

# **Rancang Bangun Aplikasi untuk Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademis AMIK Imelda Medan dengan Menggunakan Algoritma Servqual**

**Mamed Rofendi Manalu<sup>1</sup>, Rimmar Siringoringo<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Imelda Medan, Jl. Bilal No.52, Sumatera Utara, Indonesia

E-Mail: [andy.budidarma@gmail.com](mailto:andy.budidarma@gmail.com)<sup>1</sup>, [ringo\\_nabasa@yahoo.com](mailto:ringo_nabasa@yahoo.com)<sup>2</sup>

## **Abstract**

AMIK IMELDA is one of the campuses that foster students at the diploma three or academic level with several majors and consistently serves students both in terms of teaching and administrative services, to ensure that the service process is well delivered to every important component in the institution in providing the best for students because students are part of the campus that cannot be separated from the activities in the AMIK IMELDA environment, but until now there has been no analysis process to ensure the level of service in the AMIK IMELDA environment. In measuring the level of academic service at Amik Imelda using the SERVQUAL approach where the process is used to measure the service quality of the attributes of each dimension, so that a gap value will be obtained which is the difference between consumer perceptions, in this case, students towards the services that have been received. with the hope of being accepted. The measurement of this method is by measuring the service quality of the attributes of each dimension, so that the value of the gap will be obtained which is the difference between consumer perceptions of the service received and consumer expectations of the service to be received. The purpose of this study is to analyze the level of satisfaction with academic services by all academic communities in the AMIK IMELDA Medan environment with several assessment factors for services that refer to reliability, namely the ability to implement in a timely and reliable manner, responsive to the readiness of all environmental elements in providing service quickly and responsively, Assurance, namely the ability of staff to know the right service, quality of hospitality, attention and courtesy in providing services, skills in providing information, Emphaty, namely individual attention given to students by the Institution and the last is Tangible, covering appearance of physical facilities, such as the front office building, parking available, cleanliness, tidiness and comfort of the room, complete communication equipment and appearance. This type of research is product development by following the process of data collection, problem analysis, application of the chosen method and continued with application design up to the testing stage. This research is a research of SKIM PDP (Beginner Lecturer Research) which is included in the basic research category with TKT 1-3 sizes, the target outcome in the study is the main target of publication in accredited national journals with additional isBN books and registered with Haki.

Keyword : website; analisa; kepuasan; pelayanan; servqual

## **Abstrak**

AMIK IMELDA merupakan salah satu kampus yang membina mahasiswa jenjang diploma tiga atau akademik dengan beberapa jurusan dan secara konsisten melayani mahasiswa baik dalam hal pengajaran maupun pelayanan administrasi, untuk memastikan bahwa proses pengabdian tersampaikan dengan baik kepada setiap komponen penting dalam institusi di memberikan yang terbaik bagi mahasiswa karena mahasiswa merupakan bagian dari kampus yang tidak lepas dari aktivitas di lingkungan AMIK IMELDA, namun hingga saat ini belum ada proses analisis untuk memastikan tingkat pelayanan di lingkungan AMIK IMELDA. Dalam mengukur tingkat pelayanan akademik pada Amik Imelda menggunakan pendekatan SERVQUAL dimana proses tersebut digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih persepsi konsumen, dalam hal ini ,

siswa terhadap layanan yang telah diterima. dengan harapan diterima. Pengukuran metode ini dengan mengukur atribut kualitas pelayanan dari masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang akan diterima. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan terhadap pelayanan akademik oleh seluruh sivitas akademika di lingkungan AMIK IMELDA Medan dengan beberapa faktor penilaian pelayanan yang mengacu pada kehandalan yaitu kemampuan melaksanakan secara tepat waktu dan terpercaya, tanggap terhadap kesiapan seluruh elemen lingkungan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap, Assurance yaitu kemampuan pegawai mengetahui pelayanan yang tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, Emphaty yaitu perhatian individu yang diberikan kepada siswa oleh Institusi dan terakhir Berwujud, meliputi penampilan fasilitas fisik, seperti gedung kantor depan, tempat parkir tersedia, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, perlengkapan komunikasi dan penampilan yang lengkap. Jenis penelitian yang dilakukan adalah pengembangan produk dengan mengikuti proses pengumpulan data, analisis masalah, penerapan metode yang dipilih dan dilanjutkan dengan perancangan aplikasi hingga tahap pengujian. Penelitian ini merupakan penelitian SKIM PDP (Penelitian Dosen Pemula) yang termasuk dalam kategori penelitian dasar dengan ukuran TKT 1-3, sasaran luaran dalam penelitian ini adalah sasaran utama publikasi pada jurnal nasional terakreditasi dengan tambahan buku isBN dan terdaftar. dengan Haki.

Kata kunci: situs web; analisa; kepuasan; pelayanan; servqual

## 1. PENDAHULUAN

### 2.

Kepuasan adalah suatu keadaan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja yang dilakukan ataupun berdasarkan pelayanan pada lingkungan tertentu [1] seperti halnya diperusahaan ataupun diinstansi tertentu sedangkan menurut kamus bahasa indonesia kepuasan diartikan sebagai perasaan senang seseorang yang diperoleh melalui pengorbanan [2]. Berdasarkan acuan tersebut setiap instansi perlu menciptakan kepuasan secara berkelanjutan dengan pelayanan yang terbaik. Pencapaian pelayann terbaik dapat dilakukan dengan cara melakukan pembenahan diri berdasarkan evaluasi – evaluasi yang dilakukan serta melibatkan pendekatan-pendekatan tertentu dengan tujuan utama adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup dari intitusi. Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti melakukan suatu evaluasi pada lingkungan Institusi AMIK Imelda medan dengan fokus utama adalah pelayanan secara akademis dengan menggunakan aplikasi berbasis web.

AMIK Imelda berdiri sejak tahun 2009 dengan jurusan utama yaitu manajemen informatika dan komputerisasi akuntansi dan masih berjalan sampai saat ini dan mengedepankan pelayanan yang prima dengan tugas utama adalah melakukan pelayanan langsung kemahasiswa baik dalam pengajaran maupun dalam pelayanan lainnya yang mendukung terlaksananya peningkatan kualitas dilingkungan AMIK IMELDA yang secara khusus telah dituangkan dalam visi dan misi serta rencana strategi yang telah disusun oleh tim yang beranggotan segenap pimpinan dengan melibatkan para pakar, pelayanan yang dimaksud menuju kepada mahasiswa yang merupakan pelanggan internal akademik dan administratif dalam lingkungan pendidikan tinggi, tingkat kepuasan diukur untuk mengetahui dan memastikan tingkat pelayanan dilingkungan AMIK IMELDA dengan harapan kebutuhan dari mahasiswa terlayani dengan baik, Untuk melakukan analisa dan perancangan aplikasi melibatkan pendekatan Servqual dengan tugas utama adalah untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen dalam hal ini mahasiswa terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Pengukuran yang dilakukan berdasarkan atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima dimana Nilai Servqual dapat diperoleh dengan memberi penilaian pada masing-masing variabel, baik pada variabel persepsi maupun variabel harapan yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis terhadap tingkat kepuasan pelayanan bidang akademis dilingkungan AMIK IMELDA medan dengan beberapa faktor penilaian terhadap pelayanan mengacu terhadap reliability yaitu kemampuan dalam pelaksanaan dengan waktu yang tepat dan terpercaya, Responsive kesiapan elemen dilingkungan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, Assurance yaitu kemampuan staf atas pengetahuan terhadap pelayanan secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, Emphaty, yaitu perhatian secara individual yang diberikan Institusi kepada Mahasiswa dan yang terakhir adalah Tangible, meliputi penampilan fasilitas fisik, seperti gedung ruangan front office, tersedia tempat parkir, kebersihan, kenyamanan ruangan, dan mengembangkan aplikasi sebagai pendukung untuk analisis, sedangkan Urgensi penelitian ini adalah untuk memastikan layanan yang dilakukan pada lingkungan AMIK (Akademi Manajemen Informatika dan Komputer) sesuai dengan harapan mahasiswa dan harapan dari yayasan Imelda selanjutnya hasil dari analisa dapat dijadikan sebagai masukan dalam menentukan standar pelayanan kualitas dan juga dapat digunakan untuk perbandingan antara sebelum dan sesudah terjadinya perubahan serta menjadi acuan dalam menemukan masalah dengan tepat karena langsung melibatkan mahasiswa secara umum.

## 2. METODE

Metode servqual adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner servqual dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).[7]

Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Pengukurannya metode ini dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima. Namun, secara umum memang belum ada keseragaman batasan tentang konsep service quality (servqual). [8]

Skala servqual meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Setiap dimensi memiliki beberapa pertanyaan dan dijawab dalam rentang nilai 1 sampai 7, di mana angka 1 mewakili perasaan sangat tidak setuju (strongly disagree) dan angka 7 mewakili perasaan sangat setuju (strongly agree). Berikut ini penjelasan mengenai ke-5 dimensi di atas [9][10], [11], yaitu:

1. Tangibles (bukti terukur), menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
2. Reliability (keandalan), merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
3. Responsiveness (daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.
4. Assurance (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
5. Empathy (empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.

Customer Value Sanchez-Fernandez (2009) mendefinisikan customer value sebagai nilai yang dirasakan pelanggan sebagai dua bagian konsep yang terdiri dari manfaat yang diterima (economic, social dan relational) dan pengorbanan yang dilakukan (price, time, effort, risk dan convenience) oleh pelanggan. Berdasarkan pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa customer value merupakan nilai yang diterima oleh pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa yang dihasilkan dari perbandingan antara manfaat yang diterima, yaitu bisa berupa keuntungan dari segi ekonomi, sosial dan relasional terhadap pengorbanan yang dikeluarkan, yaitu bisa berupa biaya yang dikeluarkan, waktu yang diluangkan, usaha yang dilakukan, resiko yang ditanggung dan kenyamanan yang terganggu. [12]

Dimensi customer value dibagi menjadi tiga bagian berikut ini

1. Functional Value Functional value didefinisikan sebagai kegunaan yang dirasakan dari atribut produk dan jasa

2. Emotional Value Emotional value terdiri dari perasaan atau keadaan afektif yang diciptakan melalui pengalaman konsumsi yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Social Value Social value adalah penerimaan atau manfaat yang dirasakan pelanggan pada tingkat individu dengan lingkungan sosialnya.

**Penerapan Metode Servqual**

Metode servqual adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner servqual dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).

Variabel yang berdasarkan pada harapan (tingkat kepentingan) dan kinerja (tingkat kepuasan) mahasiswa terhadap pelayanan akademis di AMIK Imelda Medan. Dalam melayani mahasiswa berdasarkan 5(lima) dimensi dalam metode servqual yaitu :

1. Tangibles (bukti fisik)
2. Reliability (kehandalan)
3. Responsiveness (daya tanggap)
4. Assurance (jaminan)
5. Empathy (empati)

Setelah data dikumpulkan lalu data tersebut diolah dan untuk selanjutnya dianalisis berdasarkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan analisis expectation dan performance matriks.

**1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif mempunyai tujuan untuk menyajikan rangkuman statistik dalam bentuk tabulasi atau grafik. Disamping itu juga ditampilkan rangkuman statistik tentang latarbelakang responden yang meliputi faktor – faktor demografis.

**2. Analisis regresi linier berganda**

Model ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi antara variabel dengan kepuasan peserta, dengan model regresi berikut :  $Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$ . Sedangkan persamaan regresi secara sederhana sebagai berikut :

$Y =$  Kepuasan pelanggan secara keseluruhan (variabel dependen).

$X_1 =$  Variabel independen tangibles

$X_2 =$  Variabel independen reliability

$X_3 =$  Variabel independen responsiveness

$X_4 =$  Variabel independen assurance

$X_5 =$  Variabel independen empathy

**3. Analisis expectation dan performance matriks**

Digunakan untuk menemukan strategi dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Analisis ini menggunakan suatu diagram tersebut perusahaan dapat menentukan strategi yang diperlukan untuk meningkatkan performancenya berdasarkan tingkat kepentingan konsumen (customer expectation).

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kuesioner pada penelitian ini berisikan 10 pertanyaan tentang kualitas pelayanan akademis. Jumlah kuesioner yang disebar pada mahasiswa di unit kerja layanan akademis di AMIK Imelda Medan sebagai berikut :

Jumlah yang disebar : 150 responden

Yang kembali : 120 responden

Yang diolah : 120 kuesioner

Identitas responden dari hasil kuesioner disusun berdasarkan jawaban responden, Tingkat usia, jenis kelamin, dan tingkat semester responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Identitas responden berdasarkan jenis Tingkat usia

No.	Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1.	19 s/d 20 tahun	65	54

2.	21 s/d 22 tahun	28	24
3.	23 s/d 24 tahun	27	22
	Jumlah	120	100

Berdasarkan informasi pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa responden berasal dari 19 tahun hingga 24 tahun. Data diatas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki usia antara 19-20 tahun, yaitu sebanyak(54%). Jika dilihat dari perspektif perilaku konsumen (costumer behavior), usia responden pada kelompok ini merupakan usia yang kritis dalam merespon atau memberi kualitas pelayanan.

Tabel 2. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki - laki	50	42
2.	Perempuan	70	58
	Jumlah	120	100

Berdasarkan tabel diatas jumlah responden yang terbanyak adalah perempuan (58%) dibandingkan laki-laki (42%).

Tabel 3. Identitas responden berdasarkan tingkat semester

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Semester 2	78	65
2.	Semester 4	22	18
3.	Semester 6	20	17
	Jumlah	120	100

Jika melihat data penyebarab responden berdasarkan pendidikan. Penelitian ini menemukan bahwa (65%) responden memiliki latarbelakang semester 2 dari keseluruhan responden yang dipilih. Setelah didapatkan data, maka proses selanjutnya adalah melakukan uji kecukupan data . pengujian ini dilakukan untuk mengetahui jumlah data yang dikumpulkan cukup atau tidak. Perhitungan jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah sebagai berikut.

$$P = \text{Proporsi benar} = 120/125 = 0.96$$

$$Q = \text{Proporsi salah} = 5/125 = 0.04$$

$$n \geq \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

P = Peluang untuk mendapatkan kuesioner yang diolah

Q = Peluang untuk mendapatkan kuesioner yang tidak diolah

Z = Nilai dari distribusi normal

e = Tingkat kekeliruan

σ = Tingkat kepercayaan yang digunakan

Berdasarkan tabel distribusi normal dengan σ =5% dan tingkat kepercayaan yang dipergunakan adalah 95% didapatkan harga Z<sub>tabel</sub> adalah:

$$Z_{\text{tabel}} = Z \frac{1}{2} (1-\sigma)$$

$$Z_{\text{tabel}} = \frac{1}{2} (1-0,05)$$

$$Z_{\text{tabel}} = 1,96$$

Selanjutnya  $t_{hitung}$  jumlah minimum kuesioner yang diperlukan adalah:

$$P = \frac{120}{125} = 0,96$$

$$Q = 1 - P = 0,04$$

$$n \geq \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot p \cdot q}{e^2} = n \geq \frac{(1,96)^2 \times 0,96 \times 0,04}{(0,05)^2}$$

$$n \geq \frac{0,1476}{0,0025} = 59$$

Analisa deskriptif bertujuan untuk menyajikan rangkuman statistik hasil pengolahan data berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden. Kesenjangan yang diharapkan dengan yang dirasakan. Hasil pengolahan data mengenai kualitas pelayanan yang diharapkan peserta diperoleh nilai rata – rata sebesar 4,80. Nilai ini sudah mendekati nilai tertinggi yaitu lima(5) yang berarti kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden relative tinggi. Jika dilihat berdasarkan dimensinya dapat diketahui bahwa, nilai tertinggi ada pada dimensi reliability dengan nilai 4,89 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi tangibels dengan nilai 4,7. Gambaran ini menunjukkan bahwa aspek daya tanggap sangat dipentingkan oleh responden.

Tabel 4. Tingkat kepentingan masing – masing dimensi

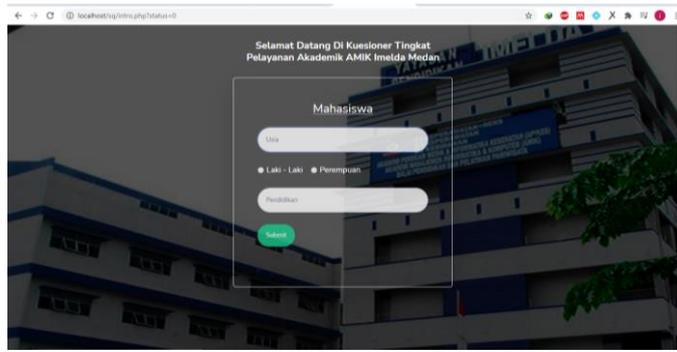
No.	Dimensi	Nilai	Bobot (%)
1.	Tangibels	4,7	19,40
2.	Reliability	4,89	20,40
3.	Assurance	4,79	19,98
4.	Empaty	4,81	20,06
5.	Responsiveness	4,78	19,94
	Rata - rata	4,80	

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai rata – rata skor kualitas pelayanan yang dirasakan adalah 3,54. Skor berada dalam kategori agak tidak puas, jika dibanding dengan nilai rata – rata skor kualitas pelayanan yang dirasakan ternyata lebih rendah dari pada yang diharapkan. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan (gap). Rata – rata skor tertinggi diberikan untuk responsivenes dengan nilai 3,62 sementara nilai terendah diberikan pada dimensi empathy dengan nilai 3,44.

Tabel 5. Kualitas pelayanan yang dipersepsikan menurut dimensi

No.	Dimensi	Nilai
1.	Tangibels	3,54
2.	Reliability	3,61
3.	Assurance	3,49
4.	Empaty	3,44
5.	Responsiveness	3,62
	Jumlah	3,54

Rancangan sistem yang dibuat diimplementasikan sehingga diperoleh sistem dengan antarmuka sebagai berikut ini:



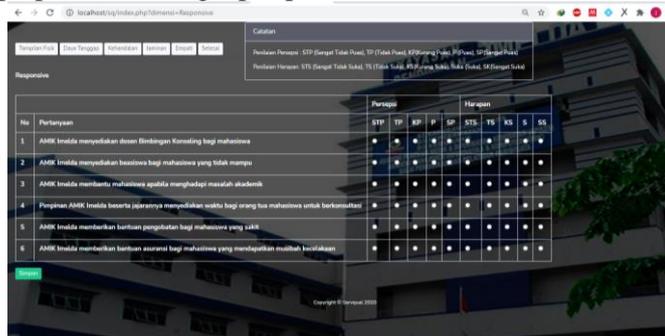
Gambar 1. Halaman Awal

Gambar 1 merupakan halaman utama dari aplikasi survei kepuasan pelayanan Akademik Amik Imelda medan. Pengunjung/pengguna aplikasi wajib mengisi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pendidikan untuk mengikuti survei tingkat pelayanan akademik amik imelda medan.



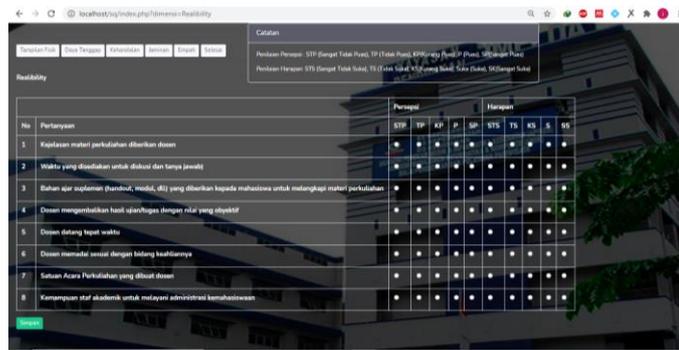
Gambar 2. Halaman Dimensi Tangible

Halaman Dimensi tangible berisi pernyataan yang menyangkut fasilitas fisik kampus dari mulai ruangan kelas, perpustakaan seperti: kebersihan rang kelas, sarana pembelajaran, kelengkapan koleksi buku dipergustakaan, dsb. mahasiswa akan puas jika penampilan ruangan kelas baik, mahasiswa akan merasa nyaman jika fasilitas dipergustakaan lengkap, seperti koleksi buku-buku terbaru.



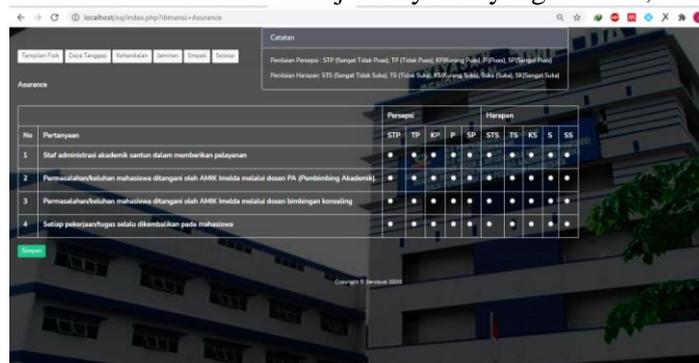
Gambar 3. Halaman Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* berisi pernyataan yang menyangkut kemampuan dosen dan pihak kampus dalam memberikan informasi mengenai hak-hak yang seharusnya diberikan kepada mahasiswa. Sigap dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa serta memiliki keinginan untuk terus membantu mahasiswa seperti: bimbingan akademik, kesegeraan dosen membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan akademik, dan lain sebagainya.



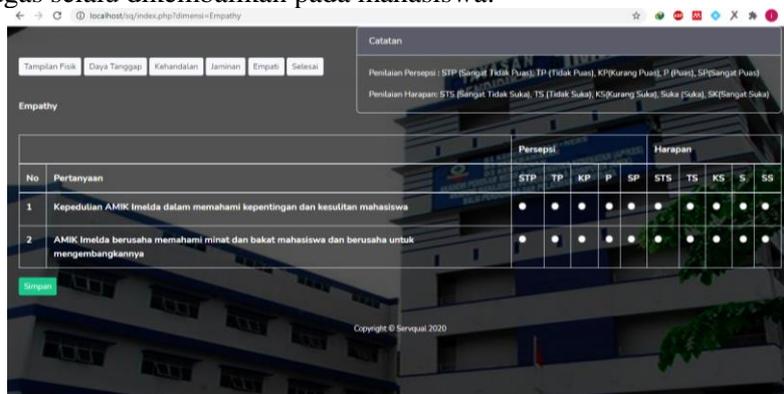
Gambar 4. Halaman Dimensi Reliability

Dimensi reliability berisi pernyataan yang menyangkut kemampuan dosen dan kampus memenuhi semua janji-janjinya, baik yang dijanjikan melalui iklan maupun janji-janji yang diucapkan oleh frontliner dan lainnya seperti: keakuratan informasi dari tim promosi, kedisiplinan waktu pelayanan (dosen datang tepat waktu, Waktu yang disediakan untuk diskusi dan tanya jawab dan Satuan Acara Perkuliahan yang dibuat dosen), kemudahan prosedur untuk memanfaatkan jasa layanan yang tersedia, dan lain sebagainya.



Gambar 5. Halaman Dimensi Assurance

Dimensi assurance dimensi berisi pernyataan yang menyangkut kemampuan dosen memberikan penyelesaian terhadap masalah-masalah yang dihadapi mahasiswa seperti: permasalahan/keluhan mahasiswa ditangani oleh AMIK Imelda melalui dosen PA (Pembimbing Akademik), Permasalahan/keluhan mahasiswa ditangani oleh AMIK Imelda melalui dosen bimbingan konseling, Setiap pekerjaan/tugas selalu dikembalikan pada mahasiswa.



Gambar 6. Halaman Dimensi empathy

Dimensi empathy berisi pernyataan yang menyangkut kemampuan dosen dan pihak kampus dalam memberikan perhatian khusus kepada mahasiswa seperti: Kepedulian AMIK Imelda dalam memahami kepentingan dan kesulitan mahasiswa. AMIK Imelda berusaha memahami minat dan bakat mahasiswa dan berusaha untuk mengembangkannya

#### 4. KESIMPULAN

Berikut ini kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan sebelumnya:

1. Dari penelitian ini dihasilkan 25 (dua puluh lima) variabel yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan akademis di AMIK Imelda Medan sesuai dengan 5 (lima) dimensi jasa ServQual.
2. Gap 5 (lima) merupakan kesenjangan antara harapan Mahasiswa mengenai pelayanan akademis dengan kenyataan pelayanan yang dirasakan mahasiswa. variabel yang memiliki gap cukup besar dijadikan prioritas untuk diperbaiki dibandingkan dengan variabel yang memiliki gap lebih kecil. Sedangkan yang memiliki gap terbesar sesuai dengan 5 (lima) dimensi Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pihak institusi belum memenuhi keinginan mahasiswa dan bisa dikatakan mendekati ideal.
3. Customer Satisfaction Index merupakan suatu alat untuk melakukan pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa secara menyeluruh. Secara keseluruhan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap variabel pernyataan kualitas pelayanan jasa di AMIK Imelda Medan

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, Republik Indonesia atas bantuan dana penelitian melalui program Hibah Penelitian Dosen Pemula melalui SIMLITABMAS 2019-2020

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan,” J. Ilmu Adm. Dan Birokrasi, 2011.
- [2] Pusat Bahasa Kemdikbud, “Kamus Besar Bahasa Indonesia ( KBBI ),” Kementeri. Pendidik. Dan Budaya, 2016.
- [3] M. S. Paramita, W. Agustin, P. Dania, and D. M. Ikasari, “Pelayanan Menggunakan Metode Servqual ( Service Dahlia ” Pasuruan ) Assessment of Consumer Satisfaction
- [4] Service Quality Using Servqual Method ( Service Quality ) and Six Sigma ( Case Study in " Dahlia Restaurant " Pasuruan ),” J. Ind., vol. 4, no. 3, pp. 102–115, 2015.
- [5] P. A. Saputra and A. Nugroho, “Perancangan Dan Implementasi Survei Kepuasan Pengunjung Berbasis Web Di Perpustakaan Daerah Kota Salatiga,” JUTI J. Ilm. Teknol. Inf., vol. 15, no. 1, p. 63, 2017.
- [6] J. Sistem and D. A. N. Informatika, “Pengukuran Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Dosen Menggunakan Metode Servqual,” pp. 19–25.
- [7] Azlina Mohd Kosnin and Shiqah Jantan, “Tahap Stres Dan Tahap Kepuasan Kerja Dalam Kalangan Pensyarah Universiti Teknologi Malaysia,” Fak. Pendidikan, Univ. Teknol. Malaysia, 2010.
- [8] S. A. Kartika, b. O. P. Soepangkat, and s. Sunaryo, “analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan karyawan terhadap lingkup kerjanya dan kepuasan tamu hotel xyz,” j. Teknobisnis, 2017.
- [9] W. Utama, w. Lestari, and d. R. Ikmaluhakim, “pengukuran kepuasan pasien terhadap pelayanan puskesmas dengan metode servqual (studi kasus: puskesmas ngagel rejo surabaya),” pengukuran kepuasan pasien terhadap pelayanan puskesmas dengan metode Servqual (studi kasus puskesmas ngagel rejo surabaya), 2017.
- [9] D. Universitas and B. Darma, “Penerapan metode e-servqual untuk evaluasi kualitas layanan sistem informasi,” J. Ilmiahmatrik, 2015.
- [10] A. Bakhtiar, A. Susanty, and F. Massay, “analisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual dan model kano (studi kasus: pt. Pln upj semarang selatan),” j@ti undip j. Tek. Ind., 2010.
- [11] R. Ekasari, M. S. Pradana, G. Adriansyah, M. A. Prasnowo, A. F. Rodli, and K. Hidayat, “Analisis Kualitas Pelayanan Puskesmas Dengan Metode Servqual,” J. Darussalam J. Pendidikan, Komun. Dan Pemikir. Huk. Islam, 2018.
- [12] V. Radulescu and I. Cetina, “Customer Analysis, Defining Component of Marketing Audit,” Procedia - Soc. Behav. Sci., 2012

..