

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN

Nawary Saragih

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas

e-mail: nawary_saragih@yahoo.co.id

Pandapotan Sitompul

Email: pandapotan@ust.ac.id

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles, empathy, reliability, responsiveness, assurance*) secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan Mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif. Sampel sebanyak 61 orang dengan teknik *sampling convenience*. Data dikumpulkan melalui kuesioner lewat (*google form*). Metode analisis data adalah dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian diperoleh : $Y = 0,790 + 0,004 + 0,031 + 0,240 - 0,55 + 0,253 + \epsilon$. artinya bahwa pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Tangible* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa. Sedangkan variabel *Empathy* berpengaruh negative terhadap Kepuasan Mahasiswa. Secara simultan Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung (36,763) > F-tabel (1,59) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Secara parsial Nilai variabel *Reliability* berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Nilai variabel *Responsiveness* berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Nilai variabel *Empathy* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Nilai variabel *Assurance* dan variabel *Tangible* perlu dipertahankan karena secara parsial sudah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Koefisien korelasi R sebesar 87,7% artinya hubungan antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Mahasiswa memiliki hubungan yang kuat. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,770 artinya kualitas pelayanan mampu menjelaskan Kepuasan Mahasiswa sebesar 77 % dan 23 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. Sedangkan Total rata-rata tanggapan Mahasiswa terhadap *tangible* (85.2 %), *empathy* (92.6 %), *responsiveness* (92.9%), *reliability* (93.4 %), *assurance* (95.6 %) *Satisfaction* (97.8 %).

Keywords: Kualitas pelayanan (*tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance*), Kepuasan Mahasiswa

PENDAHULUAN

Berdasarkan fungsi dari perguruan tinggi, adalah ikut untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, untuk itu dituntut pihak management perguruan tinggi tanggap terhadap lingkungan internal dan eksternalnya dan dalam operasinya untuk memberikan pelayanan pendidikan kepada mahasiswa yang diwujudkan dalam bentuk dimensi-dimensi jasa. Untuk menilai kepuasan dan atau loyalitas mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat luas terhadap suatu lembaga perguruan tinggi tergantung daripada kualitas dimensi pelayanan yang diberikan kepada mereka.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2007:273), ada lima kualitas dimensi kualitas pelayanan jasa, antara lain:

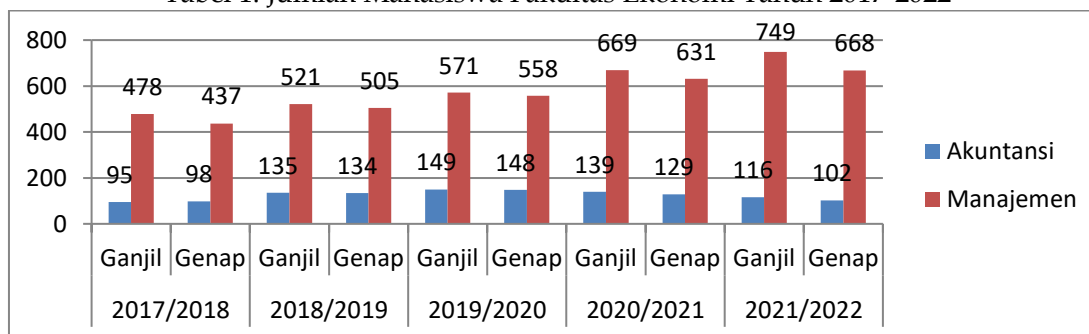
- Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- Empati (*empathy*), merupakan kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- Kehandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

- d. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- e. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Kondisi sistem management perguruan tinggi di Indonesia dewasa ini belumlah sepenuhnya memenuhi persyaratan seperti diinginkan. Oleh sebab itu, dirasa perlu untuk mengadakan perubahan-perubahan, penyempurnaan program-program kerja dan pelayanan yang lebih maksimal, yang disesuaikan dengan tuntutan perkembangan waktu (era digitalisasi).

Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang merupakan salah satu perguruan tinggi yang hadir di Sumatera Utara ikut memberikan pelayanan jasa pendidikan tinggi kepada masyarakat mengalami trend fluktuasi jumlah mahasiswa, khususnya Fakultas Ekonomi yang terjadi sejak tahun 2018-2022 seperti pada tabel 1 berikut:

Tabel 1: Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun 2017-2022



Sumber: Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan

Berdasarkan fluktuasi jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di atas, hal ini terjadi karena kurang memperhatikan tuntutan sebagai keluhan-keluhan atas kualitas pelayanan yang diberikan kepada Mahasiswa dalam hal variabel dari: pengaruh Bukti fisik (*tangible*), Empati (*empathy*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*). Karena hanya dengan memberikan kualitas pelayanan dimensi jasa yang baik sesuai harapanlah yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan sebagai promosi mulut ke mulut yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah peminat dari masyarakat luas terhadap Prodi-prodi yang ada di Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan. Hasil penelitian Ali Mulyawan dan Rinawati (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh simultan kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 49,1% sedangkan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menyiratkan bahwa manajemen perguruan tinggi perlu memperhatikan masalah kualitas akademik sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

<https://jurnal.stiepas.ac.id/>

LANDASAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler (2002:6) adalah sebagai proses sosial manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat pencapaian dan pertukaran timbal balik produk/jasa dan nilai dengan orang lain. Artinya pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang/ jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, keinginan konsumen pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Pemasaran jasa

Zehaml dan Bitner (dalam Lupiyoadi, 2006:6) pemasaran jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan

dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.

Menurut Groonroos (dalam Dimiyati, 2008:22) "Pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan pemasaran interaktif".

- a. Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyiapkan, memberi harga, mendistribusikan, dan mempromosikan jasa itu kepada konsumen.
- b. Pemasaran internal menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melatih dan memotivasi pegawainya untuk melayani pelanggan dengan baik.
- c. Pemasaran interaktif menggambarkan keahlian pegawai dalam melayani klien"

Pengertian jasa

Menurut Kotler & Keller (2012:214) pengertian jasa adalah setiap aktifitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.

- a. Jasa merupakan suatu kinerja atau penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan atau konsumen lebih dapat berperan serta aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.
- b. Kondisi cepat atau lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen.
- c. Jasa merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang ditawarkan kepada pihak lain dan tidak berwujud tetapi dapat dinikmati manfaatnya.

Sistem Pemasaran Jasa

- a. Menurut Yazid (2001:18), jika pemasaran jasa dipandang sebagai suatu sistem, maka akan terdiri dari sistem bisnis jasa dan elemen-elemen yang memberi kontribusi kepada pandangan konsumen terhadap organisasi secara keseluruhan.
- b. Elemen-elemen lain tersebut mencakup; upaya-upaya komunikasi dari bagian periklanan dan/atau penjualan, telepon dan surat dari personel, nota dari bagian akuntansi, *display* random kepada personel dan fasilitas jasa, pemberitaan dan editorial di media massa, dan bahkan riset pasar.

Kualitas Jasa

Menurut Zeithmal, Berry, dan Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006:181) kualitas jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Menurut Zeithmal dalam Tjiptono (2007:22) Model *service quality* meliputi analisis terhadap lima gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa antara lain:

- a. Gap 1: kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan (knowledge gap).
- b. Gap 2: perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (standards gap).
- c. Gap 3: perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (delivery gap)
- d. Gap 4: perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (communication gap)
- e. Gap 5: kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (service gap).

Harapan Konsumen untuk Jasa menurut (Sularso 2001:35) bahwa kepuasan konsumen selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau paling sedikit upaya penyempitan gap antara keadaan yang diinginkan (harapan) dengan yang dihadapi (Sularso 2001:35).

Metode yang Digunakan untuk Mengukur Kualitas Jasa

Menurut Nasution (2004:119) yang paling sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur kualitas jasa adalah yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry yang terdiri dari lima dimensi kualitas jasa, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pengukuran dapat dilakukan dengan Skala Likert maupun semantik deferensial, dimana responden tinggal memilih atas pertanyaan mengenai mutu jasa dari 4 pengukuran berikut:

- a. Skor kualitas jasa = skor kinerja – skor harapan
- b. Skor kualitas jasa = skor derajat x (skor kinerja – skor harapan)
- c. Skor kualitas jasa = skor kinerja
- d. Skor kualitas jasa = skor derajat kepentingan x skor kinerja

Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa

Banyak pakar yang menyatakan bahwa hukum pertama kualitas adalah “melakukan segala sesuatu benar sejak awal”, bila hal itu tercapai, maka akan terwujud kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, dalam suatu perusahaan yang telah menyampaikan jasanya dengan baik, tetap saja akan ada pelanggan yang tidak puas atau kecewa (Nasution 2004:117). Penyebabnya ada dua jenis, yaitu:

- a. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan.
- b. Faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan harus melakukan pemulihan pelayanan (*service recovery*) untuk meningkatkan kualitas jasa. *Service recovery* berkaitan dengan kepuasan pelanggan, dan secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok.

- 1) Pertama, memperlakukan para pelanggan yang tidak puas dengan sedemikian rupa, sehingga bisa mempertahankan loyalitas mereka.
- 2) Kedua, penyedia jasa memberikan jaminan yang luas dan tidak terbatas pada ganti rugi yang dijanjikan saja.
- 3) Ketiga, penyedia jasa memenuhi atau melebihi harapan para pelanggan yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka.

Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2009:177) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau (hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang di rasakan setelah pemakaian menurut Rangkuti (2006:30).

- a. Konsep Kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat
- b. Definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang di rasakan dengan harapan berikut:
 - 1) Apabila hasil yang di rasakan di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa atau kurang puas bahkan tidak puas,
 - 2) Apabila hasil yang di rasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas
 - 3) Apabila hasil yang di rasakan melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.
- c. Alasan tentang pentingnya kepuasan pelanggan/ anggota bagi perusahaan/ organisasi menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2009:36), menyatakan kunci alasan untuk mempertahankan kepuasan konsumen antara lain:
 - 1) *Re-purchase*: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
 - 2) Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
 - 3) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama : menggunakan jasa dari perusahaan yang sama.
 - 4) Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.
 - 5) Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat:

- a) Hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan
- b) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan,
- c) Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang di peroleh menjadi meningkat.

METODOLOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah meliputi: populasi dan sampel, Jenis dan sumber data, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan Semester 7 dan Non Semester pada Semester Ganjil 2022/2023. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah berupa angket/ kuesioner secara on line (*Google Form*). Metode penarikan sampel ditentukan berdasarkan keikutsertaan peserta ikut pelatihan dalam pengolahan data penelitian dengan *Microsoft SPSS*.

Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan data skunder dan data primer. Sumber data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada Semester 7 dan Non Semester pada Semester Ganjil 2022/2023. secara online. Secara rinci jenis dan sumber data seperti pada tabel berikut:

Tabel 2: Jenis dan sumber data

No.	Data	Sumbert Data
1	Data Skunder	KTU Fakultas Ekonomi
2	Data Primer	Mahasiswa
3	Profil Responden	Mahasiswa

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel yaitu: Menurut Sugiyono (2012:38) variable penelitian adadalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu:

- a. Variabel independen (variable bebas) adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (Sugiyono 2012:39).
- b. Variabel dependen (variable terikat) adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono 2012:39).

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan (*tangibles, empathy reliability, responsiveness, assurance*) menjadi variabel independennya, sedangkan kepuasan Mahasiswa menjadi variabel dependennya.

Definisi Operasional Variabel atas Penelitian ini sebagai berikut:

- a. Variabel independen (X) yaitu terdiri dari:
 2. *Tangibles* (Bukti Fisik), meliputi Ruang kuliah Fasilitas dan prasarana), Kelengkapan, kecanggihan peralatan, Penataan interior, eksterior, Kerapian dan kebersiha
 3. *Empathy* (Kemampupahaman), meliputi Selalu memberikan perhatian, Dosen PA memberikan bimbingan, Para dosen dan staf berkomunikasi secara baik, Institusi memberikan pelayanan
 4. *Responsiveness* (Daya Tanggap) meliputi ketanggapan dalam melayani kebutuhan mahasiswa, Memberikan informasi yang akurat, Memberi tahu apabila dosen berhalangan hadir

5. Reliability (Keandalan), yaitu Prosedur pelayanan, Informasi kegiatan yang konsisten, Pelayanan yang sopan dan ramah, Adil dalam perlakuan
6. Assurance (Jaminan), meliputi Kesiapan (SAP/Silabus, buku referensi, power point, dll), Kejelasan penyampaian materi di kelas, Materi dengan media dan metode yang bervariasi, Perkuliahan tepat waktunya, Kuliah tambahan, Hasil UTS dan UAS, Peraturan UTS dan UAS
- b. Variabel dependen (Y) yaitu terdiri dari: Kepuasan Mahasiswa merupakan keputusan evaluatif yang dapat diketahui sebagai berikut : merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh institusi. merasa sesuai dan cocok dengan keputusannya dalam melakukan studi di Fakultas Ekonomi. merasa puas dengan penjelasan materi mata kuliah

Teknik Pengumpulan Data

Langkah-langkah metode pengumpulan data ini dilakukan sebagai berikut:

- a. Metode pengumpulan data digunakan kuesioner.
- b. Kuesioner dibuat dalam bentuk pertanyaan tertutup dan terbuka
- c. Angket dibagikan kepada mahasiswa secara online.
- d. Setelah kuesioner diisi, kemudian ditabulasi kembali untuk diolah dengan SPSS versi 22.0 untuk sejumlah 30 orang untuk uji validitas dan reabilitas.
- e. Dari hasil pengujian jika ada indikator pertanyaan tidak valid dan tidak reliabel maka dikeluarkan dari perhitungan.
- f. Selanjutnya dilakukan pengolahan data untuk analisis lebih lanjut maupun untuk menarik kesimpulan dan saran.

Kerangka Berfikir

Variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan dan variabel bebas (X) yaitu Tangibles (Bukti Fisik), Empathy (Kemampupahaman), Responsiveness (Daya Tanggap) Reliability (Keandalan), dan Assurance (Jaminan),

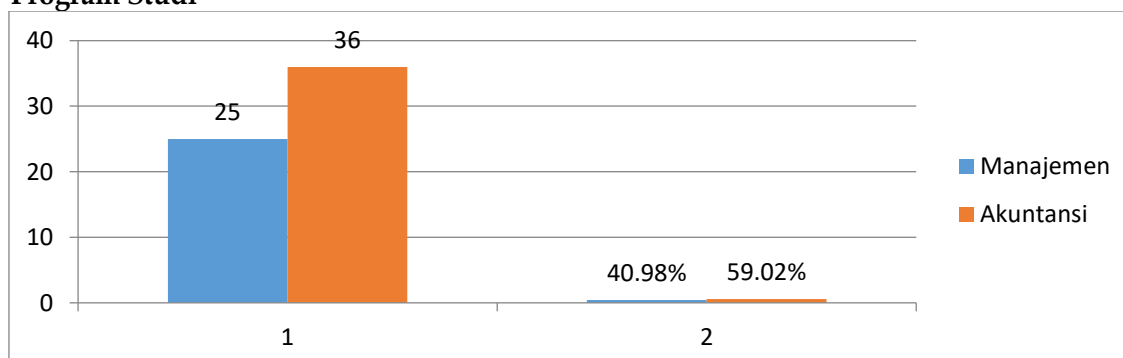
Hipotesis

1. Apakah kualitas pelayanan (*tangibles, empathy, reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan ?
2. Apakah kualitas pelayanan (*tangibles, empathy, reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profile Responden

1. Program Studi

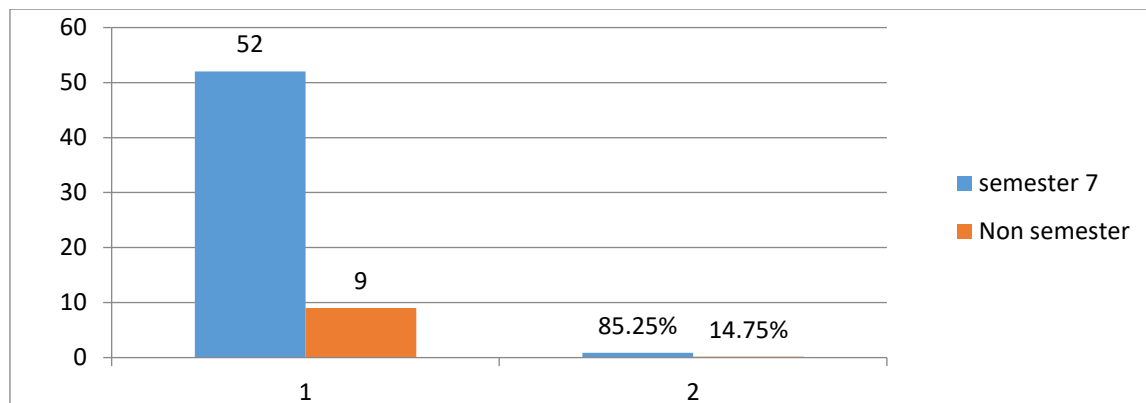


Adapun jumlah responden dari Program studi Manajemen sejumlah 25 orang (40,98%) dan Program studi Akuntansi sejumlah 36 orang (59,02%).

2. Semester Responden

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN

Oleh : Nawary Saragih, Pandapotan Sitompul



Adapun jumlah responden dari Semester 7 sejumlah 52 orang (85,25%) dan dari Semester 9 orang (14,75%).

Hasil uji Validitas dan Reabilitas

Berdasarkan uji indikator variabel bahwa kualitas pelayanan sudah valid, karena r hitung $> r$ tabel (0,30) dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Indikator variabel kualitas pelayanan sudah reliabel karena nilai alpha Cronbach $> 0,50$ dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Demikian juga berdasarkan uji indikator variabel kepuasan Mahasiswa sudah valid karena r hitung $> r$ tabel (0,30) dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Demikian juga bahwa setiap indikator variabel kepuasan Mahasiswa sudah reliabel karena nilai alpha Cronbach $> 0,50$ dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Analisis Deskriptif

Jumlah dan Prosentase Jawaban Responden untuk evaluasi kualitas masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2022/2023 untuk mendapatkan tanggapan dari responden secara kualitatif disajikan pada tabel-tabel berikut:

1. Keandalan (*reliability*): kemampuan dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola dalam memberikan pelayanan kepada Mahasiswa

Tabel 3: Jawaban Responden Terhadap Keandalan (*reliability*)

No.	SP	P	CP	TP	STP	Jlh	SP	P	CP	TP	STP
Reability (Keandalan)							Prosentase (%)				
1	9	24	22	6	0	61	14.75	39.34	36.07	9.84	0.00
2	10	26	21	4	0	61	16.39	42.62	34.43	6.56	0.00
3	10	31	18	2	0	61	16.39	50.82	29.51	3.28	0.00
4	11	25	21	4	0	61	18.03	40.98	34.43	6.56	0.00

Berdasarkan tabel 1 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 90,16%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa terhadap ketepatan pelayanan adalah sebesar 9,84%. Hal ini terjadi karena masih ada Mahasiswa kurang puas terhadap prosedur pelayanan akademik, dalam yang kemudahan dan kejelasan pelayanan Fakultas.

Berdasarkan tabel 1 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 93,44%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa terhadap Kemampuan informasi kegiatan akademik yang konsisten sebesar 6,56%. Hal ini terjadi karena Mahasiswa masih ada merasakan Kemampuan informasi kegiatan akademik yang tidak konsisten.

Berdasarkan tabel 1 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 96,72 %. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan

oleh Mahasiswa terhadap kesesuaian layanan dengan janji yang ditawarkan Dosen adalah sebesar 3,28 %. Hal ini terjadi karena masih pelayanan akademik yang kurang sopan dan ramah

Berdasarkan tabel 1 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 93,44%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 6,56 %. Hal ini terjadi karena masih ada perlakuan kurang adil dalam memperlakukan mahasiswa

2. Daya tanggap (*responsiveness*): kemauan dari dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola dalam membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat.

Tabel 4: Jawaban Responden Terhadap Daya tanggap (*responsiveness*):

No.	SP	P	CP	TP	STP	Jlh	SP	P	CP	TP	STP
Reability (Keandalan)							Prosentase (%)				
1	8	27	21	5	0	61	13.11	44.26	34.43	8.20	0.00
2	10	33	16	2	0	61	16.39	54.10	26.23	3.28	0.00
3	7	24	24	5	1	61	11.48	39.34	39.34	8.20	1.64

Berdasarkan tabel 2 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 91,80%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 8,20 % terhadap Kemampuan dosen dan staf untuk cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan mahasiswa (konsultasi KTI, KHS, KRS, dan pelayanan lainnya. Hal ini terjadi karena masih ada terjadi bagi kurang kemampuan dosen dan staf untuk cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan mahasiswa (konsultasi KHS, KRS, dan pelayanan lainnya)

Berdasarkan tabel 2 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 96,72. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 3,28%. terhadap kegiatan Akademik dalam memberikan informasi kemahasiswaan yang akurat (jadwal perkuliahan dan registrasi)

Berdasarkan tabel 2 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 90,16%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa terhadap kesikagan Dosen dalam melayani urusan Mahasiswa adalah sebesar 8,20%. Hal ini terjadi karena masih ada dosen Akademik tidak memberi tahu kepada mahasiswa apabila dosen berhalangan

3. Kepastian (*assurance*): kemampuan dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola untuk memberi keyakinan kepada mahasiswa bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan.

Tabel 5: Jawaban Responden Terhadap Kepastian (*assurance*):

No.	SP	P	CP	TP	STP	Jlh	SP	P	CP	TP	STP
Assurance (Jaminan)							Prosentase (%)				
1	11	38	11	1	0	61	18.03	62.30	18.03	1.64	0.00
2	10	37	14	0	0	61	16.39	60.66	22.95	0.00	0.00
3	5	36	17	3	0	61	8.20	59.02	27.87	4.92	0.00
4	8	33	17	3	0	61	13.11	54.10	27.87	4.92	0.00
5	12	37	9	3	0	61	19.67	60.66	14.75	4.92	0.00
6	4	31	20	6	0	61	6.56	50.82	32.79	9.84	0.00
7	6	34	18	3	0	61	9.84	55.74	29.51	4.92	0.00

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 98,36%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 1,64% terhadap Kesiapan dosen dalam memberikan kuliah (SAP/Silabus, buku referensi, power point, dll). Hal ini terjadi karena masih ada ketidaksigapan dosen dalam memberikan kuliah (SAP/Silabus, buku referensi, power point, dll) kepada mahasiswa.

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 100%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa 0 % terhadap Kejelasan penyampaian materi dan jawaban terhadap pertanyaan di kelas.

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 95,08%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan

oleh Mahasiswa adalah sebesar 4,92%. Hal ini terjadi karena masih ada dosen memberikan materi dengan media dan metode yang kurang bervariasi dan inovasi

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 95,08%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 4,92 % terhadap Dosen memberikan perkuliahan tepat pada waktunya. Hal ini terjadi karena masih ada Dosen memberikan perkuliahan tidak tepat pada waktunya.

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 95,08%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 4,92% terhadap Dosen masih ada mengadakan kuliah tambahan apabila belum mencukupi dalam waktu yang runtut dengan mata kuliah lain (Mahasiswa jadi kecapekan).

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 90,16%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 9,84 % . Hal ini terjadi karena masih ada Dosen mengumumkan hasil UTS dan UAS kepada mahasiswa kurang cepat tepat pada waktunya

Berdasarkan tabel 3 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 95,08%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 4,92% terhadap Peraturan UTS dan UAS yang diberlakukan yang dirasakan oleh responden.

4. Empati (*empathy*): kesediaan/kepedulian dosen, tenaga kependidikan, dan pengelola untuk memberi perhatian kepada mahasiswa

Tabel 6: Jawaban Responden Terhadap Empati (*empathy*)

No.	SP	P	CP	TP	STP	Jlh	SP	P	CP	TP	STP
Empathy (Kemampupahaman)						Prosentase (%)					
1	6	25	22	6	2	61	9.84	40.98	36.07	9.84	3.28
2	8	31	16	5	1	61	13.11	50.82	26.23	8.20	1.64
3	8	35	15	3	0	61	13.11	57.38	24.59	4.92	0.00
4	12	33	15	1	0	61	19.67	54.10	24.59	1.64	0.00

Berdasarkan tabel 4 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 86,89%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa terhadap sebesar 13,11%. Hal ini terjadi karena Dosen dan staf tidak selalu memberikan perhatian kepada mahasiswa yang kurang dalam akademiknya

Berdasarkan tabel 4 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 90,16%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 9,84% terhadap Dosen PA memberikan bimbingan akademik dan arahan pada setiap mahasiswa. Hal ini terjadi karena sulit menjumpai Dosen PA memberikan bimbingan akademik dan arahan pada setiap mahasiswa.

Berdasarkan tabel 4 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 95,08%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 4,92% terhadap dosen dan staf berkomunikasi secara baik dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh setiap mahasiswa. Hal ini terjadi karena masih ada dosen dan staf kurang komunikatif, sehingga urusan tertunda atau membutuhkan beberapa hari.

Berdasarkan tabel di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 98,36%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 1,64%. Hal ini terjadi karena Institusi memberikan pelayanan kepada mahasiswa tanpa memandang status sosial dll akan tetapi pada jam kerja dan mau bimbingan, dosen ngumpul di Fakultas tidak masuk ruangan dosen, sehingga dosen ada di fakultas akan tetapi tidak bisa dijumpai untuk bimbingan

5. *Tangible*: penilaian mahasiswa terhadap kecukupan, aksesibilitas, kualitas sarana dan

Tabel 7: Jawaban Responden Terhadap *Tangible* (Bukti Fisik)

No.	SP	P	CP	TP	STP	Jlh	SP	P	CP	TP	STP
Tangible (Bukti fisik)							Prosentase (%)				
1	5	20	25	10	1	61	8.20	32.79	40.98	16.39	1.64
2	6	27	17	9	2	61	9.84	44.26	27.87	14.75	3.28
3	2	22	24	12	1	61	3.28	36.07	39.34	19.67	1.64
4	3	21	29	6	2	61	4.92	34.43	47.54	9.84	3.28
5	8	38	13	2	0	61	13.11	62.30	21.31	3.28	0.00

Berdasarkan tabel 5 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 81,97%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 18,03%. Hal ini terjadi karena masih ada Ruang kuliah yang bersih, kurang rapi, dan kurang karena panas, sementara Mahasiswa banyak dan ada Kipas atau AC tetapi kurang berfungsi.

Berdasarkan tabel 5 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 81,97%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 18,03%. Hal ini terjadi karena masih ada Fasilitas dan prasarana kurang memadai dan ruang kuliah kurang bersih, kurang rapi, dan suhu ruangan gerah dan panas, sementara Mahasiswa banyak dan ada Kipas atau AC tetapi kurang berfungsi.

Berdasarkan tabel 5 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 78,69%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 21,31%. Hal ini terjadi karena masih ada kurang Kelengkapan dan kurang kecanggihan peralatan perkuliahan karena ada LCD tetapi sering bermasalah sehingga dosen kuliah mendikte atau menulis di white board.

Berdasarkan tabel 5 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 86,89%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 13,11%. Hal ini terjadi karena masih ada kurang kelengkapan laboratorium seperti Lab Komputer, sehingga jadwal praktekpun bentrok dan terganggu.

Berdasarkan tabel 5 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 96,72%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 3,28%. Hal ini terjadi karena masih ada kurang kerapian dan kebersihan penampilan para staf dan dosen serta menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku karena masih ada dosen merokok pada jam perkuliahan.

6. *Satisfaction* (Kepuasan) Mahasiswa

Tabel 8: Jawaban Responden Terhadap *Satisfaction* (Kepuasan) Mahasiswa

No.	SP	P	CP	TP	STP	Jlh	SP	P	CP	TP	STP
Satisfaction (Kepuasan)							Prosentase (%)				
24	5	30	24	1	1	61	8.20	49.18	39.34	1.64	1.64
25	5	30	24	1	1	61	8.20	49.18	39.34	1.64	1.64
26	4	31	26	0	0	61	6.56	50.82	42.62	0.00	0.00

Berdasarkan tabel 6 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 96,72%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 1,64% terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas/ Prodi. Hal ini terjadi karena masih ada Mahasiswa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas/ Prodi.

Berdasarkan tabel 6 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 96,72%. Sedangkan tingkat ketidakpuasan (TP+STP) yang dirasakan oleh Mahasiswa sebesar 1,64%. Hal ini terjadi karena masih ada ketidaksesuaian dan ketidakcocokan dengan keputusannya dalam melakukan studi di Fakultas/ Prodi

Berdasarkan tabel 6 di atas, bahwa tingkat kepuasan (SP+P+CP) yang dirasakan oleh Mahasiswa adalah sebesar 100%. Hal ini terjadi karena Mahasiswa merasa sudah puas dengan penjelasan materi mata kuliah di Fakultas/ Prodi.

Total tanggapan kepuasan yang dirasakan oleh responden Mahasiswa terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut di atas masing-masing setelah di ambil rata-rata adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Total rata-rata tanggapan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Aspek yang Diukur	Tingkat Kepuasan Mahasiswa (%)
1	Keandalan (reliability)	93.4 %
2	Daya tanggap (responsiveness)	92.9%
3	Kepastian (assurance)	95.6 %
4	Empati (empathy)	92.6 %
5	Tangible (Bukti Fisik)	85.2 %
6	Satisfaction (Kepuasan)	97.8 %

Analisis Statistika

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang berguna untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) versi 22.

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.790	.836		.945	.349
	Reability	.004	.091	.006	.042	.966
	Responsiveness	.031	.131	.035	.237	.814
	Assurance	.240	.079	.510	3.047	.004
	Empathy	-.055	.100	-.083	-.553	.583
	Tangible	.253	.053	.482	4.798	.000

Berdasarkan hasil penelitian atau pengolahan data, maka diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 0,790 + 0,004 + 0,031 + 0,240 - 0,55 + 0,253 + e$. Dari persamaan regresi linier berganda di atas, bahwa pengaruh Reability, Responsiveness, Assurance dan Tangible berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Sedangkan variabel Empathy berpengaruh negative terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

2. Uji Parsial

- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Reability sebesar $0,042 < 1,96 t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,966 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Reability secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Responsiveness sebesar $0,237 < 1,96 t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,814 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Responsiveness secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Assurance sebesar $3,047 > 1,96 t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Assurance secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Empathy sebesar $-0,553 < 1,96 t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,583 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Empathy secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Tangible sebesar $4,798 > 1,96 t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Tangible secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

3. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165.371	5	33.074	36.763	.000 ^b
	Residual	49.481	55	.900		
	Total	214.852	60			

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Tangible, Responsiveness, Reability, Empathy, Assurance

Hasil uji F di atas menunjukkan bahwa nilai F-hitung (36,763) > F-tabel (1,59) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.770	.749	.949

a. Koefisien korelasi R sebesar 0,877 artinya bahwa keeratan hubungan antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan 87,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan memiliki hubungan yang kuat.

b. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,770 artinya kualitas pelayanan mampu menjelaskan Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan sebesar 77 % dan 23 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

5. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistika, maka pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan sebagai berikut :

- Nilai uji t-hitung untuk variabel Reability sebesar $0,042 < 1,96$ t-tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,966 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Reability secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari prosedur pelayanan akademik, informasi akademik, pelayanan akademik dan rasa adil dalam perlakuan terhadap mereka.
- Nilai uji t-hitung untuk variabel Responsiveness sebesar $0,237 < 1,96$ t-tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,814 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Responsiveness secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Kemampuan dosen dan staf untuk cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan mahasiswa (konsultasi KTI, KHS, KRS. jadwal perkuliahan).
- Nilai uji t-hitung untuk variabel Assurance sebesar $3,047 > 1,96$ t-tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Assurance secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Kesiapan dosen dalam memberikan kuliah (SAP/Silabus, buku referensi, power point). Kejelasan penyampaian materi dan jawaban terhadap pertanyaan di kelas. Memberikan materi dengan media dan metode yang bervariasi serta kaya akan inovasi. Dosen memberikan perkuliahan tepat pada waktunya. Dosen mengumumkan hasil UTS dan UAS kepada mahasiswa tepat pada waktunya. Peraturan UTS dan UAS yang diberlakukan yang dirasakan oleh responden.

- d. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Empathy sebesar $-0,553 < 1,96 t_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,583 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Empathy secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Dosen dan staf selalu memberikan perhatian kepada mahasiswa yang kurang dalam akademiknya. Dosen PA memberikan bimbingan akademik dan arahan pada setiap mahasiswa. Para dosen dan staf berkomunikasi secara baik dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh setiap mahasiswa. Institusi memberikan pelayanan kepada mahasiswa tanpa memandang status sosial dll
- e. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Tangible sebesar $4,798 > 1,96 t_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Tangible secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Ruang kuliah yang bersih, rapi, dan nyaman. Fasilitas dan prasarana (fakm, kantin, dan tempat ibadah). Kelengkapan dan kecanggihan peralatan perkuliahan dan sistem akademik. Penataan interior, eksterior, dan kelengkapan laboratorium. Kerapian dan kebersihan penampilan para staf dan dosen serta menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku.

Dari dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi untuk dapat meningkatkan kepuasan Mahasiswa, mereka memberikan saran-saran melalui pertanyaan terbuka sebagai berikut:

- 1) Dalam memulai dan akhir proses belajar mengajar mohon tepat waktu.
- 2) Nilai UTS dan UAS harap diposting tepat waktu
- 3) AC atau Kipas, WIFI, Infokus di setiap ruangan kelas, agar berfungsi dengan baik.
- 4) Mengadakan seminar yang mendukung study mahasiswa, Membuat Kuliah umum, Membuat berbagai Perlombaan/ acara untuk meningkatkan potensi dan kerjasama mahasiswa.
- 5) Pelayanan TU dalam segala informasi diberitahu tidak secara tiba-tiba. Contoh seperti pada saat PKL. Pemberitahuan tiba-tiba dan dekat dengan deadline.
- 6) Tempat PKL dan tempat riset, Mahasiswa mengalami kesulitan yang membuat tidak tepat waktu lulus, untuk itu agar menjadi perhatian Fakultas.
- 7) Agar memperhatikan kualitas kamar mandi, pakai lampu, dan air kerannya agar selalu ada dan ada sabun untuk cuci tangan terlebih pada masa Covid-19 ini.
- 8) Dalam pengurusan berkas-berkas di Fakultas harus lebih dipermudah agar mahasiswa cepat menyelesaikan perkuliahan, termasuk agar pelaksanaan Ujian meja hijau dibuat terjadwal
- 9) Memberikan akses untuk mendapatkan jurnal

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (36,763) $> F_{\text{tabel}}$ (1,59) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa
2. Hasil uji t, bahwa Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Reability sebesar $0,042 < 1,96 t_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,966 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Reability secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa
3. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Reability sebesar $0,042 < 1,96 t_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,966 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Reability secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari prosedur pelayanan akademik, informasi akademik, pelayanan akademik dan rasa adil dalam perlakuan terhadap mereka.

4. Nilai uji t -hitung untuk variabel Responsiveness sebesar $0,237 < 1,96$ t -tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,814 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Responsiveness secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Kemampuan dosen dan staf untuk cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan mahasiswa (konsultasi KTI, KHS, KRS, jadwal perkuliahan).
5. Nilai uji t -hitung untuk variabel Assurance sebesar $3,047 > 1,96$ t -tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Assurance secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Kesiapan dosen dalam memberikan kuliah (SAP/Silabus, buku referensi, power point). Kejelasan penyampaian materi dan jawaban terhadap pertanyaan di kelas. Memberikan materi dengan media dan metode yang bervariasi serta kaya akan inovasi. Dosen memberikan perkuliahan tepat pada waktunya. Dosen mengumumkan hasil UTS dan UAS kepada mahasiswa tepat pada waktunya. Peraturan UTS dan UAS yang diberlakukan yang dirasakan oleh responden.
6. Nilai uji t -hitung untuk variabel Empathy sebesar $-0,553 < 1,96$ t -tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,583 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Empathy secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Hal ini terjadi karena berdasarkan apa yang dirasakan oleh Mahasiswa dari Dosen dan staf selalu memberikan perhatian kepada mahasiswa yang kurang dalam akademiknya. Dosen PA memberikan bimbingan akademik dan arahan pada setiap mahasiswa. Para dosen dan staf berkomunikasi secara baik dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh setiap mahasiswa. Institusi memberikan pelayanan kepada mahasiswa tanpa memandang status sosial dll
7. Nilai variabel Assurance dan variabel Tangible perlu dipertahankan karena secara parsial sudah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
8. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan: $Y = 0,790 + 0,004 + 0,031 + 0,240 - 0,55 + 0,253 + \epsilon$. Dari persamaan regresi linier berganda di atas, bahwa pengaruh Reability, Responsiveness, Assurance dan Tangible berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa. Sedangkan variabel Empathy berpengaruh negative terhadap Kepuasan Mahasiswa
9. Koefisien korelasi R sebesar $0,877$ artinya bahwa keeratan hubungan antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Mahasiswa sebesar $87,7\%$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
10. Koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,770$ artinya kualitas pelayanan mampu menjelaskan Kepuasan Mahasiswa sebesar 77% dan 23% lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Saran

1. Berdasarkan pengujian statistik dengan uji t , Nilai variabel Reability berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Maka Fakultas perlu memperbaiki prosedur pelayanan akademik, informasi akademik, pelayanan akademik dan rasa adil dalam perlakuan terhadap mereka.
2. Nilai variabel Responsiveness berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Maka perbaikan terhadap Kemampuan dosen dan staf untuk cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan mahasiswa (konsultasi KHS, KRS, jadwal perkuliahan).
3. Nilai variabel Empathy berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Maka perlu perbaikan dari Dosen dan staf selalu memberikan perhatian kepada mahasiswa yang kurang dalam akademiknya. Dosen PA memberikan bimbingan akademik dan arahan pada setiap mahasiswa. Para dosen dan staf berkomunikasi secara baik dengan

bahasa yang mudah dimengerti oleh setiap mahasiswa. Institusi memberikan pelayanan kepada mahasiswa tanpa memandang status sosial dll

DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati, Mohammad. 2008. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jember: Universitas Jember.
- Ghozali, Iman. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Milenium*. Jakarta: PT Prenhallindo.
-2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
-2009. *Dasar-dasar Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implikasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama, Jakarta: Erlangga.
-dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupioyadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. N., 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
-, 2008, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung, CV Alfbeta
- Supranto, J 2009. *Stasistik:Teori dan Aplikasi, Jilid 2*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit liberty.
- Tjiptono, 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
-2004. *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta Andy.
- <https://jurnal.stiepas.ac.id/>

