. Faktor-faktor tersebut bahkan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah calon mahasiswa yang berminat untuk menempuh pendidikan di Universitas tersebut, atau bahkan mengurangi jumlah calon mahasiswa yang berminat. Salah satu faktor utama yang berperan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan tersebut adalah bidang atau bagian pelayanan administrasi akademik, bagian pelayanan administrasi akademik merupakan salah satu bagian internal yang berhubungan secara langsung dengan pengguna jasa dalam hal ini mahasiswa. Pelayanan yang didapatkan oleh para mahasiswa secara langsung akan mempengaruhi persepsi mereka. Mahasiswa akan mendapatkan perasaan puas atau tidak puas pada saat menerima pelayanan administrasi akademik tersebut. Meningkatkan atau mempertahankan tingkat kepuasan mahasiswa sebagai konsumen sangat penting demi kelangsungan hidup sebuah Universitas.

Pada masa lalu, banyak perguruan tinggi yang kurang memperhitungkan pelayanan yang berorientasi kepada mahasiswa, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan perasaan mahasiswa. Tetapi pada masa kini, justru orientasi pada perasaan mahasiswa menjadi hal yang utama. Hal ini karena setiap kontak yang dilakukan terhadap mahasiswa ketika menjalani proses pendidikan akan meninggalkan kesan yang tidak terlupakan pada mahasiswa, baik kesan buruk maupun kesan baik. Kesan buruk akan membuat mahasiswa menceritakan hal yang buruk kepada orang lain, sebaliknya kesan yang baik akan membuat mahasiswa menceritakan hal yang baik pula kepada orang lain. Kesan yang baik akan berdampak baik kepada perguruan tinggi, antara lain akan meningkatkan peminat untuk memilih pendidikan di perguruan tinggi tersebut.

Salah satu cara untuk menarik minat mahasiswa untuk masuk sebuah perguruan tinggi adalah memberikan pelayanan yang dapat memuaskan mahasiswa. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan mahasiswa bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan. Hal ini juga disadari oleh pihak UDINUS, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan administrasi karena pelayanan administrasi membutuhkan tidak saja ketelitian dalam sistem operasinya, tetapi juga pelayanan yang ramah dan responsif terhadap kebutuhan mahasiswa.

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi di Semarang yang sedang berkembang diharapkan mampu menjawab kebutuhan, tantangan dan persaingan yang sedang dihadapi perguruan tinggi pada umumnya. Untuk dapat meningkatkan mutu pelayanan administrasi akademik secara menyeluruh di UDINUS, mutu pelayanan harus menjadi perhatian yang utama karena interaksi mahasiswa sebagai konsumen. Demikian halnya dengan mutu pelayanan oleh administrasi akademik UDINUS. Pelayanan akademik di UDINUS terpusat di Biro Administrasi Akademik (BIAK), dimana setiap kebutuhan akademik mahasiswa dapat dilayani pada biro tersebut.

BIAK merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari seluruh kegiatan pendidikan di UDINUS. Kegiatan administrasi akademik UDINUS bertujuan untuk memberikan dukungan kepada kegiatan yang bersifat akademis. Dalam era persaingan yang sangat kompetitif di bidang pendidikan, peran pelayanan administrasi menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian dari seluruh komponen yang terlibat dalam pengembangan UDINUS.

Sebab dalam proses pendidikan di perguruan tinggi sistem administrasi dan pelayanan akademik merupakan bagian yang paling banyak bersentuhan dengan mahasiswa. Ketika mahasiswa ditanya tentang bagaimana kualitas pelayanan di UDINUS, maka jawaban yang muncul pertama kali oleh mahasiswa adalah pelayanan administrasi. Oleh karena itu dalam era persaingan, pelayanan administrasi menjadi penentu keberhasilan meraih konsumen (mahasiswa). Apabila pelayanan yang diterima mahasiswa tidak memperhatikan dimensi-dimensi pelayanan, maka mahasiswa tidak akan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BIAK UDINUS.

Penelitian mengenai kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BIAK UDINUS dapat dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Sehingga dapat dijadikan dasar untuk evaluasi diri dan mampu meningkatkan kinerja.

Penelitian yang dilakukan oleh (Srinadi & Nilakusmawati, 2008) tentang faktor-faktor penentu kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang dilakukan di Fakultas MIPA Universitas Udayana, menggunakan dimensi kualitas yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Sedangkan penelitian (Ndendo & Siringoringo, 2007) yang bertujuan menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Gunadarma terhadap pelayanan PSMA (pengembangan Sistem Manajemen Akademik) on-line yang menggunakan *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*, sebagai penentu tingkat kepuasan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pelaksanaan pelayanan Biro Administrasi Akademik (BIAK) di Universitas Dian Nuswantoro dan mengidentifikasi pengaruh pengaruh pelayanan yang diberikan Biro Akademik (BIAK) terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Dian Nuswantoro, melalui lima dimensi kualitas pelayanan adminidtrasi akademik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan administrasi akademik di perguruan tinggi berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan mahasiswa sebagai pelanggan. (Berry & Parasuraman, 1991) dan (Gronroos, 1990) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan evaluasi keseluruhan dari fungsi jasa yang diterima secara aktual (kualitas teknis) dan bagaimana cara pelayanan tersebut disampaikan (kualitas fungsional). Sedangkan (Kotler, 2006) mendefinisikan kualitas layanan sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceive service*) sama dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 1994), bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) dapat didefinisikan sebagai “perbandingan antara pelayanan yang dipersepsikan atau diterima dengan harapan pelayanan disukai”.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa perguruan tinggi terdapat beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen. Menurut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) untuk mengukur kualitas pelayanan jasa perguruan tinggi menggunakan lima dimensi pokok, yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Dimensi bukti langsung merupakan fasilitas fisik, penampilan personil, serta peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

2. Kehandalan (*reliability*)
Dimensi kehandalan adalah suatu kemampuan memberikan pelayanan secara benar, dapat diandalkan, kemampuan menyediakan jasa pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
Dimensi daya tanggap merupakan kemauan serta itikat baik untuk memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
4. Jaminan (*assurance*)
Dimensi Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan dan sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
5. Perhatian (*emphaty*).
Dimensi Empati merupakan perhatian atau kepedulian karyawan terhadap mahasiswa secara individual.

Seperti yang diungkapkan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, namun sebaliknya jika kenyataan jauh dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan buruk. (Kettinger & Lee, 1994) melakukan penelitian tentang kualitas jasa yang dipersepsikan dan fungsi kepuasan pengguna jasa informasi. Penelitian ini menggunakan SERVQUAL untuk mendapatkan informasi secara spesifik tentang kepuasan *user* atas fungsi jasa informasi. Mereka mendukung pernyataan (Oliver, 1980) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi diskonfirmasi antara harapan dan persepsi atas kinerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata hanya variabel *reliability* dan *emphaty* saja yang merupakan prediktor dari kepuasan konsumen (Kettinger & Lee, 1994).

Kepuasan Konsumen menurut (Kotler, 2000) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan sesuatu hasil evaluasi dari emosi.

Penelitian mengenai kepuasan konsumen menjadi topik sentral dalam dunia riset pasar dan berkembang pesat. Konsep berpikir bahwa kepuasan konsumen akan mendorong meningkatnya profit adalah bahwa konsumen yang puas akan bersedia membayar lebih untuk “produk” yang diterima dan lebih bersifat toleran akan kenaikan harga. Hal ini tentunya akan meningkatkan margin perusahaan dan kesetiaan konsumen pada perusahaan. Konsumen yang puas akan membeli “produk” lain yang dijual oleh perusahaan, sekaligus menjadi “pemasar” yang efektif melalui *Word of mouth* yang bernada positif (Ganesh, Arnold, & Reynolds, 2000)

Atribut-atribut dari kepuasan konsumen secara universal menurut (Dutka, 1994) adalah:

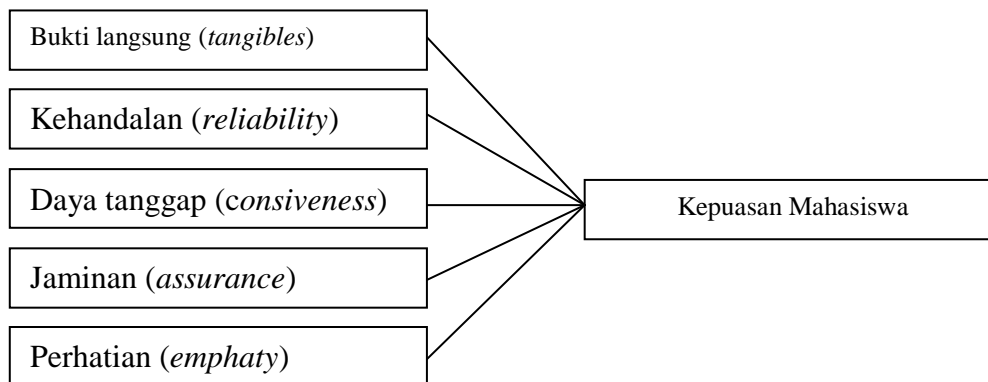
1. ***Attributes related to the product*** :
 - a. *value-price relationship*, merupakan faktor sentral dalam menentukan kepuasan konsumen, apabila nilai yang diperoleh konsumen melebihi apa yang dibayar, maka suatu dasar penting dari kepuasan konsumen telah tercipta.
 - b. *product quality*
Merupakan penilaian dari mutu suatu produk
 - c. *product benefit*
merupakan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dalam menggunakan suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan kemudian dapat dijadikan dasar positioning yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya

- d. *product features*
merupakan ciri-ciri tertentu yang dimiliki oleh suatu produk sehingga berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing
 - e. *product design*
merupakan proses untuk merancang gaya dan fungsi produk yang menarik dan bermanfaat
 - f. *product reliability and consistency*
merupakan keakuratan dan keterandalan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan menunjukkan pengiriman produk pada suatu tingkat kinerja khusus
 - g. *Range of product or service*
merupakan macam dari produk/jasa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. ***Attributes related to service :***
- a. *guarantee or warranty*
merupakan jaminan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap produk yang dapat dikembalikan bila kinerja produk tersebut tidak memuaskan
 - b. *delivery*
merupakan kecepatan dan ketepatan dari proses pengiriman produk dan jasa yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya.
 - c. *complaint handling*
merupakan penanganan terhadap keluhan yang dilakukan oleh konsumen terhadap perusahaan
 - d. *resolution of problem*
merupakan kemampuan perusahaan dengan serius dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh konsumen.
3. ***Attributes related to purchase :***
- a. *Courtesy*
merupakan kesopanan, perhatian, pertimbangan, keramahan yang dilakukan karyawan dalam melayani konsumennya
 - b. *communication*
merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh karyawan perusahaan kepada konsumennya
 - c. *ease or convenience acquisition*
merupakan kemudahan untuk mendapatkan pengetahuan tentang produk dari perusahaan
 - d. *company reputation*
adalah reputasi yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap perusahaan tersebut yang akan mengurangi ketidakpastian dan resiko dalam keputusan pembelian
 - e. *company competence*
adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mewujudkan permintaan yang diajukan oleh konsumen dalam memberikan pelayanan

2.1 Kerangka Pemikiran

Tidak dapat dipungkiri bahwa penyelenggaraan pendidikan tinggi tidak lepas dari tujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan. Demikian halnya dengan Universitas Dian

Nuswantoro Semarang harus terus meningkatkan mutu pendidikan agar menjadi Universitas pilihan utama bagi calon mahasiswa sesuai visi UDINUS. Peningkatan mutu pendidikan dapat dilakukan melalui peningkatan mutu pelayanan terhadap mahasiswa baik pada bidang pengajaran maupun bidang administratif akademik. Mahasiswa yang juga berinteraksi langsung dengan bidang administrasi akademik selalu mengharapkan pelayanan yang memuaskan. Berdasarkan masalah penelitian dan tujuan penelitian, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran seperti tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1990), telah dimodifikasi.

3. METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan administrasi akademik terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro maka digunakan indikator-indikator yang dijelaskan pada tabel 1 .

Tabel 1
Dimensionalisasi Variabel

No.	Variabel	Simbol	Indikator
1	Kepuasan Mahasiswa		
		Y1	Pelayanan BIAK dapat memuaskan mahasiswa
		Y2	Secara umum informasi yang dibutuhkan mahasiswa dapat dipenuhi
2	Reliability (kehandalan)	X.1	
		X1.1	Prosedur pelayanan BIAK tepat dan cepat
		X1.2	Pelayanan BIAK dalam melayani registrasi akademik cepat
		X1.3	Ketepatan waktu pelayanan BIAK yang dimulai pukul 07.00 - 16.00 WIB
3	Tangibles (Bukti langsung)	X2	
		X2.1	Kebersihan ruang BIAK terjaga dengan baik
		X2.2	Kenyamanan fasilitas AC yang tersedia di ruang BIAK
		X2.3	Area ruangan BIAK luas

4	Empathy (empati)	X3	
		X3.1	Bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan
		X3.2	Memberikan informasi yang jelas kepada para mahasiswa
5	Responsiveness (daya tanggap)	X4	
		X4.1	Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat
6	Jaminan (assurance)	X5	
		X5.1	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan
		X5.2	Jaminan terhadap pelayanan kepuasan mahasiswa

Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi penelitian ini diambil dari mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro yang sudah berada pada semester tiga ke atas. Hal ini diasumsikan bahwa mahasiswa yang berada pada semester tiga ke atas sudah mempunyai pengalaman dalam pelayanan Biro Administrasi Akademik (BIAK)

Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan tehnik *non probability* sampling dengan *purposive sampling*.

Alat analisis

Untuk menguji permasalahan yakni ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan Biro Administrasi Akademik (BIAK) Universitas Dian Nuswantoro, digunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut (Gujarati, 2003) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon \quad \dots\dots\dots (1)$$

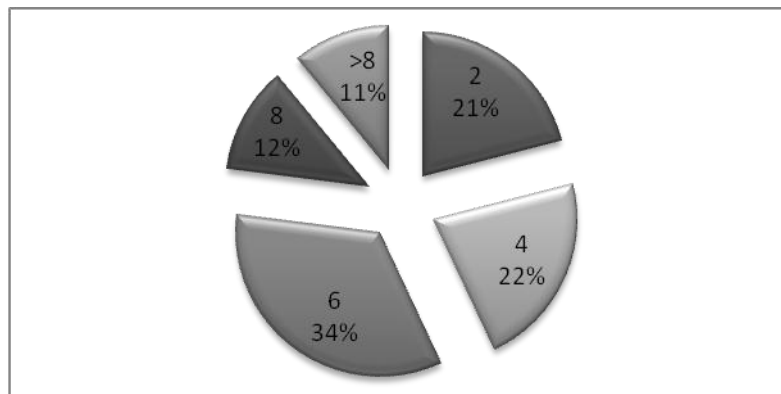
Dimana:

- Y = Kepuasan mahasiswa
- X₁ = Reliability (kehandalan)
- X₂ = Tangibles (Bukti langsung)
- X₃ = Empathy (empati)
- X₄ = Responsiveness (daya tanggap)
- X₅ = Jaminan (assurance)
- β₀ = Konstanta (intersep)
- B_{1, ...} = Koefisien regresi dari variabel X_i menggunakan
- β_{2... β₅} *Unstandardized Coefficients (B)*
- ε = Kesalahan pengganggu

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner terhadap 100 responden yang meliputi mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Kesehatan

Masyarakat, Fakultas Ilmu Bahasa dan Fakultas Teknik diperoleh diskripsi semester yang ditempuh mahasiswa saat penelitian sebagai berikut :



Gambar 2. Sebaran Responden Berdasarkan Semester

Berdasarkan sebaran responden menurut semester, maka mahasiswa yang mengisi kuesioner sebagian besar adalah mahasiswa semester 6, yaitu sebesar 34 persen. Sedangkan hasil pengisian kuesioner untuk setiap variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 2.
Hasil Kuesioner Dimensi Kepuasan Mahasiswa

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden									
		STS		TS		KS		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y = Variabel Kepuasan											
1.	Pelayanan BIAK dapat memuaskan mahasiswa	0	0	4	4	33	33	49	49	14	14
2.	Secara umum informasi yang dibutuhkan mahasiswa dapat dipenuhi	0	0	4	4	35	35	52	52	9	9
	Jumlah	0	0	8	4	68	34	101	50,5	23	11,5
X1 = Reliability (Kehandalan)											
1.	Prosedur pelayanan BIAK tepat dan cepat	0	0	4	4	47	47	35	35	14	14
2.	Pelayanan BIAK dalam me-layani registrasi akademik cepat	0	0	6	6	39	39	43	43	12	12
3.	Ketepatan waktu pelayanan BIAK yang dimulai pukul 07.00 - 16.00 WIB	0	0	5	5	42	42	45	45	8	8
	Jumlah	0	0	15	5	128	42,7	123	41	34	11,3
X2 = Tangible (Bukti Langsung)											

1.	Kebersihan ruang BIAK terjaga dengan baik	0	0	9	9	40	40	35	35	16	16
2.	Kenyamanan fasilitas AC yang tersedia di ruang BIAK	0	0	4	4	48	48	41	41	7	7
3.	Area ruangan BIAK luas	0	0	12	12	48	48	32	32	8	8
	Jumlah	0	0	25	8.4	136	45.3	108	36	31	10.3
X3 = Empathy (Empati)											
1.	Bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan	0	0	6	6	37	37	43	43	14	14
2.	Memberikan informasi yang jelas kepada para mahasiswa	0	0	7	7	34	34	46	46	13	13
	Jumlah	0	0	13	6.5	71	35.5	89	44.5	27	13.5
X4 = Responsiveness (Daya Tanggap)											
	Ketepatan petugas BIAK dalam melayani kebutuhan mahasiswa	0	0	7	7	42	42	41	41	10	10
X5 = Assurance (Jaminan)											
1.	Karyawan BIAK membuat mahasiswa terasa nyaman dalam pelayanan	0	0	8	8	34	34	39	39	19	19
2.	Karyawan BIAK mampu menjawab pertanyaan mahasiswa dengan baik	0	0	9	9	34	34	43	43	14	14
	Jumlah	0	0	17	8.5	68	34	82	41	33	16.5

Tabel 2 menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap kuesioner tentang kepuasan mahasiswa sebanyak 50,5 persen mahasiswa menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan pelayanan BIAK, sedangkan yang menyatakan tidak setuju (tidak puas) hanya 4 persen.

Hasil jawaban responden pada variabel kehandalan (X1), bukti langsung (X2) dan daya tanggap (X4) menunjukkan bahwa responden paling banyak menjawab kurang setuju, masing-masing sebesar 42,7 persen, 45,3 persen dan 42 persen. Sedangkan jawaban responden pada variabel empati (X3) dan jaminan (X5), menunjukkan bahwa jawaban paling banyak adalah jawaban setuju, masing-masing sebanyak 44,5 persen dan 41 persen.

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dilakukan pengujian validitas kuesioner. Hasil analisis korelasi antara skor tiap butir pertanyaan menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing variabel terhadap total skor konstruk menunjukan hasil yang signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel yang ditanyakan dalam penelitian ini adalah valid atau sah. Sedangkan uji kehandalan (Reliabilitas) pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuisisioner yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Dian Nuswantoro ditunjukkan berdasarkan

koefisien Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,50$. Berdasarkan hasil olah data diketahui bahwa hasil Cronbach Alpha dari setiap variabel penelitian memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0.50. Jadi dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari konstruk variabel dalam penelitian ini reliabel atau handal.

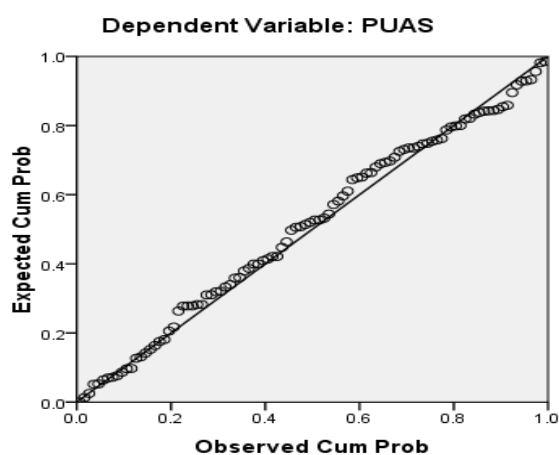
4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Syarat analisis regresi berganda harus memenuhi uji asumsi klasik yang terdiri uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. Normal Probability Plot

Sumber : Data primer diolah, 2011

Dari grafik normal probability plot pada Gambar 3 terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini terdapat korelasi diantara variabel independennya dilakukan uji multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau dengan nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolinieritas dapat dijelaskan pada Tabel 4.

Tabel 4.
Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Colinieritas	
	Tolerance	VIF
Kehandalan	0.364	2.744
Bukti langsung	0.525	1.906
Empati	0.301	3.319
Daya tanggap	0.360	2.780
Jaminan	0.290	3.451

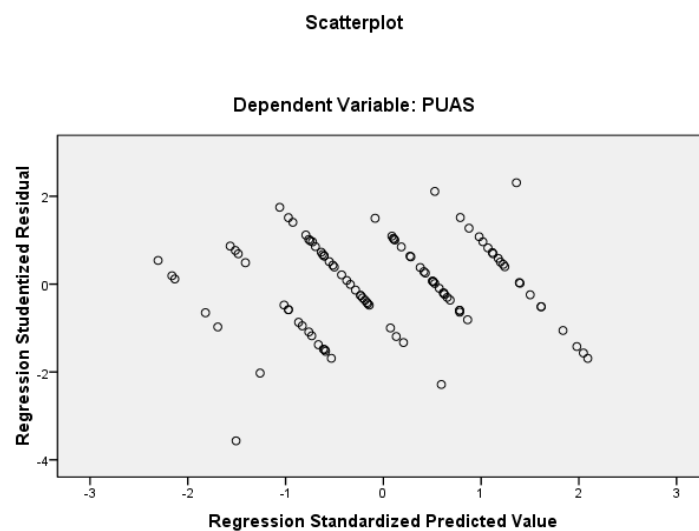
Dependent Variable: Kepuasan

Hasil penelitian yang dituangkan dalam Tabel 4 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0.1 atau 10 persen, begitu juga dengan hasil perhitungan terhadap nilai Variance Inflation Factor (VIF), tidak satu pun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi, dan juga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Dari hasil output didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,916. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 100, seta k = 5 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,571 dan dU sebesar 1,780. Karena nilai DW (1,916) berada pada daerah antara dU dan 4-dU, maka dinyatakan bebas Autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil Scatter plot dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara merata diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari Heteroskedastisitas (Homokedastisitas).

4.3 Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh faktor-faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Assurance*. Secara teoritis kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kelima faktor tersebut. Untuk membuktikan hal tersebut digunakanlah analisis regresi linear berganda dalam menguji pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan mahasiswa sebagai konsumen. Model regresi berganda berbentuk :

$$Y = 0.825 + 0.128X_1 + 0.051X_2 + 0.188X_3 + 0.204X_4 + 0.350X_5$$

Sedangkan hasil uji parsial (uji t) dan simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		t	signifikansi.
	B	Std. Error		
(Constant)	.825	.314	2.626	.010**
Kehandalan (X1)	.128	.043	2.990	.004**
Bukti langsung (X2)	.051	.035	1.476	.143
Empati (X3)	.188	.065	2.905	.005**
Daya Tanggap (X4)	.204	.105	1.946	.055
Jaminan (X5)	.350	.059	5.911	.000**
F = 111.558 (signifikan 5 persen)				
R = 0,925				
Adjusted R ² = 0.848				

Dependent Variable: Kepuasan

** Signifikansi tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2011

Untuk melihat besarnya hubungan dari variabel kehandalan (X₁), variabel tangibles (X₂), variabel empati (X₃), responsiveness (X₄), dan variabel jaminan (X₅) terhadap kepuasan mahasiswa dalam layanan Biro Akademik dapat dilakukan dengan melihat nilai r, berdasarkan hasil pengujian, maka ditemukan nilai r sebesar 0.925 yang berarti bahwa hubungan variabel observasi terhadap dependen variabel adalah saling berhubungan yaitu sebesar 92.5%. Sedangkan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model penelitian dalam menerangkan variasi variabel dependen dapat dilihat melalui nilai Adjusted R². Dari hasil penelitian, ditemukan nilai Adjusted R² sebesar 0.848 yang berarti 84.8% variasi dari kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kelima variabel kualitas pelayanan dan sisanya sebesar 0.152 atau 15.2% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

Uji secara simultan ditunjukkan oleh nilai F-test sebesar 111.558 dapat dikatakan signifikan, maka secara bersama-sama variabel X berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y. Sedangkan secara parsial didapatkan nilai t-hitung variabel kehandalan (X₁) sebesar 2.990, variabel tangible (X₂) memiliki t-hitung sebesar 1.476, variabel empati (X₃) memiliki nilai t-hitung sebesar 2.905, variabel responsiveness (X₄) memiliki nilai t-hitung sebesar 1.946 dan variabel jaminan (X₅) memiliki nilai t-hitung sebesar 5.911, dengan demikian t variabel

responsiveness (X_3), telah terbukti bahwa nilai t-hitung dari setiap variabel independen lebih besar daripada t-tabel. Demikian juga dengan nilai signifikan variabel kehandalan (X_1) sebesar 0.004, variabel tangible (X_2) sebesar 0.143, variabel empati (X_3) sebesar 0.002, variabel responsiveness (X_4) sebesar 0.055 dan variabel jaminan (X_5) sebesar 0.000, secara langsung nilai-nilai tersebut telah membuktikan bahwa variabel tangible (X_2) & responsiveness (X_4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, sedangkan kehandalan (X_1), empati (X_3), dan variabel assurance (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro.

5. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan merupakan modal utama bagi perusahaan dalam menjual jasanya yang mencakup dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* agar tercapai kepuasan pelanggan. Dengan demikian ternyata kepuasan yang dirasakan konsumen merupakan elemen kualitas dari suatu produk atau jasa. Maka secara eksplisit dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen dirasakan setelah konsumen menikmati produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan Biro Administrasi Akademik (BIAK) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dari Biro Administrasi Akademik (BIAK) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Dimana variabel-variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan sebesar 84.8 persen.

Berdasarkan simpulan, maka dapat disarankan bahwa :

1. Bagian pelayanan biro administrasi akademik mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro (BIAK) harus tetap menjaga kualitas pelayanan yang sudah termasuk dalam kategori sangat tinggi
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan (*Reliability*), empati (*empathy*), dan jaminan (*assurance*) merupakan faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga dimasa mendatang diharapkan Bagian pelayanan biro administrasi akademik mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro (BIAK) lebih banyak memperhatikan faktor (*Reliability*), empati (*empathy*), dan jaminan (*assurance*). Beberapa saran yang bisa digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan biro administrasi akademik mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro (BIAK)
 - a. Prosedur pelayanan dan persyaratan untuk mendapatkan pelayanan agar dipermudah, jelas, efisien, dan tepat waktu. Sehingga dapat menyempurnakan mutu pelayanan
 - b. Kedisiplinan, ketelitian dan daya tanggap petugas terhadap permasalahan-permasalahan yang ada harap lebih ditingkatkan, juga tanggung jawab terhadap tugas dan kewajibannya dalam melayani.
 - c. Perlu ditempatkannya petugas-petugas yang sesuai dengan bidang dan kemampuan.
 - d. Area tempat pelayanan dapat diperluas serta diciptakan nyaman mungkin, sehingga siapapun nyaman disana.
 - e. Perlu ada kejelasan petugas pelayanan dan kejelasan tanggung jawab sehingga mahasiswa tahu kepada siapa dia harus mengurus kebutuhannya agar tidak perlu bolak-balik mencari kelengkapan persyaratan dan rekomendasi jika mahasiswa sedang menghadapi permasalahan akademi

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. (1998). *Akreditasi Program Studi Jenjang Sarjana (S1) Hasil Penilaian Tahun 1996/1997*. Jakarta: Direktori Umum Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Berry, L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Service: Competing Through Quality*. New York: The Free Press.
- Dutka, A. (1994). *AMA Handbook for Customer Satisfaction : A Complete Guide to Research, Planning & Implementation*. Lincolnwood, Illinois, U.S.A.: NTC Publishing Group,.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (1994). *Service Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill International Edition.
- Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2000). Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of the Differences Between Switchers and Stayers. *Journal of Marketing* , Vol. 64 (No. 3), 65-87.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing Managing the Moment of truth in Service competition*. Lexington Books.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kettinger, W. J., & Lee, C. C. (1994). Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function. *Decision Sciences* , Vol. 25 (No. 5-6), 737-766.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Milenium I ed.). Jakarta: Penhallindo.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (12th Edition ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Ndendo, R. T., & Siringoringo, H. (2007). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan PSMA On-Line Pada Universitas Gunadarma. *PESAT* , Vol 2.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research* , 17 (No. 4), 460-469.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1990). *An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Model*. Marketing Science Institute Research Program Series.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* , 64 (Number 1).
- Srinadi, I. G., & Nilakusmawati, D. P. (2008). Faktor-Faktor Penentu Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana). *Cakrawala Pendidikan* , Th XXVII (no.3), 217-231.
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press.