

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA**AGATHA SEPTIANNA S R¹***agatha@ukmc.ac.id***ANTONNY WIJAYA²***awijaya@ukmc.ac.id***PRISCA YENIYATI³***prisca@ukmc.ac.id***DOI : 10.32524/jkb.v17i1.432****ABSTRACT**

The aim of this reseach is to analyze the impact of Service Quality towards Students' Satisfaction within Musi Charitas Chatolic University (MCCU). Service quality has five determinant factors that are reliability, responsiveness, assurance, emphathy and tangible. These determinants must fit with MCCU basic values CHAMPION. Research sample of 214 students from three faculties of MCCU used convenience sampling technique. Data analyze technique used Simple Regression and frequent tabulation. The results showed that students have not been satisfied yet with the service quality required and student still need continuously improvement to improve sustainability competitiveness.

Keywords : *Service Quality, Students' Satisfaction*

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa di dalam Universitas Musi Charitas Chatolic (MCCU). Kualitas layanan memiliki lima faktor penentu, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Penentu ini harus sesuai dengan nilai dasar MCCU. Sampel Penelitian 214 siswa dari tiga fakultas MCCU menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik Analisis Data menggunakan Regresi Sederhana dan tabulasi yang sering. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Siswa belum puas dengan kualitas layanan yang diperlukan dan masih perlu perbaikan terus-menerus untuk meningkatkan daya saing keberlanjutan.

Kata kunci: **Kualitas Layanan, Kepuasan Siswa**

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kualitas jasa yang baik menjadi hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun demikian untuk memahami

¹ Dosen Universitas Katolik Musi Charitas Palembang.

² Dosen Universitas Katolik Musi Charitas Palembang.

³ Dosen Universitas Katolik Musi Charitas Palembang.

bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah karena kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi di dalam pabrik yang kemudian diserahkan kepada konsumen. Kualitas jasa perusahaan akan diuji pada setiap pelaksanaan jasa.

Tuntutan terhadap Perguruan Tinggi saat ini tidak hanya menghasilkan lulusan yang diukur secara akademik, melainkan meliputi keseluruhan program untuk membuktikan kualitas yang tinggi dan didukung oleh akuntabilitas yang ada. Dalam memenuhi tuntutan tersebut, Perguruan Tinggi melalui program-program studinya perlu memperoleh kepercayaan masyarakat dengan jaminan kualitas (*quality assurance*), pengendalian kualitas (*quality control*) dan perbaikan kualitas (*quality improvement*) sesuai dengan UU No.12/2012 Pendidikan Tinggi melalui proses Akreditasi secara nasional yang dilakukan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi atau BAN-PT.

Selain evaluasi kualitas yang dilakukan oleh BAN-PT, maka sebagai kualitas jasa dari konsumen terutama dari mahasiswa nya. Lima determinan yang harus diperhatikan dalam memperhatikan kualitas jasa ini, menurut Kotler & Keller (2009) yaitu:

1. Keandalan (*reliability*): kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat;
2. Daya tanggap (*Responsiveness*): kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu ;
3. Jaminan (*assurance*): Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan ;
4. Empati (*emphaty*): kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan ;
5. Wujud (*tangibles*): Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan bahan komunikasi.

Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC) merupakan transformasi dari penggabungan Sekolah Tinggi Teknik (STT) Musi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Musi, dan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) Perdhaki Charitas demi sebuah cita-cita besar untuk bisa melayani lebih sungguh dan luas bagi masyarakat di bidang pendidikan. Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC) resmi berdiri setelah dikeluarkannya ijin penggabungan oleh Dikti pada tanggal 17 Oktober 2014. Namun demikian UKMC diresmikan pendiriannya pada tanggal 25 Juli 2015. Saat ini UKMC memasuki usia yang ke tiga tahun. Diharapkan dengan bertambahnya usia tersebut, kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, sehingga UKMC semakin terus berkembang menjadi perguruan tinggi yang unggul dan bisa semakin dipercaya oleh masyarakat Sumatera Selatan khususnya Palembang.

Tabel 1
Data Akreditasi Prodi dan Mahasiswa Aktif Tahun 2017

No	Prodi	Akreditasi	Jumlah Mahasiswa
Fakultas Sains Dan Teknologi			
1	Teknik Arsitektur	B	87
2	Teknik Industri	B	92
3	Informatika	B	61
4	Sistem Informasi	B	45
5	Psikologi	-	12

Fakultas Bisnis Dan Akuntansi			
6	Akuntansi	B	588
7	Manajemen	B	494
8	Pgsd	C	61
9	Pbi	C	25
Fakultas Ilmu Kesehatan			
10	Keperawatan	B	56
11	Ilmu Keperawatan	B	228
12	Kebidanan	B	78
13	Ners	B	60
14	Teknologi Lab.Medik	C	107
Total Mahasiswa			1.994

Sumber : Unika Musi Charitas, 2017

Berdasarkan data diatas, bisa diketahui bahwa Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC) saat ini memiliki tiga fakultas, yaitu Fakultas Sains dan Teknologi yang memiliki lima program studi dimana nilai akreditasi dari 4 program studi yaitu Teknik Arsitektur, Teknik Industri, Teknik Informatika dan Sistem Informasi nilainya sudah B, sedangkan 1 program studi Psikologi belum terakreditasi karena merupakan Program Studi baru yang baru keluar ijin operasionalnya pada bulan Juli 2017 yang lalu. Fakultas Sains dan Teknologi memiliki jumlah mahasiswa 297 orang, Fakultas Bisnis dan Akuntansi memiliki empat program studi dimana Program Studi Akuntansi dan Manajemen sudah terakreditasi B sedangkan dua program studi yang lain yaitu Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris dan Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar merupakan dua program studi yang relative baru 2 tahun dan telah terakreditasi C. Fakultas Bisnis dan Akuntansi saat ini memiliki jumlah mahasiswa 1.168 orang. Fakultas Ilmu Kesehatan yang memiliki 5 program studi dimana 4 program studinya yaitu Keperawatan, Ilmu Keperawatan, Kebidanan dan Profesi Ners sudah terakreditasi B dan 1 program studi Analisis Kesehatan atau Teknologi Laboratorium Medik masih terakreditasi C. Fakultas Ilmu Kesehatan saat ini memiliki jumlah mahasiswa 529 orang. Jumlah total mahasiswa aktif Universitas Katolik Musi Charitas sebanyak 1.994 orang mahasiswa.

Visi Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC) adalah menjadi komunitas akademik yang unggul dalam terang kebenaran dan pengetahuan demi terwujudnya pembentukan manusia seutuhnya atau secara riil, menjadi salah satu universitas terbaik/unggul di Sumbangsel. Adapun Misi yang diemban adalah :

1. Menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam terang iman Kristiani untuk kemajuan ilmu pengetahuan
2. Membentuk komunitas akademik yang inovatif, kreatif dan adaptif dengan menjunjung tinggi nilai-nilai kebenaran dan memiliki kepedulian terhadap masyarakat marjinal sebagai sarana pembentukan manusia seutuhnya.

Visi misi Universitas Katolik Musi Charitas disesuaikan dengan Deklarasi *Gravissimum Educationis* (GE) yang secara umum memaparkan gambaran Konsili Vatikan II mengenai spektrum pelayanan gereja tentang pendidikan. Menurut Prof.Dr.B.S.Mardiatmadja, SJ, (2017), Pendidikan Kristiani yang mendasarkan diri pada tugas Murid Kristus untukewartakan Kabar Gembira demi keselamatan seluruh manusia. Ada sejumlah pendalaman yang perlu ditegaskan dalam Pendidikan yaitu bahwa Pendidikan diarahkan pada

Pembentukan Pribadi Manusia. Hal ini sesuai dengan surat gembala yang berharga dari Paus Johannes Paulus II yaitu *Ex Corde Ecclesiae*. *Ex Corde Ecclesiae* terutama menekankan kaitan ilmu dan iman. Dari sisi lain, dapat disadari bahwa pendidikan keluarga maupun sekolah menguatkan dan mengembangkan kemanusiaan secara luas. Mark Murphy dan Ted Fleming (2001) menghidangkan sejumlah pemikiran yang menunjukkan betapa dalam pendidikan si manusia memperdalam dirinya. Dari sisi ini, pendidikan orang tua, sekolah, maupun lembaga lain merasuki kemanusiaan setiap “terdidik” menjadi manusia yang semakin utuh: sebab dengannya mereka dilengkapi untuk mengembangkan akal budi dan pribadinya sehingga mampu mempertanggung jawabkan pendirian dan tindakannya.

Sedangkan Motto: *Veritas et Scientia Nobis Lumen*, Kebenaran dan Pengetahuan adalah Cahaya Hidup, dengan nilai-nilai yang diharapkan menjadi pedoman yang membentuk budaya *Civitas Academica* sehingga menjadi universitas yang unggul, dapat meningkatkan kualitas pelayanan di Universitas Katolik Musi Charitas yaitu CHAMPION yang merupakan singkatan dari: *Charity* - cinta kasih, kemurahan hati; *Humanity* – berorientasi pada kemanusiaan (solider,peka, hormat pada sesama); *Altruism* – Rela Berkorban, *Managing Capacity* – kemampuan manajemen, berkomunikasi lisan dan tertulis, *teamwork*; *Persistent* – berdaya juang, gigih, tangguh; *Integrity* – jujur, disiplin, tanggung jawab; *Open Minded* – terbuka, berwawasan luas; *Novelty* – Menyukai hal-hal baru, inovatif dan kreatif.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana determinan kualitas pelayanan yaitu Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan Wujud (*tangibles*) dihubungkan dengan nilai-nilai Champion yang diyakini bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun budaya UKMC dengan lebih baik. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS (UKMC)”

TELAAH TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Arti Pentingnya Kualitas

Menurut Irawan (2002), kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk bagi pelanggan dan alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Tujuan dari organisasi bisnis adalah menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pengertian produk dalam hal ini mencakup produk *tangible* dan *intangible*. Produk *tangible* sering disebut barang dan produk seperti pakaian, rumah, buku, meja dsb. Sedangkan produk *intangible* seringkali disebut dengan jasa seperti pendidikan, perawatan kesehatan, transportasi, perhotelan, perbankan, dsb. Industri jasa pendidikan akan memberikan produk pendidikan berupa kurikulum, proses belajar mengajar dan sebagainya.

Model kualitas layanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2008), berdasarkan serangkaian penelitian mereka terhadap enam sector jasa: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. Model SERVQUAL banyak diterapkan di berbagai perusahaan dan konteks industri. Popularitas instrumen survei SERVQUAL dikarenakan sejumlah keunggulan. Pertama, instrument SERVQUAL telah berkembang menjadi semacam standar untuk penilaian atas berbagai dimensi kualitas layanan. Kedua, berbagai riset telah menunjukkan bahwa instrumen SERVQUAL sah (valid) untuk berbagai konteks layanan. Ketiga, riset juga

mengindikasikan bahwa kuesioner SERVQUAL andal (*reliable*) artinya pertanyaan-pertanyaannya diinterpretasikan secara sama oleh responden yang berbeda. Keempat, instrumen SERVQUAL memenuhi *criteria parsimony*, karena hanya terdiri dari 22 item, sehingga bisa diisi dengan cepat oleh responden. Kelima instrumen SERVQUAL memiliki prosedur analisis baku yang memudahkan interpretasi hasil.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Konsep *ServQual* sampai saat ini masih merupakan konsep yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis di seluruh dunia yang berkecimpung dalam hal pelayanan pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*.

1. *Reliability*: dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Ada dua aspek dari dimensi ini yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan serta seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada kesalahan. Ada 3 hal besar dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan tingkat *reliability*. Pertama adalah pembentukan budaya kerja "*error free*" atau "*no mistake*". Top manajemen perlu meyakinkan kepada bawahannya bahwa mereka perlu melakukan sesuatu yang benar 100%. Kesalahan 1% tidak hanya menyebabkan produktivitas turun 1% tetapi bisa menurunkan tingkat profitabilitas hingga 5-20%. Kedua, perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan "*no mistake*". Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara terus menerus dan menekankan kerja *teamwork*. Dengan kerja *teamwork*, koordinasi antar bagian menjadi lebih baik. Ketiga, diperlukan tes sebelum suatu layanan benar-benar diluncurkan.
2. *Responsiveness*: dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis yaitu harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan. Dalam bahasa ekonomi, waktu adalah "*scarce resources*". Karena itu, waktu sama dengan uang yang harus digunakan secara bijak. Itulah sebabnya, pelanggan akan tidak puas bila waktunya terbuang percuma karena sudah kehilangan kesempatan lain untuk memperoleh sumber ekonomi. Pelanggan akan siap untuk mengorbankan atau membayar pelayanan yang lebih mahal untuk setiap waktu yang dapat dihemat. Pelayanan yang responsif atau yang tanggap juga dipengaruhi oleh sikap *front-line* staf. Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam hal *responsiveness* ini juga seringkali ditentukan melalui pelayanan lewat telepon.
3. *Assurance*: dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Ada 4 aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas/reputasi dan keamanan.
4. *Empathy*: Meskipun dari hasil studi yang dilakukan Frontier menganggap dimensi ini kurang penting dibandingkan dengan dimensi *reliability* dan *responsiveness* dimata kebanyakan pelanggan, namun untuk kelompok pelanggan "*the haves*" dimensi ini bisa menjadi dimensi yang paling penting. Ini sesuai dengan teori perkembangan kebutuhan manusia dari A.H.Maslow. Dua kebutuhan terakhir yaitu kebutuhan ego dan aktualisasi diri yang banyak berhubungan dengan dimensi empati. Pelanggan mau egonya seperti gengsinya dijaga dan mereka mau statusnya di mata banyak orang dipertahankan dan apabila perlu ditingkatkan terus menerus oleh perusahaan penyedia jasa. Pelayanan yang empati memang sangat memerlukan sentuhan pribadi. Sentuhan pribadi ini banya

menjadi maksimal jika perusahaan memiliki *system database* yang efektif. Dimensi ini memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat “*surprise*” yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan, ternyata diberikan oleh penyedia jasa.

5. *Tangible*: Dimana pelanggan menilai suatu kualitas pelayanan dengan menggunakan indra penglihatan, seperti gedung, peralatan, seragam dan penampilan fisik dari karyawan. Atribut dari dimensi ini adalah materi promosi, seperti brosur dan *leaflet* yang dipajang di atas meja di kantor. Nasabah sering merasa jengkel karena sulit mencari *form* yang diinginkan di bank. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan karena harapan responden menjadi lebih tinggi. Dimensi *Tangible* ini umumnya lebih penting bagi pelanggan yang baru. Tingkat kepentingan aspek ini umumnya relative lebih rendah bagi pelanggan yang sudah lama menjalin hubungan dengan penyedia jasa. Implikasinya, apabila perusahaan sangat fokus mengandalkan pelanggan lama sebagai strategi pertumbuhan, maka investasi dalam dimensi *tangible* ini perlu selektif.

Para periset menyatakan bahwa ada zona toleransi atau kisaran dimana dimensi jasa dianggap memuaskan, ditandai dengan tingkat kesediaan minimum konsumen untuk menerima dan tingkat dimana mereka percaya bahwa jasa bisa dan harus dihantarkan kepada mereka. Menurut Kotler (2009) di dalam model kualitas jasa, periset mengidentifikasi lima determinan kualitas jasa berdasarkan urutan arti pentingnya, sebagai berikut :

1. Keandalan : Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas : Kesiediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu
3. Jaminan : Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan
4. Empati : Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan
5. Wujud : Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan bahan komunikasi

Penetapan Kualitas Jasa Pada Industri Jasa Pendidikan

Penetapan Kualitas Jasa pada Industri Jasa Pendidikan melalui Akreditasi Pendidikan Tinggi. Akreditasi menurut UU no.12/2012 tentang Pendidikan Tinggi merupakan kegiatan penilaian sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan berdasarkan Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Pemerintah membentuk Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) untuk mengembangkan sistem akreditasi. Akreditasi Perguruan Tinggi dilakukan oleh BAN-PT, sedangkan Akreditasi Program Studi sebagai bentuk akuntabilitas publik dilakukan oleh Lembaga Akreditasi Mandiri (LAM-PT).

Ruang Lingkup Standar Nasional Pendidikan berdasar PP No.19/2005, meliputi: a. Standar isi; b. standar proses; c. standar kompetensi lulusan; d. standar pendidik dan tenaga kependidikan; e. standar sarana dan prasarana; f. standar pengelolaan; g. standar pembiayaan; h. standar penilaian pendidikan. Sedangkan Standar Akreditasi BAN-PT (2009), mencakup: A. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran, serta Strategi Pencapaian; B. Tata Pamong, Kepemimpinan, Sistem Pengelolaan dan Penjaminan Mutu; C. Mahasiswa dan lulusan; D. Sumberdaya Manusia; E. Kurikulum, Pembelajaran dan Suasana Akademik; F. Pembiayaan, Sarana dan Prasarana, dan Sistem Informasi; G. Penelitian, Pelayanan/Pengabdian Kepada masyarakat dan Kerjasama.

Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Menurut Handi (2002) Kepuasan Pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Berdasarkan studi literatur dan pengalaman, menurut beliau ada lima *driver* utama kepuasan pelanggan. *Driver* pertama adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan dimensi global dan memiliki 6 elemen yaitu *performance, durability, feature, realibility, consistency* dan *design*. *Driver* kedua adalah harga. bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Bagi industri ritel, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relatif besar. *Driver* yang ketiga adalah *service quality*. *Service quality* sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi sekitar 70%, sehingga kualitas pelayanan ini biasanya sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, *training*, budaya kerja dan hasilnya baru terlihat setelah 3 tahun. Salah satu konsep *service quality* yang populer adalah *ServQual*. Berdasarkan konsep ini *service quality* diyakini mempunyai lima dimensi yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*. *Driver* keempat adalah *emotional factor*, biasanya untuk produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti mobil, kosmetik, pakaian. Kepuasan pelanggan dapat timbul karena *brand image* seperti rasa bangga, percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting. *Driver* kelima adalah berhubungan dengan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Nilai-Nilai Yang Harus Dimiliki Oleh Sekolah Katolik

Menurut Prof. Dr. Paul Suparno, SJ (2017) Sekolah Katolik di Indonesia memang harus mengembangkan anak didik supaya sungguh manusia Indonesia yang penuh dan bersemangatkan kekatolikan. Sekolah Katolik hendaknya membantu siswa menjadi seratus persen Katolik dan seratus persen Indonesia (Mgr. Soegijopranto, SJ) Untuk itu beberapa nilai pokok yang sangat diperlukan untuk perkembangan anak didik menjadi sungguh Katolik dan Indonesia harus ditekankan dan dihidupkan oleh sekolah katolik. Nilai-nilai ini ikut menunjang agar sekolah Katolik semakin ikut bertanggung jawab terhadap kehidupan bangsa yang lebih baik. Beberapa nilai itu antara lain :

1. Nilai dan semangat kasih persaudaraan. Dalam semangat ini dikembangkan beberapa nilai, seperti penghargaan kepada pribadi manusia, hak asasi manusia, kebebasan berpikir, kebebasan mengambil keputusan dan tanggung jawab, kerelaan hidup dan bekerjasama dengan orang yang berbeda, semangat multi kultural, dan penghargaan gender. Termasuk dalam wujud kasih adalah dapat menerima perbedaan dan gembira karena hidup bersama dengan orang yang berbeda. Dalam semangat ini, nilai Pancasila dan Bhinneka tunggal Ika penting untuk didalami dan dimengerti bagi terciptanya kehidupan damai di Indonesia.
2. Iman akan Allah yang mendalam. Dalam lingkup ini, beberapa nilai mendapatkan perhatian, seperti religiositas, pendalaman agama masing-masing, kebebasan beribadah, penghargaan pada ciptaan Tuhan, serta kelestarian alam dan lingkungan. Iman akan Allah tidak hanya terwujud dalam pelajaran agama, tetapi juga pada penghargaan pada alam dan lingkungan yang nyata.

3. Nilai sosial, keadilan. Nilai penting dari kasih dan iman akan Allah adalah keadilan dan sosialitas. Tanpa adanya keadilan dan sosialitas di antara manusia, kasih akan Allah dan sesama tidak akan tampak jelas. Dari nilai ini, beberapa nilai lain mendapatkan perhatian, seperti perhatian pada orang miskin dan kecil, tindak anti korupsi, dan kejujuran. Perhatian khusus pada siswa yang miskin, lemah dan tersingkir harus menjadi ciri penting dalam sekolah Katolik.
4. Nilai moralitas. Moralitas dan etika mendapatkan tekanan penting dalam pengembangan pendidikan Katolik Moralitas Kristiani ini yang membantu setiap sivitas sekolah bertindak moral dan mencari kebenaran. Civitas selalu berpikir mana yang baik dan tidak baik, dan dibantu untuk memilih yang baik. Siswa perlu dibantu untuk menjadi pribadi yang bertanggung jawab terhadap apa yang dipikirkan dan dilakukan.
5. Intelektualitas Dalam pendidikan Katolik, segi intelektualitas tetap penting. Pengembangan nalar penting agar anak didik dapat berkembang menjadi orang yang cerdas. Siswa perlu dibantu menjadi pribadi yang kritis, kreatif dan selalu mencari kebenaran. Pengembangan segi intelek perlu disertai juga pengembangan segi emosi, afeksi dan spiritual.
6. Semangat kasih perlu diwujudkan secara nyata dengan semangat mau diutus bagi orang lain, menjadi garam dunia, terlibat dalam masyarakat. Secara sederhana siswa perlu dibantu untuk peka pada situasi dan kebutuhan masyarakat sekitarnya. Dari berbagai unsur diatas, tampak jelas bahwa siswa di sekolah Katolik perlu dibantu menjadi pribadi yang utuh, dimana semua segi nilai kemanusiaan diperhatikan dan dikembangkan.

Kualitas Pelayanan Dihubungkan Dengan Nilai-Nilai *Champion* :

Apabila kualitas Pelayanan dihubungkan dengan nilai-nilai *Champion*, maka akan terlihat sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*)
Keandalan meliputi bagaimana perusahaan memberikan layanan seperti yang dijanjikan, apakah dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan, apakah dapat memberikan layanan dengan benar sejak pertama kali dan apakah semua karyawan dilatih dengan baik dan memiliki pengetahuan yang baik. Dalam hal ini *reliability* terkait dengan *Managing Capacity, Persistent, Integrity, Open Minded* dan *Novelty*.
2. Tanggapan (*Responsiveness*)
Tanggapan ini meliputi apakah perusahaan memberikan layanan dengan segera, apakah karyawan selalu bersedia membantu nasabah, apakah karyawan selalu siap menanggapi permintaan nasabah dan apakah perusahaan memberikan perhatian kepada individual. *Responsiveness* disini terkait dengan *Charity, Humanity* dan *Altruism*.
3. Jaminan (*Assurance*)
Jaminan ini meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Dalam hal ini *assurance* terkait dengan *Charity, Humanity* dan *Altruism, Integrity, Open Minded*.
4. Empati (*emphaty*)
Empati ini merupakan kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Dalam hal ini *emphaty* terkait dengan *Charity, Humanity* dan *Altruism, Managing Capacity, Persistent, Integrity, Open Minded*.
5. Wujud (*Tangible*)
Wujud ini meliputi apakah perusahaan memiliki peralatan yang modern, memiliki fasilitas fisik yang kelihatan menarik, karyawan berpenampilan rapi dan menarik serta apakah bahan-bahan yang berkaitan dengan pelayanan seperti pamphlet, selebaran,

brosur di perusahaan sangat menarik untuk dilihat. Dalam hal wujud ini terkait dengan *Managing Capacity, Persistent, Integrity, dan Novelty*.

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Jurnal	Hasil
1.	Dwi Aryani dan Febrina Shinta Judul : Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan	Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Mei-Agus 2010	Terdapat pengaruh antara kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI
2.	Munjiati Munawaroh Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan pada Industri pendidikan di Yogyakarta	Jurnal Siasat Bisnis on Marketing, 2005	Kepuasan mahasiswa hanya dipengaruhi oleh gap <i>assurance</i> , gap <i>tangible</i> dan gap <i>reliability</i> tetapi tidak dipengaruhi oleh gap <i>responsiveness</i> dan gap <i>emphaty</i>
3	Fadma Yulianti dan Indra Noor Fajri Kurniawati Judul : Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Kerta Gaya Pusaka Cab. Banjarmasin	Jurnal Spread, April 2011, vol.1 no.1	Kualitas layanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan

Kerangka Teoritis

Tabel 2
Kerangka Teoritis



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian :

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa yang sedang studi di tiga fakultas di lingkungan Universitas Katolik Musi Charitas. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan kemudahan dengan jumlah sampel sekitar 10% dari populasi atau sekitar 200 orang mahasiswa. Dari hasil penyebaran kuesioner, terkumpul 214 responden yang terdiri dari 3 fakultas.

Metode Pengumpulan data

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari obyek yang diteliti dengan menggunakan kuesioner
- b. Studi Pustaka, langkah ini diperlukan untuk mencari dan membaca referensi yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif. Analisis Kuantitatif digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dan analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2016). Analisis regresi sederhana merupakan alat pengukuran untuk menguji pengaruh antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y. Dimana variabel bebas X adalah Kualitas Pelayanan dan Variabel Y adalah Kepuasan Mahasiswa. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 16.

Pengukuran Kualitas Pelayanan :

1. Keandalan (*Reliability*)
Keandalan meliputi bagaimana perusahaan memberikan layanan seperti yang dijanjikan, apakah dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan, apakah dapat memberikan layanan dengan benar sejak pertama kali dan apakah semua karyawan dilatih dengan baik dan memiliki pengetahuan yang baik. Dalam hal ini *reliability* diukur dari penguasaan materi dosen, kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas, dosen tidak terlambat mengajar, dosen berkualifikasi S2/S3, dosen memberikan silabus dan mengajar sesuai silabus, rasio dosen dan mahasiswa = 1 : 30, karyawan menjalankan tugas administratif, dosen memberikan materi sesuai perkembangan.
2. Tanggapan (*Responsiveness*)
Tanggapan ini meliputi apakah perusahaan memberikan layanan dengan segera, apakah karyawan selalu bersedia membantu nasabah, apakah karyawan selalu siap menanggapi permintaan nasabah dan apakah perusahaan memberikan perhatian kepada individual. *Responsiveness* disini diukur dari kesediaan dosen diskusi diluar kelas dengan mahasiswa terkait materi perkuliahan dan mudah ditemuinya dosen.
3. Jaminan (*Assurance*)
Jaminan ini meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Dalam hal ini *assurance* diukur dari pelayanan yang baik dan ramah dari karyawan, karyawan yang memiliki pengalaman luas dalam bidangnya sehingga dapat menjawab setiap pertanyaan mahasiswa yang berhubungan dengan administrasi, dapat dipercaya, bersikap ramah dan sopan.
4. Empati (*emphaty*)
Empati ini merupakan kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Dalam hal ini *emphaty* diukur dari Perguruan Tinggi yang membantu memperoleh tempat kerja bagi alumni, memiliki daya tanggap pada kepentingan mahasiswa dan sikap ramah dan simpati dosen kepada mahasiswa, membantu memperoleh tempat kerja bagi alumni.
5. Wujud (*Tangible*)
Wujud ini meliputi apakah perusahaan memiliki peralatan yang modern, memiliki fasilitas fisik yang kelihatan menarik, karyawan berpenampilan rapi dan menarik serta apakah bahan-bahan yang berkaitan dengan pelayanan seperti pamphlet, selebaran, brosur di perusahaan sangat menarik untuk dilihat. Dalam hal ini diukur dari fasilitas

kampus yang baik, perlengkapan kelas yang modern, perpustakaan/laboratorium yang lengkap, penampilan karyawan dan dosen yang rapi dan sopan, serta perpustakaan yang modern.

Pengukuran Variabel

Tabel 3
Pengukuran Variabel

Variabel	Item	Skala
Kualitas jasa pelayanan	23	Likert 5 poin
Kepuasan Mahasiswa	5	Likert 5 poin

Pengukuran variabel tersebut diatas di adaptasi dengan menggunakan item-item yang digunakan di dalam penelitian Handriana (1998).

Analisis Regresi :

Selanjutnya perlu dilakukan analisis regresi linier sederhana, yang digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Untuk menyelesaikan penelitian ini, pengujian akan dilakukan dengan bantuan *software* yang bernama *SPSS for windows 23*.

Dalam penelitian ini analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah ada pola pengaruh yang dapat digambarkan secara sistematis antara dua variabel atau lebih. Persamaan regresi sederhana adalah merupakan model hubungan antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X), dapat dirumuskan dengan bentuk persamaan garis regresi linearnya sebagai berikut : (Kurniawan, 2014)

$$Y = a + b X$$

Dimana :

Y = Kepuasan Mahasiswa

a = konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b = intercept/koefisien regresi

X = Kualitas Jasa Pelayanan

Tabel 4
Uji Regresi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.607	1.82581

a. Predictors: (Constant), wujud, Tanggapan, jaminan, keandalan, empati

b. Dependent Variable: kepuasan_mahasiswa

Berdasarkan Tabel Model *Summary* diatas diperoleh nilai dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.616 atau 61,6% yang dilihat dari nilai *R Square*. Nilai sebesar 61,6% menunjukkan bahwa nilai (Y) dapat dijelaskan oleh variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 sebesar 61,6%, sedangkan sisanya 38,4% dijelaskan oleh faktor lainnya di luar persamaan regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penyebaran Kuesioner

Tabel 5
Hasil Penyebaran Kuesioner

No.	Fakultas	Jumlah	Total
1.	Bisnis dan Akuntansi :		
	Manajemen	61	
	Akuntansi	31	
	PBI	15	
	PGSD	14	121 (56,5%)
2.	Sains dan Teknologi		
	Teknik Arsitektur	19	
	Teknik Industri	12	
	Teknik Informatika	6	
	Sistem Informasi	7	
	Psikologi	6	50 (23,4%)
3.	Ilmu Kesehatan		
	D3 Keperawatan	4	
	S1 Keperawatan/NERS	12	
	D3 Kebidanan	23	
	Analisis Kesehatan	4	43 (20,1%)
T o t a l			214

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa hasil penyebaran kuisisioner paling banyak dari Fakultas Bisnis dan Akuntansi (56,6%), Fakultas Sains dan Teknologi (23,4%) serta Fakultas Ilmu Kesehatan (20,1%).

Statistik deskriptif

Tabel 6
Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan

Fakultas / Program Studi	Tahun akademik /Angkatan						Total
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Bisnis dan Akuntansi:							
Manajemen	0	3	24	20	14	0	61
Akuntansi	0	0	2	17	12	0	31
PBI	0	0	0	12	3	0	15
PGSD	0	0	0	14	0	0	14
Sains dan Teknologi:							
Teknik Arsitektur	0	1	10	5	3	0	19
Teknik Industri	0	0	0	4	8	0	12
Teknik Informatika	1	1	3	1	0	0	6
Sistem Informasi	0	1	0	4	1	1	7
Psikologi	0	0	0	0	0	6	6
Ilmu Kesehatan:							
D3 Keperawatan	0	0	0	1	3	0	4
S1 Keperawatan dan NERS	0	0	0	5	6	1	12
D3 Kebidanan	0	0	0	0	3	20	23

Analisis Kesehatan	0	0	0	3	1	0	4
T o t a l	1	6	39	86	54	28	214

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden mahasiswa paling banyak angkatan 2015/2016 sebanyak 86 orang (40%), kemudian angkatan 2016/2017 sebanyak 54 orang (25%) dan angkatan 2014/2015 sebanyak 39 (18%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menjawab sudah cukup lama kuliah atau antara 2-3 tahun mengikuti kuliah di UKMC.

Tabel 7
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Fakultas / Program Studi	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
Bisnis dan Akuntansi:			
Manajemen	26	35	61
Akuntansi	7	24	31
PBI	2	13	15
PGSD	5	9	14
Sains dan Teknologi:			
Teknik Arsitektur	12	7	19
Teknik Industri	5	7	12
Teknik Informatika	4	2	6
Sistem Informasi	2	5	7
Psikologi	0	6	6
Ilmu Kesehatan:			
D3 Keperawatan	0	4	4
S1 Keperawatan dan NERS	0	12	12
D3 Kebidanan	0	23	23
Analisis Kesehatan	0	4	4
T o t a l	63	151	214

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden paling banyak memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 151 orang (70,5%) sedangkan selebihnya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 orang (29,5%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata yang kuliah di UKMC adalah perempuan terutama untuk Fakultas Bisnis dan Akuntansi serta Kesehatan.

Tabel 8
Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Fakultas / Program Studi	Status bekerja		Total
	Belum Bekerja	Sudah bekerja	
Bisnis dan Akuntansi:			
Manajemen	37	24	61
Akuntansi	23	8	31
PBI	8	7	15
PGSD	13	1	14
Sains dan Teknologi:			
Teknik Arsitektur	18	1	19
Teknik Industri	11	1	12
Teknik Informatika	6	0	6
Sistem Informasi	6	1	7
Psikologi	4	2	6
Ilmu Kesehatan:			
D3 Keperawatan	4	0	4
S1 Keperawatan dan NERS	11	1	12
D3 Kebidanan	23	0	23
Analisis Kesehatan	4	0	4
Total	168	46	214

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata responden belum bekerja sebanyak 168 orang (78,5%) sedangkan sisanya sebanyak 46 orang atau sebesar 21,5% sudah bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden adalah lulusan baru dari SMU (*fresh graduate*), yang lebih fokus belajar.

Tabel 9
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Fakultas/Program Studi	Usia										Total
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	>25	
Bisnis dan Akuntansi:											
Manajemen	0	1	14	18	20	4	2	1	0	1	61
Akuntansi	0	2	10	12	5	1	0	0	0	1	31
PBI	0	0	1	7	3	1	2	0	0	1	15
PGSD	0	0	4	5	4	1	0	0	0	0	14
Sains dan Teknologi:											
Teknik Arsitektur	0	1	2	8	6	1	0	0	1	0	19
Teknik Industri	0	2	6	4	0	0	0	0	0	0	12
Teknik Informatika	0	0	0	1	2	1	1	1	0	0	6
Sistem Informasi	0	1	3	2	0	1	0	0	0	0	7
Psikologi	0	3	2	0	0	0	1	0	0	0	6

Ilmu Kesehatan:											
D3 Keperawatan	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	4
S1 Keperawatan dan NERS	0	2	3	5	1	1	0	0	0	0	12
D3 Kebidanan	4	13	3	0	3	0	0	0	0	0	23
Analisis Kesehatan	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	4
Total	4	26	51	66	44	11	6	2	1	3	214

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata usia responden paling banyak usia 20 sebanyak 66 orang (30,8%), usia 19 sebanyak 51 orang (23,8%) dan usia 21 orang sebanyak 44 orang (20,5%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata usia responden adalah dewasa dan matang (diatas usia 18 tahun yang sudah dikategorikan usia dewasa), sudah bisa berpikir mandiri.

Pembahasan

Berdasarkan Analisis Regresi, hasil dari Tabel *Model Summary* menunjukkan nilai dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.616 atau 61,6% yang dilihat dari nilai *R Square*. Nilai sebesar 61,6% menunjukkan bahwa nilai (Y) dapat dijelaskan oleh variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 sebesar 61,6%, sedangkan sisanya 38,4% dijelaskan oleh faktor lainnya di luar persamaan regresi. Artinya bahwa pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan memberikan pengaruh sebesar 61,6% kepada kepuasan mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Sedangkan untuk masing-masing variabel Kualitas Pelayanan Jasa dapat dijelaskan sebagai berikut : Keandalan meliputi bagaimana perusahaan memberikan layanan seperti yang dijanjikan, apakah dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan, apakah dapat memberikan layanan dengan benar sejak pertama kali dan apakah semua karyawan dilatih dengan baik dan memiliki pengetahuan yang baik. Dalam hal ini *reliability* terkait dengan *Managing Capacity*, *Persistent*, *Integrity*, *Open Minded* dan *Novelty*. Ada 8 pernyataan, hasilnya rata-rata baik, hanya yang perlu diperhatikan adalah 2 jawaban netral yang tinggi yaitu Dosen kami jarang terlambat datang pada saat mengajar, karyawan kami menjalankan tugas administratifnya dengan baik dan jarang melakukan kesalahan. Jawaban netral yang tinggi mengindikasikan bahwa mahasiswa ragu-ragu dalam menjawab sehingga patut menjadi perhatian bagi pihak manajemen. Kedua pernyataan diatas terkait dengan nilai *Integrity* dan *Managing Capacity*.

Tanggapan ini meliputi apakah perusahaan memberikan layanan dengan segera, apakah karyawan selalu bersedia membantu nasabah, apakah karyawan selalu siap menanggapi permintaan nasabah dan apakah perusahaan memberikan perhatian kepada individual. *Responsiveness* disini terkait dengan *Charity*, *Humanity* dan *Altruism*.

Ada 2 pernyataan, hasilnya rata-rata baik, hanya yang perlu diperhatikan adalah 1 jawaban netral yang tinggi adalah Dosen kami mudah ditemui. Jawaban netral yang tinggi mengindikasikan bahwa mahasiswa ragu-ragu dalam menjawab sehingga patut menjadi perhatian bagi pihak manajemen. Pernyataan diatas terkait dengan nilai *Altruism*.

Jaminan atau *assurance* meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Dalam hal ini *assurance* terkait dengan *Charity*, *Humanity* dan *Altruism*, *Integrity*, *Open Minded*.

Ada 4 pernyataan, hasilnya rata-rata baik, hanya yang perlu diperhatikan adalah 2 jawaban netral yang tinggi yaitu karyawan memberikan pelayanan dengan baik dan ramah kepada

mahasiswa dan karyawan pada perguruan tinggi kami berpengalaman luas dalam bidangnya sehingga dapat menjawab pertanyaan mahasiswa berkaitan dengan administrasi. Jawaban netral yang tinggi mengindikasikan bahwa mahasiswa ragu-ragu dalam menjawab sehingga patut menjadi perhatian bagi pihak manajemen. Kedua pernyataan diatas terkait dengan nilai *Charity, Humanity* dan *Open Minded*.

Empati ini merupakan kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Dalam hal ini *emphaty* terkait dengan *Charity, Humanity* dan *Altruism, Managing Capacity, Persistent, Integrity, Open Minded*. Ada 3 pernyataan, hasilnya rata-rata baik, hanya yang perlu diperhatikan adalah 1 jawaban netral yang tinggi yaitu Perguruan Tinggi kami membantu memperoleh tempat kerja bagi alumni. Jawaban netral yang tinggi mengindikasikan bahwa mahasiswa ragu-ragu dalam menjawab sehingga patut menjadi perhatian bagi pihak manajemen. Pernyataan diatas terkait dengan nilai *Integrity, managing capacity*.

Wujud ini meliputi apakah perusahaan memiliki peralatan yang modern, memiliki fasilitas fisik yang kelihatan menarik, karyawan berpenampilan rapi dan menarik serta apakah bahan-bahan yang berkaitan dengan pelayanan seperti pamflet, selebaran, brosur di perusahaan sangat menarik untuk dilihat. Dalam hal wujud ini terkait dengan *Managing Capacity, Persistent, Integrity, dan Novelty*. Ada 6 pernyataan, hasilnya rata-rata baik, hanya yang perlu diperhatikan adalah 2 jawaban netral yang tinggi yaitu Perlengkapan kelas kami modern (Audio Visual/LCD, AC, komputer dsb) dan Perpustakaan dan laboratorium kami lengkap dan modern (*barcode*, komputer untuk cari katalog). Jawaban netral yang tinggi mengindikasikan bahwa mahasiswa ragu-ragu dalam menjawab sehingga patut menjadi perhatian bagi pihak manajemen. Pernyataan diatas terkait dengan nilai *Integrity, Managing Capacity* dan *Novelty*.

Tabel 10
Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Per Prodi Secara Umum

Fakultas/Program Studi	Ya	Belum	Tidak	Total
Bisnis dan Akuntansi:				
Manajemen	24	37	0	61
Akuntansi	11	19	1	31
PBI	2	13	0	15
PGSD	5	9	0	14
Sains dan Teknologi:				
Teknik Arsitektur	6	12	1	19
Teknik Industri	8	4	0	12
Teknik Informatika	4	2	0	6
Sistem Informasi	0	7	0	7
Psikologi	6	0	0	6
Ilmu Kesehatan:				
D3 Keperawatan	0	2	2	4
S1 Keperawatan dan NERS	1	11	0	12
D3 Kebidanan	8	15	0	23
Analisis Kesehatan	0	4	0	4
Total	75	135	4	214

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden ternyata masih menyatakan belum puas sebanyak 135 orang (63%), puas sebanyak 75 orang (35%) dan tidak puas sebanyak 4 orang (2%). Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti juga minta masukan dari responden untuk perbaikan UKMC ke depan. Beberapa hal yang menjadi masukan responden adalah sebagai berikut :

1. Dosen
 - a. Keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa adalah sebagian dosen tidak tepat waktu masuk kelas sehingga perkuliahan sering terlambat.
 - b. Jika dosen terlambat atau tidak hadir tidak ada pemberitahuan terlebih dahulu.
 - c. Cara dan metode pengajaran dosen perlu ditingkatkan.
2. Karyawan
Pelayanan karyawan kepada mahasiswa kurang ramah dan tulus.
3. Fasilitas Pembelajaran
 - a. Beberapa LCD dan komputer di kelas ada yang rusak atau kurang perawatan.
 - b. Beberapa meja dan kursi yang rusak.
 - c. Fasilitas laboratorium kurang lengkap.
 - d. Akses dan kecepatan *wifi* di beberapa kelas dan perpustakaan kurang memadai.
4. Fasilitas lain
 - a. Listrik sering padam, sedangkan kapasitas genset kurang sehingga jika lampu padam keadaan di kelas kurang nyaman.
 - b. Fasilitas tempat fotocopi dan kantin tidak ada.
 - c. Kebersihan toilet dan trotoar kurang dijaga sehingga bau dan becek.
 - d. Kurangnya penerangan pada tempat parkir dan di lorong-lorong gedung.
 - e. Perlu dibuat koridor antar gedung sehingga jika hujan tidak terhalang jika akan pindah gedung.
5. Lain-lain
 - a. Beasiswa perlu ditambah terutama untuk mahasiswa yang kurang mampu.
 - b. Jenis UKM perlu ditambah sehingga lebih banyak alternative kegiatan.
 - c. Ruang-ruang tempat berdiskusi/gazebo perlu ditambah.
 - d. Perlu diadakan Unit Kesehatan Mahasiswa.
 - e. Perlu ditambah galeri untuk ATM

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Jasa Pelayanan memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 61,6% terhadap Kepuasan Mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Secara umum 65% dari jumlah mahasiswa yang menjadi responden menyatakan belum puas terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan, 35% sudah puas dan 2% menyatakan tidak puas. Faktor-faktor Kualitas Jasa Pelayanan UKMC seperti Keandalan, Tanggapan/Responsivitas, Jaminan/*Assurance*, Empati dan Wujud/Bukti Fisik rata-rata sudah baik namun demikian masih ada beberapa hal yang perlu mendapatkan perhatian.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka UKMC diharapkan dapat lebih meningkatkan Kepuasan Mahasiswa dengan cara memperhatikan masukan dari responden, mengembangkan SDM baik dosen maupun karyawan secara regular, meningkatkan fasilitas-fasilitas yang ada, memperhatikan lingkungan dan lebih menginternalisasi nilai-nilai

CHAMPION agar nilai-nilai yang sudah baik tersebut bisa lebih dihayati dan dijadikan pedoman untuk berperilaku oleh semua anggota komunitas di lingkungan UKMC, terutama di nilai *Managing Capacity, Integrity, Altruism* dan *Novelty*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2016. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23**, Cetakan ke-8. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Handriana, T.1998. Analisis Perbedaan Harapan Kualitas Jasa pada Lembaga Pendidikan Tinggi di Surabaya, *Tesis S2*, UGM. Yogyakarta.
- Irawan, H. 2002. **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**. PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, P & Keller, K L, 2009, **Manajemen Pemasaran**, edisi ke 13. Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, A. 2014. **Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis : Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis**. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- PP No.19/2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
- Suparno, Paul,dkk.2017. **Lembaga Pendidikan Katolik dalam konteks Indonesia**. Penerbit PT. Kanisius. 2017.
- Tjiptono, F. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, *Penerbit Andi Offset* edisi 1. Yogyakarta
- Tjiptono, F & Chandra, G. 2017. **Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing** edisi 3. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- UU No.12/2012 tentang Pendidikan Tinggi