



**ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP LAYANAN AKADEMIK
DOSEN MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

**Hawik Ervina¹, Khalimah², Noni
Setyorini³, Henry Casandra G⁴**

indiworo1983@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas PGRI, Semarang, Indonesia

InfoArtikel	Abstrak
<p><i>Sejarah Artikel:</i> Diterima Juli 2018 Disetujui Oktober 2018 Dipublikasikan Desember 2018</p> <p><i>KataKunci:</i> Kepuasan mahasiswa, Perguruan tinggi, reliability, Responsiveness, Assurance Empati</p> <p><i>Keywords:</i> Costumer satisfaction University, reliability, Responsiveness, Assurance Empathy</p>	<p>Perguruan tinggi mempunyai peran yang penting yaitu sebagai pewaris, pelestari, dan agen kebudayaan mempunyai tanggung jawab yang tidak ringan.. Pelayanan akademik adalah suatu kegiatan akademik yang ditawarkan kepada suatu pihak (mahasiswa) baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka pencapaian tujuan akademik. Kepuasan mahasiswa ditentukan oleh kualitas layanan yang berkaitan dengan akademik. Didasarkan hal tersebut maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kepuasan layanan akademik mahasiswa. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. Jumlah sampel adalah 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan bahwa tangibles berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Reliability berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Assurance berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Sedangkan yang terakhir empati berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah tidak didukung.</p> <p>Abstract</p> <p><i>University has an important role that is as heir, preserver, and agent of culture has no light responsibilities. Academic service is an academic activity offered to a party (student) both directly and indirectly in order to achieve academic goals. Student satisfaction is determined by the quality of services related to academics. Based on this, this study is intended to test the satisfaction of student academic services. The sample of this study is students of the Faculty of Economics and Business, PGRI University. The number of samples in this research is 100 people. Based on the results of the study produced that tangibles affect student satisfaction is supported. Reliability influences student satisfaction is supported. Responsiveness influences student satisfaction is supported. Assurance influences student satisfaction is supported. While the latter empathy affects student satisfaction is not supported.</i></p>

□ Alamat korespondensi:
Jl.Sidodadi Timur Nomor 24- Dr.Cipto
Semarang-Indonesia 50125
Kampus UPGRIS, Gedung Pusat

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi mempunyai peran yang penting yaitu sebagai sebagai pewaris, pelestarian dan agen kebudayaan mempunyai tanggung jawab tidak ringan. Apalagi dalam era globalisasi seperti sekarang ini, masuknya teknologi dan informasi tanpa batas tentu segi negatifnya menjadi ancaman serius dalam dunia pendidikan, lebih-lebih pada perguruan tinggi. Siagian dalam bukunya yang berjudul *Filsafat Administrasi* mengatakan perlu adanya kesatuan arah (Unity Of Direction) artinya bahwa semua kegiatan, semua sumber, semua pemikiran, keahlian, waktu, dan kemampuan ditujukan hanya kepada satu arah yaitu pencapaian tujuan dengan cara yang seefisien dan seefektif mungkin. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan senang, atau tidak senang, puas atau tidak puas, lega atau tidak lega terhadap sesuatu atau seseorang (Gistituati, 2009; Hoy & Miskel, 2008; Noel-Levitz, 2012; Lukum & Paramata, 2015; Sedarmayanti, 2009; Suharno, 2012; Ratminto, 2007; Sutopo & Suryanto, 2003; dan Yamit 2001). Perasaan ini muncul setelah individu membandingkan antara yang dialami atau diterimanya dengan yang diharapkannya. Jika yang diterima atau dialaminya melebihi harapan, maka individu tersebut akan merasa puas. Demikian sebaliknya, jika kenyataan lebih rendah dari harapan, maka individu tersebut akan merasa tidak puas.

Pelayanan akademik adalah suatu kegiatan akademik yang ditawarkan kepada suatu pihak (mahasiswa) baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka pencapaian tujuan akademik. Kepuasan mahasiswa ditentukan oleh kualitas layanan yang berkaitan dengan akademik. Menurut Tampubolon (2001), layanan akademik memiliki porsi yang sangat besar dalam layanan pendidikan. Oleh sebab itu, layanan akademik merupakan layanan yang banyak berkaitan secara langsung dengan mahasiswa. Universitas dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan cara menjalankan pelayanan akademik yang berkualitas yaitu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Pelayanan akademik yang berkualitas memberikan dorongan bagi mahasiswa untuk menjalin ikatan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang. Mahasiswa yang puas akan memberikan manfaat bagi institusi, misalnya mereka akan terus menggunakan jasa institusi tersebut dengan studi lanjut, mereka juga dapat mempromosikan kepada orang lain sehingga pada akhirnya akan meningkatkan citra dari universitas tersebut.

Dari pengertian ini, maka pelayanan akademik dosen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan atau ditawarkan atau diberikan oleh dosen kepada mahasiswa yang dilayaninya.

Pelayanan ini bersifat tidak berwujud atau tidak bisa diraba, tetapi merupakan tindakan nyata yang bias dirasakan oleh mahasiswa yang mendapatkan pelayanan tersebut. Di antara tindakan nyata atau kegiatan pelayanan akademik yang diberikan oleh dosen tersebut bisa berupa layanan pembelajaran dan layanan pembimbingan penulisan tugas akhir. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap layanan akademik dosen adalah perasaan senang tidak senang, puas atau tidak puas mahasiswa terhadap layanan pembelajaran dan penulisan tugas akhir yang diberikan dosen. Kepuasan mahasiswa terhadap layanan akademik dosen ini sangat penting karena hal ini bisa menjadi kunci bagi keberhasilan mahasiswa (Noel-Levitz, 2012; dan Propp & Rhodes, 2006).

Dari berbagai penelitian ditemukan bahwa kepuasan mahasiswa terhadap layanan akademik, termasuk di dalamnya adalah layanan pembelajaran dan layanan administratif yang diterimanya tidak hanya berpengaruh terhadap kemajuan belajar mahasiswa, tetapi juga berpengaruh terhadap efisiensi dan efektivitas lembaga pendidikan tinggi (lihat Abbasi, Chaudhary, & Imdadullah, 2011; Chedzoy & Burden, 2007; Choi, Ibrahim, & Tan, 2013; Concannon & Campbell, 2005; Gray, 2010; Johnson, Hornik, & Salas, 2008; dan Lukum & Paramata, 2015). Perguruan tinggi yang mampu memberikan layanan akademik yang baik kepada para mahasiswanya akan membuat para

mahasiswa merasa puas, sehingga mereka dapat menyelesaikan pendidikannya tepat waktu. Penyelesaian pendidikan mahasiswa yang tepat waktu ini akan membuat perguruan tinggi menjadi efektif dan efisien, dan juga bias kepada membuat perguruan tinggi tersebut semakin populer, dan semakin diminati oleh para calon mahasiswa.

Berdasarkan dari pemikiran di atas bisa difahami, bahwa layanan akademik dalam perguruan tinggi adalah masalah yang sangat penting bagi suksesnya proses pendidikan di Perguruan Tinggi. Oleh sebab itu dipandang penting bagi universitas untuk secara berkala melakukan evaluasi terhadap layan itu dengan cara menjanging informasi dari penggunanya (mahasiswa), untuk selanjutnya dilakukan perbaikan-perbaikan guna meningkatkan mutu layanan dan sekaligus kualitas universitas tersebut dalam memenuhi tuntutan perkembangan zaman.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Menurut Locke (dalam AS Munandar, 2001), perasaan-perasaan yang berhubungan dengan kepuasan atau ketidakpuasan cenderung mencerminkan pengalaman-pengalaman pada waktu sekarang dan lampau daripada harapan-harapan untuk masa yang akan datang. Philip Kotler (1997) mengatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa

seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari 3 tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau gembira (Kotler & Susanto, 2000).

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2008) kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Garvin dan Davis (dalam Nasution, 2004) menyatakan, bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang

memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler,1994). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Tjiptono, 2004).

Persepsi konsumen mengenai kualitas jasa adalah membandingkan harapan mereka atas suatu pelayanan dengan kenyataan/pengalaman yang mereka dapatkan atas pelayanan tersebut menurut Zemke, Ron dan Schaff, Dick, 1989 (dalam Arief, 2007). Menurut Wyckof (dalam Arief, 2007) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman, et al, 1985 (dalam Nasution, 2004), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu: expected service (jasa

yang diharapkan) dan perceived service (jasa yang diterima).(Parasuraman, et al dalam Tjiptono, 2004).

Berdasarkan pada dua faktor utama yang disebutkan diatas dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut : apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Dan apabila layanan yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Dimensi Kualitas Layanan

Dalam menilai kepuasan yang diberikan fakultas, mahasiswa melihat kualitas dari layanan akademik tersebut sehingga pada akhirnya ia akan merasa puas atau tidak puas atas pelayanan dari akademik tersebut. Ada beberapa pakar pemasaran, seperti Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh

faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut meliputi (Parasuraman, et. al dalam Tjiptono, 2004) :

- a) Reliability, mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya.
- b) Responsiveness artinya kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- c) Competence artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu. Access meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- d) Courtesy meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact personnel.
- e) Communication artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- f) Credibility yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.

- g) Security yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu – raguan.
- h) Understanding yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- i) Tangibles yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan.

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Parasuraman dan kawan – kawan (dalam Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 1994 dan Zeithaml dan Bitner, 1996) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok, meliputi :

- a. Bukti langsung (Tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi atau representasi fisik dari jasa. Dalam hal ini dapat dilihat dari staf yang selalu siap setiap saat memberikan layanan informasi kepada konsumen.
- b. Keandalan (Reliability) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat sejak awal.

- c. Daya tangkap (Responsiveness) artinya keniginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Staf dapat memberikan pelayanan informasi sesuai dengan keinginan konsumen dan staf dengan segera memberi tanggapan masalah yang dihadapi konsumen.
- d. Jaminan (Assurance) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, para staf diharapkan mampu menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman bagi pelanggannya.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

f. Berdasarkan dimensi kualitas layanan diatas, penulis akan menggunakan dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh Parasuraman (dalam Tjiptono) dalam membuat skala kualitas layanan.

Ringkasan Hipotesis :

H1 : tangibles berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa

H2 : reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa

H3 : responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa

H4 : assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa

H5 : empati berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa

METODE

Penelitian yang akan kami lakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian hipotesis.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah stratified sampling. Dalam penelitian ini menggunakan metode stratified sampling, stratified sampling adalah sampel acak di mana peneliti mengidentifikasi seperangkat kategori yang saling berhubungan dan melengkapi, membagi kerangka sampling dengan kategori, dan kemudian

menggunakan pilihan acak untuk memilih kasus dari masing-masing kategori. Kuesioner dalam penelitian ini diberikan secara pribadi (self-administrated survey).

Penelitian ini menggunakan *online survey* sebagai metode pengumpulan data. Jumlah butir kuesioner adalah 27 item pernyataan, yang terdiri dari 4 item mewakili variabel *tangibles*, 5 item mewakili variabel *reliability*, 5 item mewakili variabel *responsiveness*, 6 item mewakili variabel *assurance*, 3 item mewakili empati, dan 4 item mewakili variabel kepuasan mahasiswa. Penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 1 Juni 2018 hingga tanggal 21 Maret 2018. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan *online survey* dengan aplikasi *Google Form*. *Google form* adalah *software online survey* dibuat oleh google dan bersifat gratis. Selain itu *Google form* dipilih karena dapat membatasi jumlah responden sehingga dapat mengantisipasi munculnya bias. Jumlah kuesioner yang terkumpul adalah 105 responden. Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah sebanyak 0

kuesioner. Jumlah kuesioner yang dapat diolah sebanyak 105, yang terdiri dari responden mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2018 dan 2017. Berikut adalah rincian hasil penyebaran kuesioner.

Tabel 4.1
Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Kuesioner yang tidak dapat diolah	0	0%
Kuesioner dengan data outlier	0	0%
Kuesioner yang dapat diolah	105	100%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka berikut adalah hasil yang telah diolah :

Tabel 4.2 Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846	.838	.33018

a. Predictors: (Constant), ET, BT, CT, AT, DT

b. Dependent Variable: FT

Hasil koefisien determinasi pada pengujian dinyatakan bahwa model koefisien determinasi adalah 0,846. Sedangkan, nilai Adjusted R² pada model adalah 0,838. Hal ini berarti bahwa, masuknya variabel independen berkontribusi memberikan tambahan penjelasan sebesar 83,8% untuk varians yang terjadi pada variabel Kepuasan konsumen.

Table 4.3 Uji Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.080	5	11.816	108.386	.000 ^b
	Residual	10.793	99	.109		
	Total	69.873	104			

a. Dependent Variable: FT

b. Predictors: (Constant), ET, BT, CT, AT, DT

Uji F digunakan untuk memvalidasi model regresi. Nilai hasil uji F juga ditampilkan pada tabel diatas. Berdasarkan nilai uji F tersebut, signifikansi model menunjukkan *p value* kurang dari 0,05. Jika nilai statistik uji F signifikan pada alpha 5%, maka variabel independen pada model penelitian secara

simultan dinilai mampu untuk memprediksi perubahan variabel kepuasan mahasiswa.

Tabel 4.3 Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.013	.189		-.071	.944		
	AT	.246	.110	.231	2.243	.027	.147	6.787
	BT	.211	.105	.191	2.008	.047	.172	5.816
	CT	.167	.095	.169	1.751	.083	.167	5.973
	DT	.501	.119	.473	4.210	.000	.124	8.090
	ET	-.114	.091	-.112	-1.258	.211	.195	5.115

a. Dependent Variable: FT

Hasil uji regresi berganda pada tabel diatas digunakan untuk memaparkan hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 5. Didasarkan table diatas hipotesis 1 yang menyatakan bahwa tangibles berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa reliability berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa assurance berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung. Sedangkan yang

terakhir hipotesis 5 yang menyatakan empati berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah tidak didukung.

Diantara ke empat hipotesis yang didukung, variable empati memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,473. Sedangkan tangibles menduduki peringkat kedua dalam factor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa sebesar 0,231 dan reliability memiliki pengaruh sebesar 0,191. Responsiveness memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap kepuasan mahasiswa yaitu sebesar 0.169.

Pembahasan

Elemen-elemen penelitian telah diujikan menunjukkan bahwa hal dasar yang sangat mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap layanan akademik adalah empati. Empati merupakan cerminan dari komunikasi yang baik antar dosen dan mahasiswa, pribadi yang mampu memberikan perhatian dan memahami hal-hal yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Didasarkan hal tersebut sebaiknya dosen memiliki pendekatan yang baik terhadap mahasiswa. Hal yang harus dipahami adalah hati hanya bisa didekati dengan Bahasa hati. Maka proses pendekatan terhadap mahasiswa harus penuh dengan menggunakan Bahasa hati (empati)

namun tetap memegang prinsip-prinsip yang baik.

Sedangkan tangibles merupakan aspek kedua dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Tangibles merupakan bukti fisik dari jasa. Variabel ini sangat penting bagi mahasiswa karena berkaitan dengan kualitas pelayanan, seperti proses penyampaian materi oleh dosen, kesempatan untuk dapat berdiskusi, penguasaan materi, dan ketepatan waktu dalam proses belajar mengajar. Proses tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap penguasaan materi mahasiswa dan kesuksesannya di masa yang akan datang.

Aspek ketiga yang merupakan hal penting dalam pelayanan adalah kehandalan (reliability). Reliability merupakan kemampuan dosen dalam memberikan pelayanan secara akurat, segera, dan memuaskan. Proses ini dicerminkan dengan kemampuan dosen dalam memanfaatkan media dan fasilitas yang disediakan oleh institusi, arahan yang diberikan oleh dosen pada saat awal mengajar sehingga memberikan pemahaman terhadap mahasiswa berkaitan dengan tujuan dari mata kuliah yang akan dipelajari, disamping itu juga berkaitan dengan penggunaan referensi yang mudah dipahami oleh

mahasiswa sehingga akan memudahkan proses belajarnya.

Aspek ke empat yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah assurance. Assurance merupakan kemampuan dosen yang mencerminkan aspek pengetahuan keilmuan, kesopanan, dan kemampuan dalam menumbuhkan kepercayaan pada mahasiswa. Pada aspek ini keterbukaan dosen terhadap mahasiswa sangat diperlukan agar mahasiswa berani untuk mengungkapkan pendapat dan menyampaikan aspirasi yang dimiliki.

- d. Hipotesis 2b : didukung, artinya frekuensi perubahan memoderasi hubungan relationship quality terhadap OCB. Sehingga, semakin tinggi frekuensi perubahan, hubungan relationship quality terhadap OCB akan menjadi semakin kuat.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis berikut kesimpulan yang dapat diambil :

- a. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa tangibles berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung.
- b. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa reliability berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung.
- c. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa responsiveness

berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung.

- d. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa assurance berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah didukung.
- e. Sedangkan yang terakhir hipotesis 5 yang menyatakan empati berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah tidak didukung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa, masih jauh dari kata sempurna, kedepannya penulis akan lebih fokus dan details dalam menjelaskan tentang makalah di atas dengan sumber - sumber yang lebih banyak yang tentunya dapat di pertanggung jawabkan, untuk saran bisa berisi kritik atau saran terhadap penulisan juga bisa untuk menanggapi terhadap kesimpulan dari bahasan makalah yang telah dijelaskan diatas.

Keterbatasan penelitian ini adalah sampel hanya dari mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis, sehingga pengujian ini tidak dapat digeneralisir dengan diterapkan ke sampel lain. Selain itu jumlah sampel yang dapat dikumpulkan juga hanya 100 orang, alangkah lebih baik jika sampel penelitian lebih banyak.

5.3 Saran Penelitian

Saran untuk penelitian mendatang adalah

- a. Peneliti sebaiknya menggunakan variable yang

- lain untuk menguji kepuasan kerja
- b. Peneliti akan lebih baik jika menggunakan variable mediasi atau moderasi dalam menguji kepuasan kerja
- c. Peneliti juga sebaiknya menggunakan sampel yang berbeda-beda dalam menguji hipotesis agar penelitian dapat digeneralisir

DAFTAR PUSTAKA

Apriliana, Santoso, Sumaryati, (2013) 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

Boky, (2016), Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Sekolah Tinggi THEOLOGIA JAFFRAY MAKASSAR, *JURNAL JAFFRAY*, Vol. 14, No. 2, Oktober 2016

Fandy, Tjiptono (1996). *Layanan prima nidang jasa*. Yogyakarta : Andi Offset

Fandy, Tjiptono (2004). *Manajemen jasa*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET
----- (2007). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing

Farida, Jasfar, M. E. (2009). *Manajemen jasa (pendekatan terpadu)*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Gistituati, Effendi, Susanti (2017), *Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana (PPs) Terhadap Layanan Akademik Dosen Di UNIVERSITAS NEGERI PADANG*, Prosiding Semimar Nasional Pascasarjana (SNP) Unsyiah 2017, April 13, 2017, Banda Aceh, Indonesia

Handi. D. Irawan, MBA, M. Com, (2002). "10 Prinsip kepuasan pelanggan", PT. Alex Media Computindo.

Ilyas, (2014), *Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Akademik Dosen Pendidikan Agama Islam (Penelitian Pada Mahasiswa Semester II Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang)*, *Jurnal Penelitian Pendidikan* Vol. 31 Nomor 2 Tahun 2014

James, Engel et al. Poger Blackwell & paul W. Miniard (1994). *Perilaku konsumen*. Jakarta : Terjemahan Binarupa

Pratiwi, (2011), *Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Jakarta*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Jakarta

Philip, Kotler & A.B Susanto (2000). *Manajemen pemasaran di indonesia analisis perencanaan implementasi dan pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat

Philip, Kotler. (2009). *Manajemen pemasaran*, Edisi ke-13. Indonesia: PT. Gelora Aksara Pratama.

Ruslan, Rosady (2003). *Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Sugiyono. 2009. *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta: Bandung

Suharsimi, Arikunto. (2006). *Prosedur suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.