

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA
JASA PERPUSTAKAAN REFERENSI FE UNDIP**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

NARYAWAN

NIM : C2A007089

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2011

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Naryawan

Nomor Induk Mahasiswa : C2A007089

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA JASA
PERPUSTAKAAN REFERENSI FE UNDIP**

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, SE, MM

Semarang, 11 Agustus 2011

Dosen Pembimbing,

(Imroatul Khasanah, SE, MM)

NIP. 197510152002122004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Naryawan
Nomor Induk Mahasiswa : C2A007089
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA PENGGUNA JASA
PERPUSTAKAAN REFERENSI FE UNDIP**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 24 Agustus 2011

Tim Penguji

1. Imroatul Khasanah, SE, MM (.....)
2. Drs. H. Mudiantono, M.Sc (.....)
3. Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA, Ph.D (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Naryawan menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA JASA PERPUSTAKAAN REFERENSI FE UNDIP** “, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 11 Agustus 2011
Yang membuat pernyataan,

(Naryawan)
NIM : C2A007089

ABSTRAK

Salah satu masalah umum yang sering di hadapi oleh perusahaan atau organisasi nirlaba di bidang jasa adalah masalah ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan. Oleh karena itu, tidak jarang banyak perusahaan yang berusaha meneliti tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di terapkan organisasi atau perusahaan selama ini. Pemberi jasa harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dari segi pelayanan sehingga mereka merasa puas, tentu saja dengan memperhatikan lima dimensi kualitas pelayanan diantaranya bukti fisik, keandalan ketanggapan, jaminan dan empati. Oleh karena itu, peneliti akan mengkaji seberapa besar kepuasan pelanggan khususnya mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh perpustakaan referensi FE UNDIP.

Dari penelitian ini di harapkan dapat di ketahui seberapa besar pengaruh bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan mahasiswa yang berkunjung ke perpustakaan referensi FE UNDIP. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa yang pernah berkunjung ke perpustakaan referensi FE UNDIP. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling* dan menggunakan analisis linear berganda.

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. sementara hasil uji F atau simultan sebesar 16,702 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semua variabel berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa. sedangkan uji determinasi adalah 0,442 yang berarti 44,2 % kepuasan mahasiswa di pengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati, sedangkan 45,8 % di pengaruhi variabel lain.

Kata kunci : bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan kepuasan mahasiswa.

ABSTRACT

One common problem that is often faced by companies or nonprofit organizations in the field of services is a matter of customer dissatisfaction towards the quality of services provided. Therefore, it is not uncommon to many companies seeking to do research about customer satisfaction on service quality in an organization or company to apply for this. Providers must understand the needs and wants of customers in terms of services so that they satisfied, of course taking into account the five dimensions of service quality such as physical evidence, the reliability of responsiveness, assurance and empathy. Therefore, researchers will examine how much customer satisfaction especially students on the quality of service that is provided by the library reference UNDIP economics faculty.

This research is expected to know how big influence on the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy towards the satisfaction of students who visit the library reference UNDIP economics faculty. The population in this study were all students who've been to the library reference UNDIP economics faculty. Samples are used in this study were 100 respondents using accidental sampling method and using multiple linear analysis.

The results of multiple linear regression test showed that the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy and positive influence on student satisfaction. while the results of the simultaneous F test or by 16,702 with a significance less than 0.05. This means that all variables affect simultaneously against student satisfaction. while the test of determination is 0.442 which means 44.2% student satisfaction is influenced by physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy, while 45.8% influenced by other variables.

Key words: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy and student satisfaction.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya tuhan tidak akan mengubah nasib kita,
kecuali kita sendiri yang mau mengubahnya.
Yakinlah pula bahwa dalam kesulitan itu,
tuhan memberi petunjuk bahwa ada kemudahan “

karya ini saya persembahkan untuk :

keluarga saya

civitas akademika undip

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi 'aalamiin, rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA JASA PERPUSTAKAAN REFERENSI FE UNDIP** “. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan program sarjana (S1) jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak akan maksimal tanpa adanya bantuan, dukungan dan do'a dari berbagai pihak selama dalam proses penyusunannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan berbagai nikmat dan kemudahan, sehingga skripsi ini dapat selesai.
2. Bapak Prof. Dr. M. Nasir, Msi, Akt, Ph.D sebagai dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr. Suharnomo, SE, Msi sebagai dosen wali yang selalu memberikan semangat selama perkuliahan.
4. Ibu Imroatul Khasanah, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar, Staf Tata Usaha Dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

6. Kedua orang tua saya dan kedua kakak saya yang selalu memberikan bantuan, baik bantuan moril maupun materil sehingga kuliah saya selesai.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner, sehingga mempermudah penelitian ini.
8. Seluruh temen-temen manajemen, IESP, dan akuntansi 2007 yang telah memberikan banyak pengalaman berharga sehingga sulit untuk di lupakan.
9. Seluruh kader MIZAN, KSEI, Peduli Dhuafa, mentoring, dan ZIS center FE UNDIP yang telah memberikan banyak hal tentang hidup ini.
10. Teman-teman KKN desa Karangturi yang unik dan baik hati, terima kasih atas segala kerja samanya.
11. Keluarga besar An Nida islamic center yang telah *mensupport* perkuliahan saya selama ini.
12. Keluarga besar ibu Mul Hartanti yang telah membantu kuliah saya sampai akhir.
13. Keluarga besar Mustimar Kamiri yang telah membimbing saya dalam komunitas cerdas.
14. Keluarga besar komunitas cerdas yang telah memotivasi kuliah saya sampai akhir.
15. Berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan semuanya, terima kasih atas segala bantuannya.

Penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih ada kekurangan, sehingga perlu ada pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak tentu akan sangat membantu dalam pengembangan skripsi ini lebih lanjut. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan berbagai pihak yang membacanya dan menjadi referensi untuk penelitian mendatang.

Semarang, 11 Agustus 2011

Naryawan

NIM. C2A007089

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERTANYAAN ORIGINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11

	2.1.1 Kualitas Pelayanan	11
	2.1.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	13
	2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	17
	2.2 Hubungan Antar Variabel	20
	2.2.1 Hubungan Tangible dengan kepuasan Mahasiswa	20
	2.2.2 Hubungan Reliability dengan kepuasan Mahasiswa	21
	2.2.3 Hubungan Responsiveness dengan kepuasan Mahasiswa	22
	2.2.4 Hubungan Emphaty dengan kepuasan Mahasiswa	23
	2.2.5 Hubungan Assurance dengan kepuasan Mahasiswa	24
	2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
	2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN.....	27
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
	3.1.1 Variabel Penelitian	27
	3.1.2 Definisi Operasional	28
	3.2 Penentuan Sampel	31
	3.2.1 Populasi dan Sampel	31
	3.3 Jenis dan Sumber Data	33
	3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	34
	3.4 Teknik Pengolahan Data	34
	3.4.1 Analisis Kualitatif	35
	3.4.2 Analisis Kuantitatif	35

3.5 Teknik Analisis Data	35
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.5.1.1 Uji Validitas	35
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.5.2.1 Uji Multikolonieritas	37
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	38
3.5.2.3 Uji Normalitas	38
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5.4 Uji Hipotesis Penelitian.....	40
3.5.4.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	40
3.5.4.2 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)	41
3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Perpustakaan Referensi	43
4.1.2 Gambaran Umum Responden	46
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Tingkat Semester	48
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Program Studi	50
4.2 Analisis Indeks Tanggapan Responden	51

4.2.1	Indeks Jawaban Responden Mengenai Tangible	52
4.2.2	Indeks Jawaban Responden Mengenai Keandalan	53
4.2.3	Indeks Jawaban Responden Mengenai Ketanggapan	55
4.2.4	Indeks Jawaban Responden Mengenai Jaminan	57
4.2.5	Indeks Jawaban Responden Mengenai Empati	58
4.2.6	Indeks Jawaban Responden Mengenai Kepuasan	59
4.3	Hasil Analisis Data	61
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.3.1.1	Uji Validitas	61
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	64
4.3.2.1	Uji Multikolinieritas	64
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas	65
4.3.2.3	Uji Normalitas	66
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.3.4	Pengujian Hipotesis	68
4.3.4.1	Uji F (Uji Simultan)	68
4.3.4.2	Uji t (Uji Parsial)	69
4.3.4.3	Uji Koefisien Determinasi	70
4.4	Pembahasan	71
BAB V	PENUTUP	74
5.1	Kesimpulan	74

5.2 Saran	75
5.2.1 Saran untuk Perpustakaan Referensi FE UNDIP	75
5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Keluhan	5
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Semester	49
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi	50
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Bukti Fisik	52
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Keandalan	53
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Ketanggapan	55
Tabel 4.8 Jawaban Reesponden Mengenai Jaminan	57
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Empati	58
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pengunjung	5
Gambar 2.1 Model Kualitas Pelayanan	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner Penelitian 80
Lampiran B	Hasil Jawaban Responden 86
Lampiran C	Gambaran Umum Responden 93
Lampiran D	Hasil Uji Validitas 97
Lampiran E	Hasil Uji Reliabilitas 104
Lampiran F	Hasil Uji Asumsi Klasik 108
Lampiran G	Hasil Uji Regresi, Uji R, Uji T, dan Determinasi 111

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pada era teknologi dan informasi yang modern seperti saat ini, kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan media edukasi merupakan hal penting dan menjadi tantangan tersendiri bagi penyedia jasa informasi dan edukasi yang ada di Indonesia. Lembaga pendidikan seperti perguruan tinggi negeri yang bergerak di bidang edukasi dan informasi juga tidak luput dari perkembangan teknologi informasi yang cepat dan tuntutan untuk meningkatkan pelayanan di bidang pendidikan. Hal tersebut membuat perguruan tinggi negeri pun meningkatkan kinerjanya dalam hal pelayanan pendidikan dan informasi yang di butuhkan masyarakat khususnya insan akademik. Hal tersebut juga dapat memotivasi lembaga perguruan tinggi negeri untuk melakukan transformasi struktur dan strategi pengembangan sarana pendidikan agar dapat menjadi lembaga pendidikan yang unggul dan terpercaya.

Pelayanan merupakan suatu bentuk kegiatan sosial untuk membantu orang lain dan mempunyai tujuan membangun kerja sama antar pihak dalam jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan antar pihak terkait. Pelayanan yang bagus adalah pelayanan yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta berusaha untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Perguruan tinggi negeri juga harus berupaya ikut serta meningkatkan kualitas layanan pendidikan mereka, karena kualitas pelayanan pendidikan merupakan usaha yang dapat meningkatkan citra di image konsumen khususnya mahasiswa.

Kotler (dikutip oleh Assegaff, 2009) kualitas harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Assegaff (2009) hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan

Salah satu unit jasa yang ada di perguruan tinggi negeri seperti UNDIP adalah jasa perpustakaan. Perpustakaan FE UNDIP merupakan suatu unit jasa yang memberikan jasa di bidang kepastakaan. Kebutuhan konsumen khususnya mahasiswa terhadap ilmu pengetahuan dan media edukasi lainnya merupakan hal yang sulit untuk di pisahkan karena perpustakaan merupakan salah satu sarana penunjang akademik yang dibutuhkan konsumen seperti mahasiswa. Hampir semua insan akademik membutuhkan jasa perpustakaan untuk menunjang aktivitasnya dalam menempuh pendidikan atau sebagai sarana untuk mencari ilmu pengetahuan, sehingga sarana perpustakaan memang sangat di butuhkan oleh mahasiswa. Perpustakaan FE UNDIP sebagai salah satu unit jasa di fakultas mempunyai harapan agar perpustakaan dapat menjadi pusat informasi dan edukasi bagi mahasiswa.

Sejak bulan September 2010 perpustakaan S1 FE UNDIP pindah dari kampus Pleburan ke Tembalang, tujuannya adalah untuk memudahkan mahasiswa dalam mengakses informasi dan meminjam media pendidikan seperti buku, jurnal, majalah, dan lain-lain. Perpustakaan FE UNDIP juga berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dari tahun ke tahun dengan memperbaiki sarana dan prasarana serta berupaya menyediakan informasi yang terbaru dan semua itu di lakukan agar mahasiswa puas dan mau berkunjung kembali.

Assegaff (2009) pada umumnya, pelayanan jasa yang di berikan kepada konsumen adalah yang terbaik dengan harapan terciptanya kepuasan konsumen. Menciptakan kepuasan konsumen melalui pelayanan bertujuan untuk menciptakan image positif di hati konsumen. Kepuasan dapat juga dipertimbangkan sebagai hubungan antara harapan dan pengalaman, dimana semakin dekat dengan harapan akan semakin puas konsumen.

Bila perpustakaan FE UNDIP bisa mempertahankan citra positifnya di pikiran mahasiswa serta mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan mahasiswa maka tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa akan kembali berkunjung dan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau berkunjung. Namun sebaliknya, jika terjadi ketidakpuasan yang di rasakan mahasiswa, maka akan menimbulkan *image negative* dan dapat membuat mahasiswa tidak mau berkunjung dan menimbulkan berkembangnya informasi negatif di mahasiswa lain.

Memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa bukanlah merupakan hal mudah, sering juga ditemukan masalah pada pelaksanaan yang membuat mahasiswa tidak nyaman. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang dan fasilitas yang memadai agar tercipta kepuasan mahasiswa. Ada hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa. Kualitas pelayanan yang baik dapat membuat mahasiswa mau berkunjung ke perpustakaan referensi FE UNDIP dan dari hubungan tersebut pengelola perpustakaan FE UNDIP dapat mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan mahasiswa, sehingga pengelola perpustakaan FE UNDIP dapat meningkatkan hal-

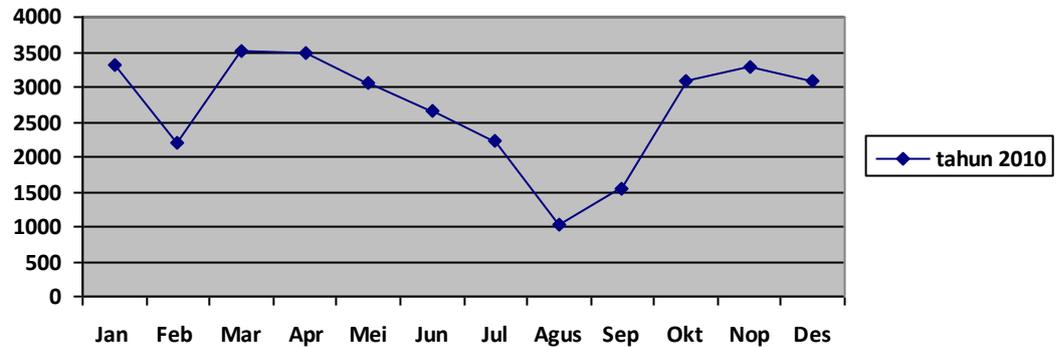
hal yang dapat membuat mahasiswa senang atau puas terhadap pelayanan yang di berikan.

Perpustakaan FE UNDIP sendiri mempunyai beberapa pelayanan perpustakaan yang ada di S1 dan pascasarjana, seperti perpustakaan sirkulasi untuk pelayanan peminjaman buku dan perpustakaan referensi untuk mahasiswa yang ingin mencari referensi tugas akhir seperti skripsi. Sedangkan di perpustakaan pascasarjana ada perpustakaan magister manajemen untuk S2 dan masing-masing perpustakaan secara khusus mengurus dan melayani kebutuhan mahasiswa masing-masing, Walaupun mahasiswa S1 bisa berkunjung namun mempunyai hak yang terbatas tidak seperti mahasiswa pascasarjana. Adapun penelitian ini di lakukan di salah satu perpustakaan di FE UNDIP yaitu perpustakaan referensi di Tembalang. Perpustakaan referensi FE UNDIP merupakan salah satu unit jasa pelayanan mahasiswa yang berkomitmen untuk menyediakan sarana dan fasilitas media edukasi untuk menunjang kegiatan akademik.

Namun pada kenyataannya, pelayanan perpustakaan yang di berikan pengelola belum memuaskan mahasiswa dan ini menjadi tugas bagi pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP untuk mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa dan berupaya meningkatkan pelayanan dengan sarana yang ada. Hal ini dapat di lihat dari gambar grafik pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP tahun 2010 di bawah ini :

Gambar 1.1

Grafik Pengunjung Perpustakaan Referensi FE UNDIP 2010



Sumber : data sekunder yang diolah, 2010

Dari table di atas, terlihat jelas bahwa telah terjadi fluktuasi kedatangan pengunjung sepanjang bulan Januari sampai Desember 2010. Hal ini terlihat dari bulan Maret-juli yang terus mengalami penurunan. Sementara bulan September sampai Nopember mengalami kenaikan tetapi terjadi penurunan kembali pada bulan Desember.

Sementara itu, dari hasil kuesioner yang digunakan untuk mengetahui pelayanan perpustakaan referensi FE UNDIP di temukan beberapa masalah atau keluhan yang di sampaikan responden.

Tabel 1.1

Tabel Keluhan Mahasiswa

No.	Keluhan	Jumlah
1	Ketidaktepatan buka dan tutup perpustakaan referensi	4
2	Pelayanan masih ada yang terasa lambat atau lama seperti foto copy	14

3	komputer sering <i>error</i> dan kecepatan <i>hot spot</i> masih rendah	16
4	ketidakrapian tata letak sumber referensi, seperti buku dan jurnal	15
5	Sumber referensi yang ada tergolong lama, seperti jurnal dan buku.	6
6	Kurangnya perhatian dan keramahan karyawan terhadap mahasiswa	12

Sumber : data primer 2011, diolah

Dari tabel di atas, dapat di simpulkan bahwa fasilitas komputer dan hot spot merupakan sarana yang dirasa kurang memuaskan bagi mahasiswa karena sering tidak berfungsi dengan baik atau kurang maksimal di *image* mahasiswa. Sementara kerapian tata letak, kecepatan pelayanan dan perhatian atau keramahan karyawan juga perlu mendapat perhatian pengelola perpustakaan referensi karena faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa yang berkunjung.

Menurut Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) faktor utama yang mempengaruhi pelayanan atau jasa adalah jasa yang di harapkan dan jasa yang di terima. Apabila jasa yang diterima konsumen sama dengan yang di harapkan atau bahkan lebih baik, maka di persepsikan bahwa kualitas jasa tersebut baik atau positif dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas jasa atau pelayanan sangat di pengaruhi oleh kemampuan dari penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten

Program-program pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP yang di harapkan mahasiswa ada yang sudah terlaksana, seperti layanan *hot spot* yang dapat digunakan mahasiswa untuk mengakses informasi melalui internet. Program

lainnya adalah integrasi antara perpustakaan referensi reguler 2 dengan regular 1 sehingga dapat menambah koleksi media edukasi dan membangun kebersamaan yang lebih erat antar mahasiswa.

Untuk meningkatkan pelayanan, maka di perlukan kritik dan saran dari mahasiswa agar pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP dapat menyediakan sarana dan pelayanan yang di butuhkan oleh mahasiswa. Setiap mahasiswa mempunyai penilaian sendiri terhadap pelayanan yang di terima, sehingga pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP perlu membuat prioritas dalam program peningkatan kualitas pelayanan karena sulit bagi pengelola bila harus memenuhi semua kebutuhan mahasiswa karena berbagai keterbatasan. Persepsi pelanggan dapat di pengaruhi oleh kinerja dan kualitas jasa yang diterimanya, oleh karena itu pengelola perpustakaan harus berusaha meningkatkan kinerjanya agar mahasiswa merasa puas dan mau berkunjung kembali.

Untuk mengetahui apakah pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP sudah memberika pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa, maka perlu di lakukan penelitian dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA JASA PERPUSTAKAAN REFERENSI FE UNDIP** “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan sebelumnya, permasalahan yang di hadapi oleh pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP adalah jumlah mahasiswa yang berkunjung mengalami fluktuasi selama tahun 2010. Oleh karena

itu, maka dapat dibuat beberapa pertanyaan penelitian yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh *tangible* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna perpustakaan referensi FE UNDIP ?
2. Apakah terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna perpustakaan referensi FE UNDIP ?
3. Apakah terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna perpustakaan referensi FE UNDIP ?
4. Apakah terdapat pengaruh *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna perpustakaan referensi FE UNDIP ?
5. Apakah terdapat pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna perpustakaan referensi FE UNDIP ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variable *tangible* terhadap kepuasan mahasiswa pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP.
2. Untuk menganalisis pengaruh variable *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP

3. Untuk menganalisis pengaruh variable *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP
4. Untuk menganalisis pengaruh variable *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP
5. Untuk menganalisis pengaruh variable *emphaty* terhadap kepuasan mahasiswa pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi mahasiswa

Penelitiann ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa seputar kualitas pelayanan perpustakaan referensi FE UNDIP. Penelitian ini juga dapat di jadikan referensi untuk penelitian mendatang tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di bidang lain.

2. Bagi pengelola perpustakaan referensi FE UNDIP

Dapat dijadikan dasar untuk membuat kebijakan dalam meningkatkan kinerja karyawan dan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa di masa mendatang. Hasil penelitian ini juga dapat di jadikan pertimbangan bagi pengelola mengenai hal-hal yang harus mereka perbaiki dan tingkatkan dalam rangka memberikan pelayanan

yang maksimal kepada mahasiswa sehingga tercipta kepuasan.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penelitian di susun secara komperensif yang akan di uraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Berisi tentang definisi variable penelitian dan definisi operasional, penentuan sample, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematika kemudian di analisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah di tetapkan untuk selanjutnya di lakukan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Gronroos (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005) pelanggan bukan hanya semata-mata membeli barang atau jasa, namun mereka membeli manfaat yang di berikan oleh barang dan jasa yang bersangkutan. Mereka membeli penawaran yang terdiri atas barang, layanan, informasi, perhatian personal, dan komponen lainnya. Penawaran semacam ini mencerminkan layanan bagi pelanggan dan *customer-perceived service* tersebut memberikan nilai tambah bagi setiap pelanggan. Dengan demikian, setiap perusahaan selalu menawarkan pelayanan bagi pelanggan, terlepas dari hal apa pun bentuk produk yang di berikan.

Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Lupiyoadi, 2001) salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat di tentukan oleh pendekatan yang di gunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Menurut Edvardsson (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) kualitas adalah bagaimana mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai itu. Untuk itu, perusahaan harus dapat mengerti konsumennya dan bagaimana mendefinisikan keinginan konsumen tersebut dengan benar. Sedangkan layanan adalah berbagai tindakan dan kinerja yang di tawarkan suatu produk kepada orang lain yang pada dasarnya tidak dapat di lihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu. Menurut Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) faktor utama yang mempengaruhi pelayanan atau jasa adalah jasa yang di harapkan dan jasa yang di terima. Apabila jasa yang diterima konsumen sama dengan yang di harapkan atau bahkan lebih baik, maka di persepsikan bahwa kualitas jasa tersebut baik atau positif dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas jasa atau pelayanan sangat di pengaruhi oleh kemampuan dari penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Berdasarkan penjelasan di atas, Griselda dan Panjaitan (2007) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa di wujudkan malalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Kotler (dikutip oleh Griselda dan Panjaiatan, 2007) Kualitas layanan harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir

dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Sebagai pihak yang mengkonsumsi jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Sementara itu, persepsi dan interaksi dengan pelanggan dalam pemberian pelayanan juga ikut menentukan evaluasi kualitas pelayanan. Konsekuensinya jasa yang sama bisa di nilai berlainan oleh konsumen yang berbeda.

2.1.1.1 Dimensi Kualitas Layanan

Gorvin (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005) mengemukakan delapan dimensi kualitas yang bisa digunakan sebagai kerangka perencanaan dan analisis strategik. Berikut ini adalah deskripsi dimensi tersebut.

- a. Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dan produk inti yang dibeli, misalkan kecepatan, konsumsi bahan bakar, kemudahan dan kenyamanan, dan sebagainya.
- b. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalkan kelengkapan interior dan eksterior seperti AC, *soud system* dan sebagainya.
- c. Reliabilitas (*reliability*) yaitu kemungkinan hasil akan mengalami kerusakan atau gagal di pakai misalnya mobil tidak sering mogok.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar keamanan dan emisi terpenuhi.

- e. Daya tarik (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus di gunakan. Umumnya daya tahan mobil buatan AS lebih baik di bandingkan Korea selatan.
- f. *Service ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap pancaindra, misalkan bentuk fisik mobil yang menarik, model yang artistik, warna, dan sebagainya.
- h. Kualitas yang di persepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Umumnya orang akan mempersepsikan merek Mercedes, rool Royce, porche dan BMW sebagai jaminan mutu.

Sementara itu, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005) ada lima dimensi pokok jasa :

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang di sepakati.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan di berikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. Empati (*emphaty*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelangga, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan materi yang di gunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Johnston dan Silvestro (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005), mengelompokan dimensi kualitas jasa ke dalam kategori :

1. *Hygiene factors*, yakni atribut jasa yang mutlak dibutuhkan demi terciptanya persepsi kualitas jasa yangt bagus. Contoh faktor ini antara lain reliabilitas, fungsionalitas dan kompetensi.
2. *Quality enhacing factors*, yakni atribut jasa yang bila tingkat kinerjanya tinggi akan berdampak positif pada persepsi kualitas, namun bila kinerjanya sudah mencapai tingkat rendah tertentu, tidak ada dampak negatif signifikan. Contohnya antara lain *friendliness*, *attentiveness*, kebersihan dan ketersediaan.
3. *Dual-thareshold factors*, yakni atribut jasa yang bila tidak ada atau tidak tepat penyampaiannya akan membuat pelanggan akan

mempersiapkan kualitas jasa secara negatif. Namun bila penyampaiannya mencapai tingkat tertentu yang bisa di terima, maka akan menyebabkan pelanggan puas dan persepsinya terhadap jasa menjadi positif.

Sementara itu, Gummeson (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005) mengidentifikasi empat sumber kualitas yang menentukan penilaian kualitas jasa :

1. *Design quality*, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa di tentukan sejak pertama kali jasa di rancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. *Production quality*, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa di tentukan oleh kerja sama antara departemen produksi dengan departemen pemasaran.
3. *Delivery quality*, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa di tentukan pula oleh relasi professional dan sosial antara perusahaan dan *stakeholder*.

Dari penjelasan para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, maka dapat di simpulkan beberapa dimensi yang sesuai agar pelayanan dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Adapun dimensi tersebut diantaranya bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta empati (*emphaty*).

2.1.2 Kepuasan Konsumen

Pada saat ini perhatian perusahaan atau organisasi yang menyediakan jasa terhadap kepuasan konsumen semakin tinggi. Hal ini karena salah satu tujuan dari organisasi adalah memberikan kepuasan kepada konsumennya. Ketika konsumen merasakan kepuasan, maka peluang perusahaan memperoleh keuntungan semakin besar karena konsumen akan melakukan transaksi atau hubungan kembali dengan penyedia jasa. Namun sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka citra organisasi akan menjadi negatif dan menjalin hubungan jangka panjang pelanggan semakin berkurang.

Cadotte, Woodruff dan Jenkins (dikutip oleh (Tjiptono dan Chandra, 2005) menyatakan kepuasan di konseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk.

Konsumen atau pelanggan menurut *Cambridge international dictionaries* dan *Webster's 1928 dictionary* (dikutip oleh Lupiyoadi, 2001) adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa serta seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang di inginkan. Jadi dengan kata lain, konsumen atau pelanggan adalah seseorang yang secara kontinyu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau untuk mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No. 30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selanjutnya menurut Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk

mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun. Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat.

Kotler (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk serta harapannya akan produk tersebut. Apabila kinerja yang ada, berada di bawah harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, bila kinerja berada di atas harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jadi dapat dilihat bahwa, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harapan pelanggan dan kinerja perusahaan.

Menurut Assegaff (2009) kepuasan konsumen adalah suatu ukuran yang merefleksikan antara struktur, proses dan hasil akhir pelayanan. Kepuasan konsumen di pandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan juga dapat di pertimbangkan sebagai hubungan antara harapan dan pengalaman, dimana semakin dekat dengan harapan akan semakin puas konsumen.

Dari berbagai argument para ahli tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi yang di tunjukan oleh pelanggan setelah menggunakan jasa atau pelayanan tersebut. Bila responnya positif maka konsumen merasa puas dan akan melakukan transaksi ulang. Namun sebaliknya, bila konsumen merasa tidak senang atau kecewa terhadap pelayanan yang di

terimanya, maka konsumen tergolong tidak puas dan mempunyai *image negative* terhadap pelayanan tersebut.

Menurut Kotler (dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, 2005) ada beberapa metode yang dapat di gunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan yaitu:

1. System keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyiapkan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelangganya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapatan, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan biasanya berupa kotak saran yang di tempatkan di lokasi strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites* dan lain-lain.

2. Ghost shooping (*mystery shopping*)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan jasanya. Kemudian mereka membuat laporan berkasnya dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3. Lost customer analysis

Penyedia jasa dapat menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

4. Survey kepuasan pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan di gunakan dengan menggunakan *survey*, baik *survey* melalui pos, telepon, e-mail, *websiter* maupun wawancara langsung. Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.2 Hubungan Antar Variable

Dalam penelitian ini, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Untuk mengetahui hubungan antara variable independen dengan variable dependen, maka akan di jelaskan sebagai berikut :

2.2.1 Hubungan Tangible dengan Kepuasan Mahasiswa

Faktor *tangible* atau bukti fisik merupakan unsur penting untuk mengukur pelayanan, hal ini karena pelayanan merupakan hal yang tidak berwujud sehingga tidak bisa di sentuh.

Menurut Zeithaml et al (dikutip oleh Hadiati, 2003) *tangible* atau keberwujudan adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan perlengkapan komunikasi. Dimensi *tangible* ini umumnya di gunakan perusahaan untuk menaikkan *image* di mata konsumen.

Menurut Assegaff (2009) penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat di andalkan, keadaan lingkungan di sekitarnya

adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna tersendiri dalam pelayanan pelanggan.

Pengaruh *tangible* atau bukti fisik terhadap kepuasan mahasiswa adalah semakin tinggi bukti fisik yang di terima maka semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima oleh mahasiswa. Namun, bila persepsi mahasiswa terhadap bukti fisik rendah, maka kepuasan mahasiswa pun rendah. Atas penjelasan tersebut, maka dapat di buat hipotesis sebagai berikut :

H₁ = *tangible*/ bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

2.2.2 Hubungan Reliability dengan Kepuasan Mahasiswa

Menurut Zeithmal.et el (dikutip oleh Hadiati, 2003) berpendapat bahwa *reliability* atau keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara tepat. Dimensi ini sangat penting bagi sebagian pelanggan, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melaksanakan transaksi seperti yang di janjikan.

Menurut Gorpersz (dikutip oleh Assegaff, 2009) menyatakan bahwa keandalan berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu dengan demikian keandalan merupakan

karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk itu.

Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa adalah keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Semakin tinggi tingkat keandalan semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima oleh mahasiswa. Namun sebaliknya semakin rendah tingkat keandalan yang di terima mahasiswa, maka kepuasan mahasiswa pun rendah. Atas dasar penjelasan di atas maka dapat di buat hipotesis sebagai berikut :

H₂ = *reliability*/ keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan Mahasiswa.

2.2.3 Hubungan Responsiveness dengan Kepuasan Mahasiswa

Menurut Zeithaml et al (dikutip oleh Hadiati, 2003) *responsiveness* atau ketanggapan adalah keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan seharga. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan serta kesulitan pelanggan.

Menurut Assegaff (2009) suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu, tanpa adanya suatu alasan yang jelas akan menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Pada peristiwa pelayanan yang gagal, kemampuan untuk segera mengatasi hal

tersebut secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan.

Pengaruh *responsiveness* atau ketanggapan adalah semakin tinggi tingkat ketanggapan, semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima oleh mahasiswa. Namun sebaliknya, semakin rendah tingkat keandalan yang di berikan maka tingkat kepuasan mahasiswa juga semakin rendah. Atas dasar penjelasan di atas, maka dapat di buat hipotesis yaitu :

H₃ = *responsiveness* atau ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan Mahasiswa .

2.2.4 Hubungan *Empathy* dengan Kepuasan Mahasiswa

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) *emphaty* atau empati adalah perhatian secara individu yang di berikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, di hargai, dan di mengerti oleh perusahaan.

Menurut Assegaff (2009) empati juga berarti memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelangganya secara individu akan sangat di dambakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat di aktualisasikan.

Pengaruh *emphaty* atau empati pada kepuasan mahasiswa adalah

semakin tinggi empati, maka semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima mahasiswa. Namun sebaliknya, semakin rendah empati yang berikan kepada pelanggan, maka kepuasan mahasiswa pun akan rendah. Atas dasar penjelasan tersebut, maka dapat di buat hipotesis sebagai berikut :

H₄ = *emphaty* atau empati berpengaruh positif terhadap kepuasan Mahasiswa

2.2.5 Hubungan Assurance dengan Kepuasan Mahasiswa

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) menyatakan bahwa *assurance* atau jaminan adalah pengetahuan, keramahan, serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Sedangkan menurut Tjiptono (dikutip oleh Assegaff, 2009) menyatakan bahwa jaminan adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat di percaya yang di miliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau kerugian. Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melakukan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

Pengaruh *assurance* atau jaminan pada kepuasan mahasiswa adalah semakin tinggi jaminan semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima mahasiswa. Namun sebaliknya, jika jaminan yang di berikan

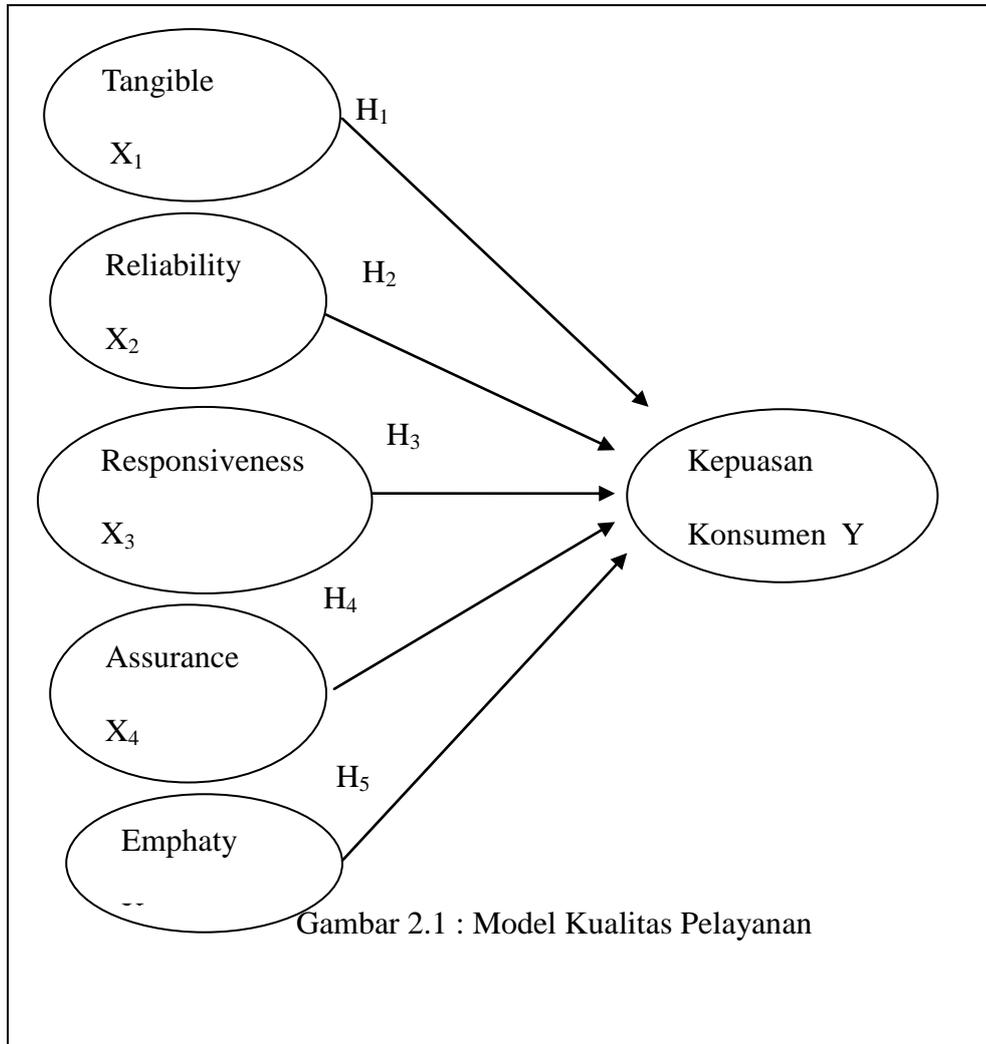
kepada mahasiswa rendah, maka akan timbul ketidakpuasan mahasiswa atas dasar penjelasan tersebut, maka dapat di buat hipotesis sebagai berikut:

$H_5 = assurance$ atau jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan Mahasiswa.

2.3 Penelitian Terdahulu

1. Pada penelitian yang di lakukan Sri Hadiati, melalui jurnalnya yang berjudul “ analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank widyana Malang “, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Gretel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan melauai jurnalnya yang berjudul “ analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua “, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Penelitian lain yang di lakukan oleh Mohammad Assegaff dengan judul jurnalnya “ pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan “. Di peroleh hasil yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Zeithaml, Berry dan Parasuraman

(dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek, orang atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen

Variabel independen atau bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2004). Variabel independen pada penelitian ini diantaranya :

- a) Tangible (bukti fisik)
- b) Reliability (kendalan)
- c) Responsiveness (ketanggapan)
- d) Assurance (jaminan)
- e) Emphaty (empati)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang di

pengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004). Pada penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan mahasiswa pengguna jasa perpustakaan referensi FE UDIP.

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang di berikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau pun memberikan operasional yang di perlukan untuk mengukur variabel tersebut. Misalnya kita mempunyai sebuah variabel yaitu kemampuan dan misalkan kemampuan di berikan definisi sebagai suatu uji kemampuan dengan suatu standar (Nazir, 1988). Pada penelitian ini definisi operasionalnya meliputi:

a. Tangible (bukti fisik)

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) *tangible* diartikan sebagai penampilan fisik seperti peralatan, penampilan karyawan, fasilitas gedung dan lainnya.

Dimensinya meliputi :

1. Kebersihan ruangan
2. Kerapian berpakaian karyawan
3. Penataan tempat

b. Reliability (kendalan)

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda

dan Panjaitan, 2007) *reliability* adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Variabel ini pun di buktikan oleh Putri (2009) dan Mahanani (2010), tentang beberapa indikator dari keandalan yaitu :

1. Ketepatan waktu bila berjanji
2. Jujur dalam pelayanan
3. Kesiapan petugas melayani pelanggan setiap waktu

c. Responsiveness (ketanggapan)

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) *responsiveness* adalah kesedian untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat. Hal ini pun di perkuat oleh Assegaff (2009) dan Mahanani (2010), yang menyebutkan beberapa indikator yang mempengaruhi ketanggapan diantaranya :

1. Kesedian membantu konsumen
2. Komunikasi yang baik
3. Kecepatan pelayanan

d. Assurance (jaminan)

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) *assurance* adalah pengetahuan, keramahan, serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Mahanani (2010) membuktikan dengan menjelaskan beberapa indikator yang mempengaruhi jaminan yaitu :

1. Keramahan karyawan
2. Petugas memberikan informasi yang jelas dalam pelayanan
3. Pengetahuan karyawan yang memadai

e. Emphaty (empati)

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) *emphaty* adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai, dan dimengerti oleh perusahaan. Adapun indikator empati yang di jelaskan oleh Putri (2009) dan Mahanani (2010) :

1. Kesediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan
2. Tanggung jawab keamanan dan kenyamanan
3. Perhatian terhadap kebutuhan konsumen

f. Kepuasan mahasiswa

Menurut Kotler (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk serta harapan-harapannya akan produk tersebut. Menurut Aviliani dan Wilfridus (1997), Yuliarmi dan Riyasa (2007), Mas'ud (2004) indikator kepuasan konsumen meliputi :

1. Produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen
2. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan konsumen
3. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang di berikan

3.2 Penentuan Sampel

3.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi pada penelitian ini para mahasiswa yang pernah berkunjung ke perpustakaan referensi FE UNDIP. Sehingga populasi pada penelitian ini bersifat heterogen dilihat dari beragamnya jenis kelamin, tingkat pendidikan, program studi, dll.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Pada penelitian ini, hanya sebagian anggota populasi yang di ambil untuk di jadikan sampel, namun kesimpulannya dapat di generalisasikan untuk seluruh populasi (Ferdinand, 2006). Adapun sampel penelitian ini adalah sebagian mahasiswa pengunjung perpustakaan referensi FE UNDIP.

Untuk menentukan jumlah sampel yang di perlukan, maka dapat digunakan rumus Slovin (dikutip oleh Umar, 2003) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampai

yang masih sampai dapat di toleransi yaitu 0,1 atau 10 %.

Bila diketahui jumlah mahasiswa yang mengunjungi ke perpustakaan referensi FE UNDIP pada tahun 2010 adalah 32.501 pengunjung, maka sampelnya dapat di hitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{32.501}{1 + 32.501 (10 \%)^2} \\ &= \frac{32.501}{326,01} \\ &= 99,69 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah 99,69 atau dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah melalui *non probability sampling*. Berdasarkan teknik ini, tidak semua individu mendapat peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Sedangkan metodenya melalui *accidental sampling* yaitu mereka yang dijumpai peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa tersebut, maka ia dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer atau subyek

karena berupaya meneliti tentang pendapat atau opini konsumen yang menggunakan suatu jasa atau pelayanan. Data subyek adalah jenis data penelitian yang berupaya opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi responden (Indriantoro dan Supomo, 1999). Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas sumber data primer atau sekunder.

a. Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden yaitu para mahasiswa yang berkunjung ke perpustakaan referensi FE UNDIP (Indriantoro dan Supomo, 1999).

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan di catat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumen yang di publikasikan dan yang tidak di publikasikan. Data sekunder pada penelitian ini adalah jumlah mahasiswa yang berkunjung ke perpustakaan referensi FE UNDIP selama tahun 2010 (Indriantoro dan Supomo, 1999).

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kuesioner (angket)

Kuesioner berupa angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan kuesioner pada penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup.

b. Studi pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara membaca dan mencatat berbagai referensi seperti buku, jurnal, majalah, artikel, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Sebelum membuat keputusan, maka kuesioner yang telah di isi oleh responden di kumpulkan, kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan hasil yang jelas dan maksimal. Pada penelitian ini analisis data yang di gunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

3.4.1 Analisis Kualitatif

Analisi kualitatif merupakan analisis yang dinyatakan dalam bentuk uraian dan didasarkan pada data yang telah ada. Analisis ini berguna untuk menjelaskan tentang berbagai macam masalah atau hal-hal penting yang dinyatakan dalam bentuk kalimat.

3.4.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk data-data yang berbentuk angka yang dapat di ukur atau di hitung. Tujuan analisis kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel atau hal terdapat variabel lain secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan suatu perhitungan melalui metode statistik dan untuk mempermudah analisis data maka dalam penelitian ini menggunakan SPSS 17.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner yang di katakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji validitas di lakukan melalui perbandingan antara nilai r hitung terhadap r tabel. Bila r hitung > r tabel, maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid (Ghozali, 2005).

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment antara X dan Y

X = Skor Pernyataan setiap nomor

Y = Skor total

n = Jumlah responden

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur semua kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner di katakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS ada fasilitas yang dapat di gunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach alpha* dan variabel di katakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0.60, Nunnally (dikutip oleh Ghozali, 2005). Rumus umumnya menurut Sugiyono (2004) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = Varian total

3.5.2 Uji Asumsi Klsik

3.5.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak

orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2005).

Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90) maka ini indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas karena dapat disebabkan juga adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel variabel independen (Ghozali, 2005).

Multikolonieritas dapat pula dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) nilai *cut off* yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $> 0,1$ atau sama dengan nilai VIF < 10 . (Ghozali, 2005)

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda di sebut uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen/ ZPRED*) dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dengan dasar analisis sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati nol. Suatu data berdistribusi normal di lihat dari penyebarannya pada sumbu diagonal dari grafik dengan dasar keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara *variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna jasa perpustakaan referensi FE UNDIP. Adapun model hubungan antar variabel dapat di susun dalam persamaan di bawah ini :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan mahasiswa

b_1 = koefisien regresi dari tangible

b_2 = koefisien regresi dari reliability

b_3 = koefisien regresi dari responsiveness

b_4 = koefisien regresi dari assurance

b_5 = koefisien regresi dari empathy

x_1 = tangible (bukti fisik)

x_2 = reliability (keandalan)

x_3 = responsiveness (ketanggapan)

x_4 = assurance (jaminan)

x_5 = empathy (empati)

e = error/ variabel pengganggu

3.5.4 Uji Hipotesis Penelitian

3.5.4.1 Uji Signifikan Simultan (uji f)

Uji f pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang di masukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat (Ghazali, 2005). Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho = variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) tidak berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa).

HA = variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa).

Adapun dasar kriteria pengambilan keputusannya yaitu melalui angka probabilitas signifikan sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas $f > 0,05$ maka Ho diterima dan HA di tolak
- b. Jika probabilitas $f < 0,05$, maka Ho di tolak dan HA di terima.

3.5.4.2 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghazali, 2005).

Ho = variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan*

emphaty) tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa).

HA = variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa).

Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria angka probabilitas signifikan sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_A di tolak
- b. Jika probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_A di terima.

3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).