

L

A

M

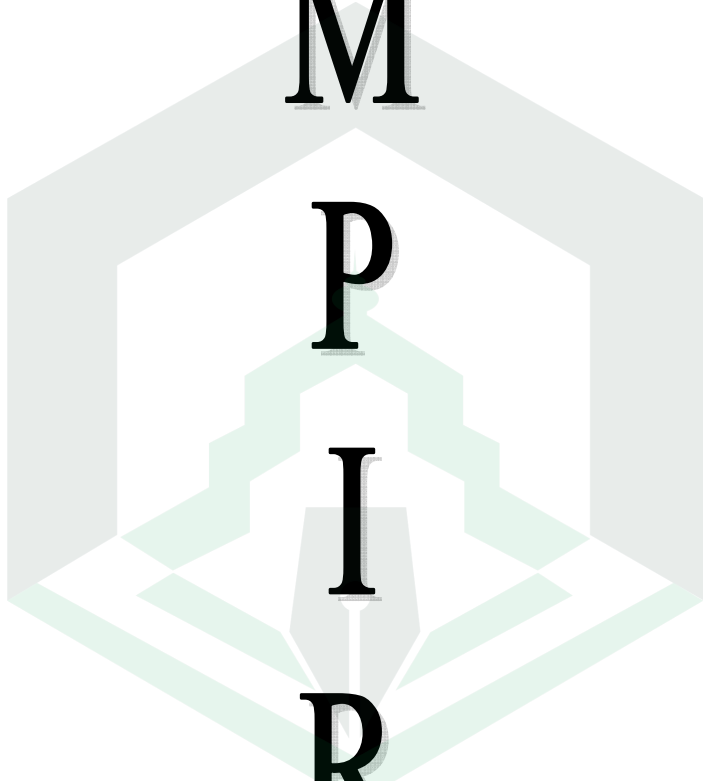
P

I

R

A

N



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN
AKADEMIK (FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM IAIN PALOPO 2016/2017)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban
Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Palopo

Oleh

Fadhli Nasruddin
NIM. 13.16.4.0146

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO
2017**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN
AKADEMIK (FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM IAIN PALOPO 2016/2017)**



Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban
Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Palopo

Oleh
Fadhli Nasruddin
NIM. 13.16.4.0146

Dibimbing oleh :
Dr. Rahmawati, M.Ag
Zainuddin S, SE., M.Ak

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO
2017**

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp. : -

Kepada Yth.

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di,-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap proposal mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fadhlia Nasruddin

NIM : 13.16.4.0146

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Palopo, Mei 2017

Pembimbing I,

Dr. Rahmawati, M.Ag
NIP.19771018 200604 1001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp. : -

Kepada Yth.

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di,-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap proposal mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fadhlia Nasruddin

NIM : 13.16.4.0146

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Palopo, Mei 2017

Pembimbing II,

Zainuddin S,SE. M. Ak
NIP.19771018 200604 1001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**

Nama : Fadhlia Nasruddin
NIM : 13.16.4.0146
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada ujian *Ujian Munaqasah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

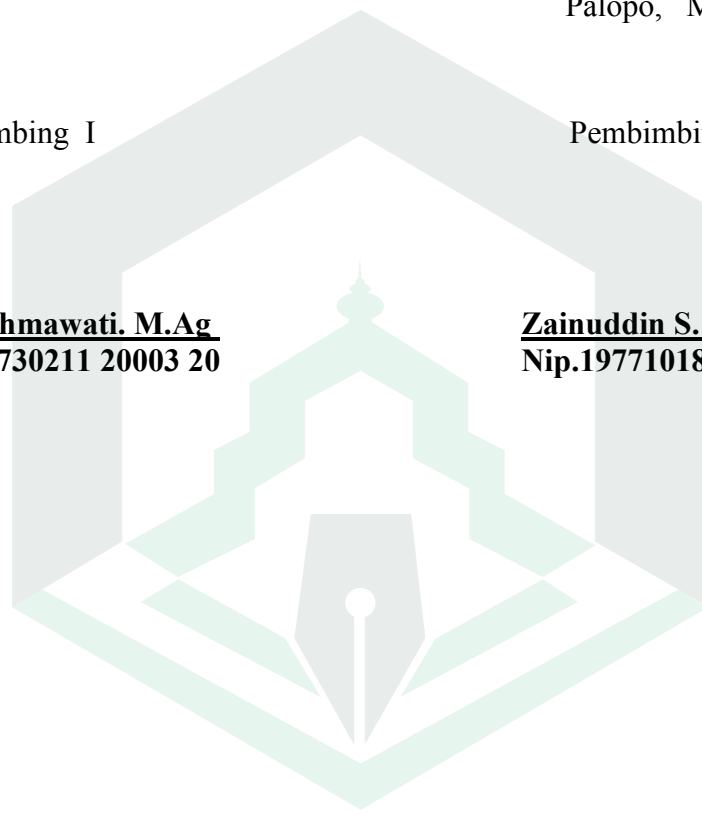
Palopo, Mei 2017

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Rahmawati, M.Ag
Nip.19730211 20003 20

Zainuddin S. SE. Ak.
Nip.19771018 2006041001



PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**

Nama : Fadhlia Nasruddin
NIM : 13.16.4.0146
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada ujian *Ujian Munaqasah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, Mei 2017

Penguji I

Penguji II

Dr. Fasiha, S.El., M.El
Nip.19810213 200604 2 002

Alia Lestari, S.Si.,M.M
Nip.19770515 200912 002

NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Lamp. : -

Kepada Yth.

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di,-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap proposal mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fadhlia Nasruddin

NIM : 13.16.4.0146

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Palopo, Mei 2017

Penguji I,

Dr. Fasiha, S.El.,M.El
Nip.19810213 200604 2 002

NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Lamp. : -

Kepada Yth.

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di,-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap proposal mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fadhlia Nasruddin

NIM : 13.16.4.0146

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Palopo, Mei 2017

Penguji II,

Alia Lestari, S.Si.,M.M
Nip.19770515 200912 002

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fadhlia Nasruddin

NIM : 13.16.4.0146

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)**”, merupakan hasil penyusunan sendiri, bukan duplikasi/plagiasi dari tulisan orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk atau disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

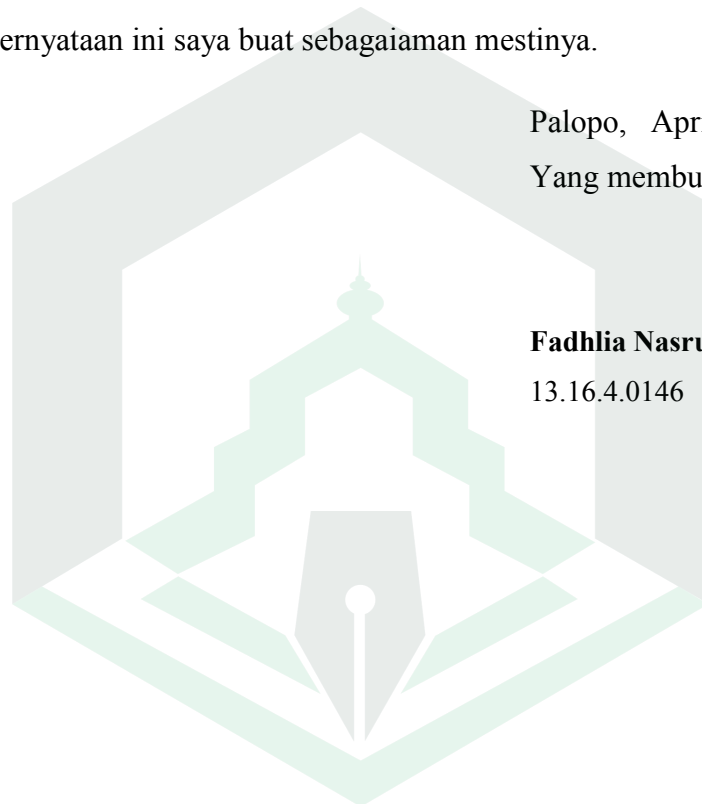
Demikian pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya.

Palopo, April 2017

Yang membuat Pernyataan

Fadhlia Nasruddin

13.16.4.0146



PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العلمين والصلوة والسلام على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم
وعلى اله واصحابه اجمعين

Alhamdulillah, syukur pada Ilahi Robbi yang telah menciptakan manusia dalam keadaan yang sebaik-baiknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Solawat dan salam semoga terlimpahkan kepada hambanya yang terpilih, Muhammad saw. yang telah membuka mata hati manusia untuk melihat keagungan dan kebesaran-Nya

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang turut memberikan kontribusinya. Terkhusus kedua Orang Tua saya yaitu Bapak Nasruddin dan Ibu Nadirah atas doa dan dukungannya saya sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Dan tak lupa pula penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Bapak Wakil Rektor I, II, dan III, dan seluruh jajarannya yang telah memberikan izin dan arahan-arahan kepada penyusun dalam kaitannya dengan perkuliahan sampai penyusun menyelesaikan studi.
2. Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M dan Dr. Takdir, M.H, Dr. Rahmawati, M.Ag, Dr. Muh. Tahmid, M.Ag masing-masing selaku Dekan dan Wakil Dekan I, II, dan III, serta Ilham, S.Ag., MA, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak berkontribusi dalam penyelesaian studi penulis.
3. Dr. Rahmawati, M.Ag. dan Zainuddin S, SE., M.Ak selaku pembimbing I dan II yang dengan ikhlas serta penuh kerendahan hati meluangkan waktunya,

tenaga, dan pikiran mereka dalam membimbing dan mengarahkan penyusun sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Para Dosen di IAIN Palopo yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

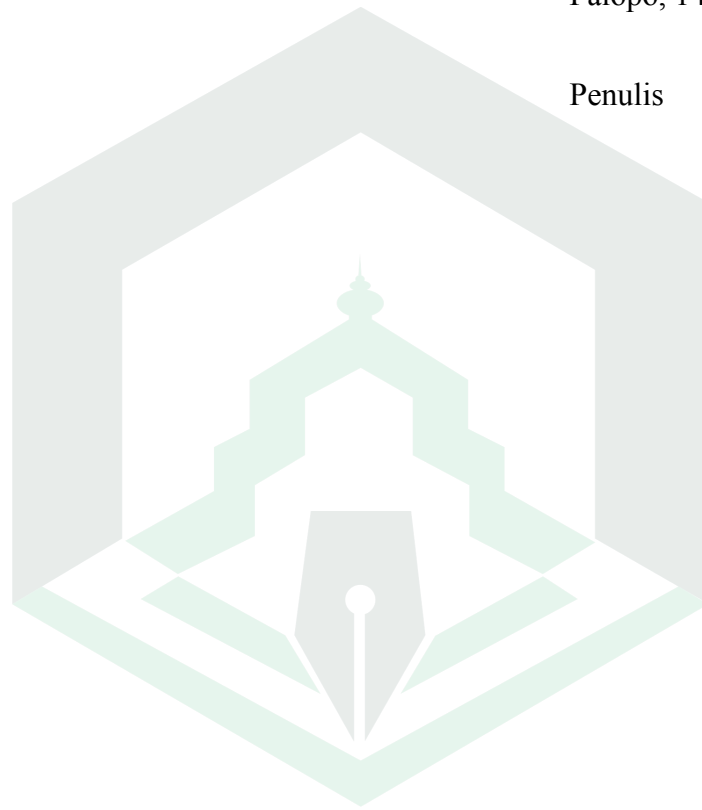
5. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Ibu Wahidah Djafar, S.Ag dan para staf yang telah membantu menyediakan fasilitas literatur.

6. Rekan-rekan penulis Nasriah Nasruddin, Evi Yanti Nasruddin, Nirwana, Jumrah, Rridayanti, Aswin Azis, Ismail, Naufal dan Asmi, atas kerjasama dan saling membantu selama dalam pengurusan dan semua rekan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo dan pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan studi ini.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah swt. dan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dalam menambah khazanah keilmuan.

Palopo, 14 juni 2017

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Nota Dinas Pembimbing I	iii
Nota Dinas Pembimbing II	iv
Persetujuan Pembimbing	v
Persetujuan Penguji	vi
Surat Pernyataan	vii
Prakata	viii
Daftar Isi	x
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Operasional Variabel.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	12
B. Landasan Teori.....	16
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel.....	34
C. Jenis dan Sumber Data.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	42
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55

BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran dan Rekomendasi	60
Daftar Pustaka	62
Lampiran-Lampiran	



ABSTRAK

Fadhlia Nasruddin, 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik (Studi Kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo). Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Pembimbing I: Dr. Rahmawati, M.Ag. Pembimbing II: Zainuddin S, SE., M.Ak.

Kata Kunci : Layanan, Kepuasan Mahasiswa.

Skripsi ini membahas Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Layanan Akademik dengan rumusan masalah 1) Bagaimana pengaruh antara karakteristik responden dengan respon terhadap kualitas layanan dan kepuasan? 2) Bagaimana kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo? 3) Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo? 4) Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan oleh IAIN Palopo terhadap kepuasan mahasiswa?

Untuk memperoleh data di lapangan, peneliti mengumpulkan data dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner/angket. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis dengan Teknik analisis menggunakan regresi berganda.

Tidak ditemukan hubungan antara karakteristik responden seperti jenis kelamin, program studi, dan semester terhadap tingkat kepuasan mereka. Kualitas layanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat dikategorikan baik/sangat baik sebesar 88,8 persen hal ini dilihat dari respons positif dari mahasiswa yang menjadi responden pada studi ini. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo memiliki tingkat kepuasan terhadap layanan sebesar 71.5 persen. Dan dari semua dimensi kualitas layanan dimensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yaitu dimensi *emphaty* dengan tingkat signifikansi $0.00 < 0.05$ dari pada keempat dimensi lainnya.

Implikasi dari penelitian ini bahwa pihak pengelola layanan fakultas tidak membeda-bedakan mahasiswa dalam mengakses dan memperoleh layanan. 1) disarankan kepada pihak pengelola fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo agar terus meningkatkan kepedulian dalam penyediaan layanan pendidikan kepada mahasiswa. 2) Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar lebih memperkaya studi ini dengan menambahkan variabel-variabel yang diprediksi memiliki hubungan dengan dua variabel ini, 3) agar kajian tentang kualitas layanan dan kepuasan menjadi semakin berkembang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan kehidupan bangsa dan faktor pendukung yang memegang peranan penting di seluruh sektor kehidupan. Pembangunan pendidikan merupakan salah satu prioritas utama dalam agenda pembangunan nasional. Pembangunan pendidikan sangat penting karena perannya yang signifikan dalam mencapai kemajuan di berbagai bidang kehidupan: sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

Oleh karena itu, pemerintah berkewajiban untuk memenuhi hak setiap warga negara dalam memperoleh layanan pendidikan guna meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia sebagaimana diamanatkan oleh UUD 1945, yang mewajibkan pemerintah bertanggung jawab dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan menciptakan kesejahteraan umum. Pendidikan menjadi landasan kuat yang diperlukan untuk meraih kemajuan bangsa pada masa depan, bahkan lebih penting lagi sebagai bekal dalam menghadapi era global yang sarat dengan persaingan antarbangsa yang berlangsung sangat ketat. Dengan demikian, pendidikan menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi karena ia merupakan faktor determinan bagi suatu bangsa untuk bisa memenangi kompetisi global.

Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia yang ingin memberikan pendidikan yang layak bagi setiap warganya ialah dengan mewujudkan pelayanan prima. Lembaga pendidikan sebagai salah

satu penyedia jasa layanan pendidikan memiliki peran penting. Dalam kajian ilmu manajemen, ini termasuk ranah kajian pelayanan publik.

Layanan publik di Indonesia masih sangat rendah. Demikian salah satu kesimpulan Bank Dunia yang dilaporkan dalam *World Development Report*. Hasil penelitian *Governance and Desentralization Survey* (GDS) menemukan tiga masalah penting yang banyak terjadi di lapangan dalam penyelenggaraan pelayanan publik, yaitu pertama, besarnya diskriminasi pelayanan. Penyelenggaraan pelayanan masih amat dipengaruhi oleh nepotisme, kesamaan afiliasi politik, etnis, dan agama.

Fenomena semacam ini tetap marak walaupun telah diberlakukan UU No. 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dari KKN yang secara tegas menyatakan keharusan adanya kesamaan pelayanan, bukannya diskriminasi. Kedua, tidak adanya kepastian biaya dan waktu pelayanan. Ketidakpastian ini sering menjadi penyebab munculnya KKN, sebab para pengguna jasa cenderung memilih menyogok dengan biaya tinggi kepada penyelenggara pelayanan untuk mendapatkan kepastian dan kualitas pelayanan. Ketiga, rendahnya tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan publik. Ini merupakan konsekuensi logis dari adanya diskriminasi pelayanan dan ketidakpastian.¹

Optimalisasi pelayanan publik oleh birokrasi pemerintahan bukanlah pekerjaan mudah, mengingat optimalisasi menyangkut berbagai aspek yang telah membudaya dalam lingkaran birokrasi pemerintahan. Salah satu aspek tersebut

¹ Reina, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Bina Nusantara*. <https://www.google.journal.binus.ac.id> (11 April 2017).

adalah kultur birokrasi yang tidak kondusif. Prosedur dan etika pelayanan yang berkembang dalam birokrasi pemerintah sangat jauh dari nilai-nilai dan praktik yang menghargai warga bangsa sebagai warga negara yang berdaulat. Prosedur pelayanan, misalnya, tidak dibuat untuk mempermudah pelayanan, tetapi lebih untuk melakukan kontrol terhadap perilaku warga, sehingga prosedurnya berbelit-belit dan rumit. Tidak hanya itu, mulai masa orde baru hingga kini, eksistensi PNS sekarang disebut ASN (Aparatur Sipil Negara) merupakan jabatan terhormat yang begitu dihargai tinggi dan diidolakan publik,

Permasalahan utama pelayanan publik pada dasarnya berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan itu sendiri. Pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada berbagai aspek, yaitu bagaimana pola penyelenggaraannya (tata laksana), dukungan sumber daya manusia, dan kelembagaan serta adanya konsep yang jelas. Dilihat dari sisi pola penyelenggaraannya, pelayanan publik masih memiliki berbagai kelemahan antara lain : (1) Kurang responsif. Kondisi ini terjadi pada hampir semua tingkatan unsur pelayanan, mulai pada tingkatan petugas pelayanan (*front line*) sampai dengan tingkatan penanggungjawab instansi. Respon terhadap berbagai keluhan, aspirasi, maupun harapan masyarakat seringkali lambat atau bahkan diabaikan sama sekali. (2) Kurang informatif. Berbagai informasi yang seharusnya disampaikan lambat atau bahkan tidak sampai kepada masyarakat. (3) Kurang *accessible*. Berbagai unit pelaksana pelayanan terletak jauh dari jangkauan masyarakat, sehingga menyulitkan bagi mereka yang memerlukan pelayanan tersebut. (4) Kurang koordinasi. Berbagai unit pelayanan yang terkait satu dengan lainnya sangat kurang berkoordinasi.

Akibatnya, sering terjadi tumpang tindih ataupun pertentangan kebijakan antara para instansi pelayanan dengan instansi pelayanan lain yang terkait. (5) Birokratis. Pelayanan, khususnya pelayanan perijinan pada umumnya dilakukan melalui proses yang terdiri dari berbagai level, sehingga menyebabkan penyelesaian pelayanan yang terlalu lama. (6) Kurang mau mendengar keluhan, saran, dan aspirasi masyarakat. Pada umumnya aparat pelayanan kurang memiliki kemauan untuk mendengar keluhan, saran dan aspirasi dari masyarakat. Akibatnya, pelayanan dilaksanakan dengan apa adanya, tanpa ada perbaikan dari waktu ke waktu. (7) Inefisien. Berbagai persyaratan yang diperlukan, khususnya dalam pelayanan perijinan seringkali tidak relevan dengan pelayanan yang diberikan.

Salah satu tolok ukur kesuksesan suatu lembaga pendidikan umumnya diukur dari jumlah pendaftar atau jumlah siswa pada lembaga tersebut. Semakin baik *image* dari suatu lembaga di masyarakat, baik pada skala nasional maupun internasional, akan memberikan dampak positif dengan meningkatnya jumlah pendaftar untuk mengecap pendidikan di lembaga tersebut.

Industri pendidikan merupakan bagian dari industri sektor jasa dimana pada sektor jasa, promosi yang paling efektif adalah rekomendasi dari pelanggan atas kepuasan dari layanan yang diterima pada saat bertransaksi maupun layanan setelah transaksi dilakukan. Pelanggan pada industri pendidikan tinggi yang tak lain adalah mahasiswa dari lembaga tersebut, memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan pelanggan pada industri jasa lainnya. Perbedaan yang terlihat nyata adalah keterikatan pelanggan dalam suatu periode waktu tertentu yang cukup lama.

Mahasiswa cenderung mengikuti aturan yang ditetapkan oleh lembaga tanpa dapat melakukan tawar-menawar. Ketidakpuasan atas layanan yang diberikan tidak dapat direspon secara mudah dan cepat dengan berpindah pada lembaga pendidikan lainnya. Berbeda dengan industri perbankan, rumah sakit, asuransi, dan lain sebagainya. Untuk itu, respon yang dapat dilakukan adalah dengan tidak merekomendasikan kerabat atau orang di sekitar lingkungannya untuk masuk ke lembaga pendidikan tersebut. Kekecewaan pelanggan tetap akan direspon, namun bentuk dari respon dapat berbeda antar satu industri jasa dengan yang lainnya. Demikian pula sebaliknya. Pengalaman yang baik dan dapat menimbulkan kepuasan akan bernilai positif tinggi. Informasi dari mulut ke mulut untuk merekomendasikan kerabat menunjukkan bahwa lembaga menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Untuk itu lembaga pendidikan perlu mengukur dan mengetahui apa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa atau mahasiswanya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.² Menurut Lovelock dan Wright, dalam bisnis, loyalitas digunakan untuk menggambarkan keinginan pelanggan untuk terus berlangganan pada suatu perusahaan untuk jangka panjang, membeli dan menggunakan produk dan jasanya secara berulang dan dengan sukarela

² Philip Kotler 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

merekomendasikannya ke teman dan kolega.³ Loyalitas tidak dapat dipastikan karena hanya akan berlangsung selama pelanggan merasa bahwa ia menerima nilai lebih baik dari yang bisa didapatkan jika beralih ke suplier lain. Secara nyata, kemarahan atau ketidakpastian pelanggan adalah masalah karena pelanggan dapat beralih ke perusahaan lain dan menyebarkan pendapat negative dari mulutnya. Tetapi, apakah cukup dengan memuaskan pelanggan? Pelanggan yang puas atau pelanggan yang netral dapat dibujuk oleh pesaing. Pelanggan yang terlanjur suka, lebih setia dan dapat menolak penawaran dari pesaing. Para peneliti percaya bahwa ada hubungan secara eksplisit antara kepuasan pelanggan dengan pelayanan dan kepuasan pegawai terhadap pekerjaan mereka.⁴

Berdasarkan fenomena berkaitan dengan loyalitas konsumen diatas penulis menghubungkan dengan berkembangnya perusahaan jasa di Indonesia terutama bidang pendidikan. Perguruan tinggi adalah lembaga pemberi jasa dibidang pendidikan, walaupun dalam operasionalnya tidak mengedepankan profit sebagai tujuan utama, memberikan pelayanan prima kepada mahasiswa merupakan keharusan seperti lembaga berorientasi profit. Perguruan tinggi didalam memberikan pelayanan memiliki ciri khusus yang tidak bisa disamakan dengan lembaga jasa lain diluar perguruan tinggi. Misalnya pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa terikat dengan peraturan dari perguruan tinggi dan Dikti.

Bentuk pelayanan yang diterima oleh mahasiswa dalam perguruan tinggi mencakup pelayanan dalam kegiatan akademik, kemahasiswaan dan administrasi.

³Christopher Lovelock and Lauren Wright, 2002, *Principle Of Service Marketing and Management, Second Edition*. New Jersey, Pearson Education International Inc.

⁴Reina, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Bina Nusantara*.<httpswww.google.journal.binus.ac.id> (11 April 2017).

Pelayanan yang prima akan berdampak pada peningkatan citra perguruan tinggi dan sebaliknya pelayanan yang buruk akan menurunkan citra perguruan tinggi itu sendiri. Setiap perguruan tinggi berupaya memberikan pelayanan yang terbaik dalam pelayanan tata usaha, proses belajar mengajar, pelayanan struktural, dosen wali, dan pelaksanaan ujian. Tetapi bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diterima memerlukan penelitian dan kajian secara periodik. Sehingga menarik minat untuk diteliti. Dimana pelayanan jasanya sudah sesuai dengan harapan mahasiswa yang akan berdampak pada citra perguruan tinggi.

Disisi lain, semakin banyak perguruan tinggi yang serius membangun programnya dengan berbagai terobosan yang berbobot dan outputnya pun sangat baik. Kesimpulan yang lebih tepat saat ini adalah persaingan diantara perguruan tinggi penyelenggaraan semakin ketat dan masing-masing memiliki keunggulan sendiri. Demikian juga yang dilakukan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo yang berdasarkan pada Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945 dan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan tujuan pendidikan untuk turut mencerdaskan kehidupan bangsa serta mendukung usaha pembangunan dalam mencapai kesejahteraan rakyat Indonesia. Dimana dalam penyelenggaraannya, sistem studi lebih berorientasi pada pengembangan sikap professional, dengan menggunakan kurikulum dan silabi yang telah ditentukan oleh Departemen Pendidikan Nasional dengan kegiatan penelitian dan praktek kerja nyata di berbagai perusahaan atau instansi pemerintah/swasta.

Pelayanan yang diberikan oleh IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Palopo meliputi pemberian informasi yang sangat baik/akurat, sehingga masyarakat yang akan masuk ke IAIN Palopo akan sangat terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan. Sebagai salah satu komponen utama dalam sistem pendidikan, perguruan tinggi sudah selayaknya memberikan kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Hal ini tidak terlepas dari seberapa baik perguruan tinggi itu dikelola. Apabila sekolah dianalogikan sebagai mesin produksi, maka kualitas output akan relevan sekali dengan kualitas mesin tersebut. Tetapi demikian masih saja terdapat berbagai kekurangan baik dalam pelayanan maupun sistem ajar mengajar yang masih terjadi ketidaksesuaian antara harapan dengan apa didapatkan mahasiswa.⁵

IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Palopo sebagai salah satu lembaga pendidikan yang menyediakan pelayanan demi untuk mendalami fenomena ini, maka peneliti ingin mengkaji pengaruh tingkat kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan IAIN Palopo khususnya pada fakultas FEBI dengan tingkat kepuasan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dapat di tarik perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh antara karakteristik responden dengan respon terhadap kualitas layanan dan kepuasan?

⁵ Ali Hanafiah, *Analisis dampak Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana-Jakarta)*
<https://www.google.com/search=materi+variabel+kualitas+pelayanan+dalam+rana+kampus+mahasiswa> (11 April 2017)

2. Bagaimana kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan di fakultas FEBI IAIN Palopo?
3. Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang ada di fakultas FEBI IAIN Palopo?
4. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan oleh IAIN Palopo terhadap kepuasan mahasiswa?

C. Tujuan Penelitian

Dengan perumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui hubungan antara karakteristik responden dengan respon terhadap kualitas layanan dan kepuasan
2. Mendeskripsikan kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan di fakultas FEBI IAIN Palopo?
3. Mendeskripsikan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang ada di fakultas FEBI IAIN Palopo?
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan pendidikan yang disediakan oleh IAIN Palopo terhadap kepuasan mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan teori kualitas layanan dan kepuasan dalam lingkup pelayanan publik.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan, evaluasi, dan refleksi bagi pihak fakultas FEBI IAIN Palopo?

3. untuk terus meningkatkan, atau mengoptimalkan kualitas pelayanan, dan pada akhirnya mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa.

E. Operasional Variabel

Adapun penjelasan mengenai operasional variabel yang akan memberikan suatu penjelasan yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan di bahas lebih jauh. maka terlebih dulu penulis menyusun variable dengan menjelaskan indikatornya masing-masing sebagai berikut:

1. Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Kualitas Pelayanan yaitu Ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas pelayanan desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas pelayanan kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Adapun indikator dari variabel yang dimaksud adalah:

- a. *Tangibles* (bukti fisik),
 - 1) Kerapian penampilan semua karyawan.
 - 2) Kondisi fisik bangunan gedung, kebersihan, dan kenyamanan kantor.
 - 3) Tersedianya fasilitas penunjang (tempat parkir, tempat duduk antrian, toilet).
- b. *Reliability* (kehandalan),
 - 1) Kecepatan dan ketepatan yang diberikan dalam penanganan administrasi.
 - 2) Menyediakan informasi yang dibutuhkan pada saat di minta oleh nasabah.

- 3) Pelayanan kepada nasabah oleh para karyawan dilakukan dengan benar dan sungguh-sungguh dengan menjunjung tinggi profesionalisme dalam bekerja.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap),
- 1) Kemampuan karyawan dalam penanganan keluhan nasabah.
 - 2) Kesigapan karyawan untuk cepat tanggap dalam melayani nasabah.
 - 3) Memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah.
- d. *Assurance* (jaminan),
- 1) Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah mampu menanamkan kepercayaan terhadap nasabah.
 - 2) Karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang produk jasa layanan.
 - 3) Adanya jaminan/ ganti rugi.
- e. *Empathy* (empati),
- 1) Kemampuan komunikasi karyawan yang baik kepada nasabah.
 - 2) Kemampuan karyawan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
 - 3) Perhatian pihak manajemen secara personal atau individu kepada nasabah.
2. Variabel Y (Kepuasan Mahasiswa)

Kepuasan mahasiswa adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Adapun indikator dari variabel yang dimaksud adalah:

- a. Mahasiswa merasa puas dengan layanan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
- b. Mahasiswa merasa puas dengan keseluruhan kinerja pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
- c. Mahasiswa merasa puas terhadap kualitas layanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian atau studi tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen atau nasabah masih menjadi tren hingga saat ini. Hal ini disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen dan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan jasa atau organisasi penyedia jasa seperti layanan publik.

Sebuah penelitian dari Abdullah Taman, dkk melalui penelitiannya menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Keandalan terhadap Kepuasan mahasiswa; terdapat pengaruh positif dan signifikan Ketulusan terhadap Kepuasan mahasiswa; tidak terdapat pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan mahasiswa; terdapat pengaruh positif dan signifikan Keberwujudan terhadap Kepuasan mahasiswa; terdapat pengaruh positif dan signifikan Ketanggapan terhadap Kepuasan mahasiswa.¹ Hal yang sama juga dikemukakan oleh Dedek K. Gultom, dkk melalui studi mereka menegaskan bahwa Kualitas Pelayanan (Bukti langsung, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.²

Persamaan dari penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan dari Abdullah Taman yaitu sama-sama berpengaruh signifikan terhadap

¹ Abdullah Taman, dkk, “*Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”, Jurnal Nominal, VOL. II NO. 2013, h. 99-111

²Dedek K. Gultom, dek, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis VOL 14 NO. 01 APRIL 2014, h. 21-33.

Empathy, Tangible elements, reliability dan *Responsiveness* yang di lakukan peneliti begitu juga dengan tidak berpengaruhnya dimensi *Assurance* yang di lakukan dalam penelitian ini. Hanya saja bedanya pada tehnik penulisan aspek penelitian yang di jabarkan pada penelitian yg di lakukan Abdullah Taman lebih singkat ketimbang dalam penelitian ini merangkum menjadi 5 bagian yaitu *Tangibel elements, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

Suratno, Aziz Fathoni, dan Andi Tri Haryono dalam studi mereka membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa semakin tinggi citra merek dari kepuasan pelanggan akan meningkat. Ada hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan itu berarti kepuasan pelanggan yang lebih tinggi akan meningkat. Ada hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Ini berarti bahwa semakin tinggi citra merek itu akan meningkatkan loyalitas pelanggan.³

Persamaan dari penelitian yang di lakukan peneliti dengan penelitian yang di lakukan Suratno, Aziz Fathoni, dan Andi Tri Haryono bahwa dalam penelitian mengukur tingkat kepuasan memang juga terbukti dalam penelitian ini kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi maka pelanggan tersebut senang. Pelanggan

³Suratno1, dkk, “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Pt Pelabuhan Indonesia Iii Semarang”, *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 (Maret 2016).

yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka pada perubahan dan pembicaraannya pula menguntungkan perusahaan.

Muhammad Rifai, Rosida P. Adam dan Ponirin, dalam studi mereka membuktikan beberapa hal yaitu (1) Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai pelanggan Rental Mobil Fany di kota Palu. (2) Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Rental Mobil Fany di kota Palu. (3) Nilai pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Rental Mobil Fany di Kota Palu.⁴

Ifik Sofiyanto, Aziz Fathoni, dan Andi Tri Haryono melalui studi mereka membuktikan bahwa 1) Ada pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan antara lokasi hipotek di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan $t(3,928) > t \text{ tabel}(1,661)$ atau $t \text{ sig } 0,000 < 0,05$. 2) Ada pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan $t(3,758) > t \text{ tabel}(1,661)$ atau $t \text{ sig } (0,000) < 0,05$. 3) Ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan pada hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan $t(3,450) > t \text{ tabel}(1,661)$ atau $t \text{ sig } (0,009) < 0,05$. 4) Ada pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan bersama-sama pada hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan hitung $F(129,839) > F \text{ tabel}(2,699)$ atau sig

⁴Muhammad Rifai, dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Rental Mobil Fany di Kota Palu", *JurnalKatalogis*, Volume 4 Nomor 5, (Mei 2016, h173-185)

F (0,000) <0,05. 5) Koefisien determinasi sebesar 0,795, yang berarti perubahan variasi hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara lokasi cabang (Persero) Semarang terpengaruh, tingkat suku bunga dan kualitas layanan dari 79,5%, sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.⁵

Rochyan Ridlo Rien Rizqy, Moh. Mukeri Warso, dan Aziz Fathoni dalam studi mereka membuktikan keandalan variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel tangible, responsiveness, assurance dan empati tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.⁶

Mega Fitri Inda, Andi Tri Haryono, dan Leonardo Budi Hasiholan melalui studi mereka membuktikan variabel Brand Equity, berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen karena t hitung sebesar 9,357 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen karena t hitung sebesar 2,444 dan nilai signifikansinya sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05. Variabel *Word Of Mouthpositif* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena t hitung sebesar 2,129 dan nilai signifikansinya sebesar 0,036 lebih kecil dari 0,05, dan variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena memiliki t

⁵IfikSofiyanto, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono, "Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (Studi Empiris Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang)", *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016)

⁶RR Rien Rizqy, Moh Mukeri Warso, Azis Fathoni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang)", *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016).

hitung sebesar 13,007 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.⁷

Widodo, Maria Magdalena Minarsih, dan Moh Mukeri Warso melalui infestigasi mereka membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pedagang kaki lima Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (b1) sebesar 0,322 dan t hitung (6,766) > t tabel (1,984) atau sig t 0,000 < 0,05, Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara fasilitas terhadap Kepuasan masyarakat pedagang kaki lima kota Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi fasilitas (b2) sebesar 0,284 dan t hitung (5,990) > t tabel (1,984) atau sig t (0,000) < 0,05, Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat pedagang kaki lima kota Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana F hitung (124,486) > F tabel (3,090) atau sig F (0,000) < 0,05, nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,714 yang berarti variasi perubahan kepuasan masyarakat pedagang kaki lima kota Semarang dipengaruhi kualitas pelayanan dan fasilitas sebesar 71,4%, sedangkan sisanya 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.⁸

⁷Mega Fitri Ina, Andi Tri Haryono, Leonardo Budi Hasiholan, “Analisis Pengaruh Brand Equity, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Positif terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Salon Rambut Johnny Andean Matahari Semarang)”, *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016)

⁸Widodo, Maria Magdalena Minarsih, dan Moh Mukeri Warso, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagang Kaki Lima (Studi Pada Sub Unit PKL Dinas Pasar Kota Semarang)”, *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016)

Persamaan untuk penelitian ini dengan yg di lakukan Muhammad Rifai dkk, Ifik Sofianto dkk, Rochyan Ridlo Rien Rizkqy dkk, Mega Fitri Indah dkk, dan Widodo dkk yaitu dari masing-masing dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan yang dilakukan peneliti cukup dengan melihat nilai sig. Dari 5 aspek kualitas layanan ditemukan bahwa dari kelima dimensi kualitas layanan yang ada aspek yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan yaitu *Empathy* dengan nilai signifikan $(0,00) < 0,05$ yang lebih berpengaruh dari dimensi lainnya.

B. Landasan Teori

1. Diskursus tentang Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller, kualitas (quality) adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁹ Menurut Tjiptono (2008:247) pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa atau kualitas layanan (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setaip organisasi, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.¹⁰

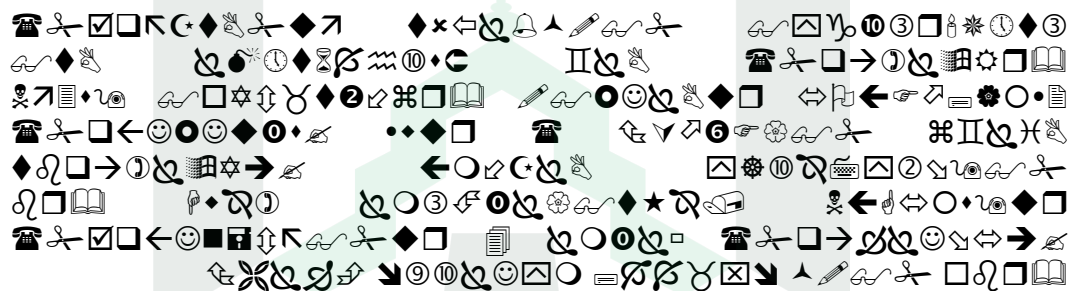
Berdasarkan definisi di atas, kualitas pelayanan jasa digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kemampuan perusahaan. Kualitas

⁹ Philip kotler dan Keller. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

¹⁰

berfokus pada manfaat yang diciptakan bagi pelanggan, dan produktivitas mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana kualitas pelayanan sangat mempengaruhi dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan, dengan memberikan pengalaman yang berkualitas secara lebih efisien agar dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan.¹¹

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Alquran surat al-Baqarah ayat 267



Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.¹²

Persoalan kualitas pelayanan adalah sesuatu yang sulit untuk dipahami, sehingga terdapat banyak perbedaan tentang bagaimana cara membuat sebuah

¹¹

¹² Alquran dan Terjemahnya, QS : al-Baqarah ayat 267. Departemen Urusan Agama Islam.

formula terbaik yang bisa menanggapi fenomena ini. Mereka sepertinya sepakat bahwa sangat sulit untuk mendefinisikan kualitas pelayanan yang komprehensif dan lebih baik mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang bersifat multidimensi.

Pada dataran praktis, banyak perusahaan atau organisasi yang mengukur tingkat atau indeks kualitas pelayanan mereka dengan sebuah model yang dikenal dengan Model SERVQUAL. Model ini masih menjadi pedoman dasar beberapa peneliti untuk mengukur kualitas pelayanan pada sektor perbankan.¹³ Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Parasuraman et al dengan lima dimensi seperti di tabel berikut:

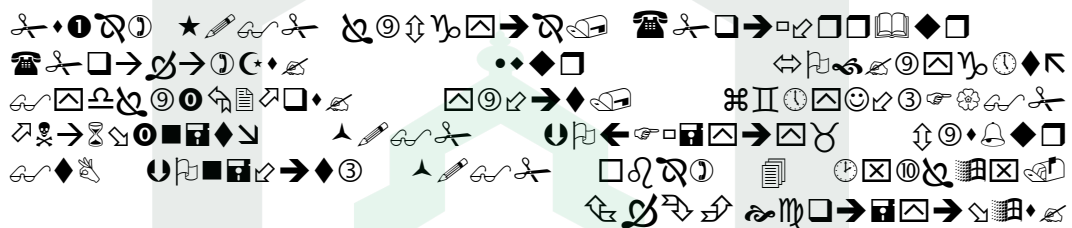
Tabel 2.1
5 Dimensi Model SERVQUAL¹⁴

No.	Aspek	Uraian
1	<i>Tangible elements</i>	Hal-hal yang bersifat fisik, perlengkapan personalia, dan sarana konsumen
2	<i>Reliability</i>	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan <i>dependably</i> .
3	<i>Responsiveness</i>	Kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan cepat.
4	<i>Assurance</i>	Kesopanan karyawan, berpengetahuan, dan memiliki sifat yang dapat dipercaya dan meyakinkan.
5	<i>Empathy</i>	Perhatian, kemudahan dalam berkomunikasi, dan personalized attention.

¹³Suryani, "Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah," *al-Iqtishad Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2014): 240-250.

¹⁴A.Parasuraman, et al, "SERVQUAL: a multi-item scale formeasuring consumer perceptions of SQ," *Journal of Retailing* 64 (1988): 2-40.

Dalam kajian Islam terdapat penjelasan tentang lima dimensi SERVQUAL di atas. (1) Dimensi reliable (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Alquran surat An-Nahl ayat 91



Terjemahnya:

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.¹⁵

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam

¹⁵ Alquran dan Terjemahnya, QS : An-Nahl ayat 91. Departemen Urusan Agama Islam

pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِذَا ضَيَّعْتَ الْأَمَانَةَ فَإِنَّظِرِ السَّاعَةَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ قَالَ: إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَإِنَّظِرِ السَّاعَةَ. (أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ رِئُ فِي كِتَابِ الرِّقَاقِ)

Artinya: Dari Abu Hurairah r.a. berkata, Rasulullah SAW bersabda: Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah saat kehancurannya. Salah seorang sahabat bertanya:”Bagaimanakah menyia-nyiakannya, hai Rasulullah?” Rasulullah SAW menjawab: “Apabila perkara itu diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah saat kehancurannya (HR. Imam Bukhari)

Dimensi assurance (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelembah lembut maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. Assurance ini akan

meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan, dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, Alquran surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa

﴿لَا يَجْرُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا إِذْ أَخَذُوا مِنَ الْمَرْءِ عَهْدًا وَثِقًا أَلَّا يَكْفُلُوهُ إِذْ أَخَذُوا مِنْهُ نَفْسًا كَافَّةً ۚ وَالَّذِينَ كَفَرُوا يَجْرِمُونَ ۚ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِذْ أَخَذُوا مِنَ الْمَرْءِ عَهْدًا وَثِقًا أَلَّا يَكْفُلُوهُ إِذْ أَخَذُوا مِنْهُ نَفْسًا كَافَّةً ۚ وَالَّذِينَ كَفَرُوا يَجْرِمُونَ ۚ﴾

Terjemahannya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.¹⁶

Dimensi empathy (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya

¹⁶ *Alquran dan Terjemahnya*, QS: Ali Imran ayat 159. Departemen Urusan Agama Islam

dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Kemudian memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Berkenaan dengan empati, dalam Rasulullah saw yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim, menyatakan:

Dari Abu Musa Al Asy'ari, dari Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda,

الْخَازِنُ الْمُسْلِمُ الَّذِي يُؤْتَى – وَرُبَّمَا قَالَ يُعْطَى – مَا أُمِرَ بِهِ كَامِلًا مُؤَفَّرًا طَيِّبًا بِهِ فَسُهُ ، فَيَدْفَعُهُ إِلَى
الَّذِي أُمِرَ لَهُ بِهِ ، أَحَدُ الْمُتَصَدِّقِينَ

Artinya :“Bendahara muslim yang diberi amanat ketika memberi sesuai yang diperintahkan untuknya secara sempurna dan berniat baik, lalu ia menyerahkan harta tersebut pada orang yang ia ditunjuk menyerahkannya, maka keduanya (pemilik harta dan bendahara yang amanat tadi) termasuk dalam orang yang bersedekah.” (HR. Bukhari no. 1438 dan Muslim no. 1023).

“Abu Musa al-Asy'ary ra. Berkata: bersabda Nabi saw, “seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah”.

Dimensi tangibles (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan

kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Alquran surat At-Takaatsur ayat 1-5, yaitu:



Terjemahnya :

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin”.¹⁷

Terdapat beberapa peneliti yang juga mengusulkan skala lain untuk mengukur legalitas pelayanan. Bahia dan Nantel mengajukan enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan perbankan yaitu; (1) *reliability*, (2) *tangibles*, (3) *access*, (4) *effectiveness* dan *assurance*, (5) *range of services*, dan (6) *prices*.¹⁸. Aldlaigan dan Buttle memiliki skala sendiri yang berbeda dari skala-skala yang ada sebelumnya yaitu; (1) *behavioral service quality*, (2) *service system quality*, (3) *machine service quality*, dan (4) *service transactional accuracy*. Model ini mereka dapatkan setelah membandingkan kualitas pelayanan dari sisi teknis dan fungsional.¹⁹

¹⁷ Alquran dan Terjemahnya, QS : At-Takaatsur ayat 1-5. Departemen Urusan Agama Islam.

¹⁸K. Bahia, and J. Nantel, “A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks.” *International Journal of Bank Marketing* 18 (2000): 84-91.

¹⁹A.H. Aldlaigan dan F.A. Buttle, “SYSTRA-SQ: a New Measure of Bank Service Quality,” *International Journal of Service Industry Management* 13, no. 4 (2002): 362-81.

Jabnoun dan Al-Tamimi memodifikasi model SEVRQUAL sehingga menghasilkan tiga aspek yaitu: (1) *empathy*, dimana pada aspek ini *item* yang ada pada aspek *reliability* dan *assurances* disatukan. (2) *tangibles*, dan (3) *human skill*. Aspek ini mengandung aspek *assurance* dan *reliability* yang ada pada model SERVQUAL.²⁰ Hasil studi dari Karatepem, *etal* mengungkapkan empat aspek untuk menentukan kualitas layanan yaitu: (1) *empathy*, (2) *service environment*. Aspek ini memiliki relasi dengan aspek *tangibles* pada model SERVQUAL, (3) *reliability*, dan (4) *interactionquality*. Aspek ini merupakan hasil kombinasi dari *assurances* dan *responsiveness* pada model SERVQUAL.²¹ Guo, *etal*, pada studi mereka di Cina mengungkapkan bahwa pengukuran kualitas pelayanan pada sektor perbankan terdiri dari: (1) *higher-order constructs (technicalquality dan functionalquality)*, dan (2) *lower-order dimensional*(teknologi, komunikasi, *reliability*, dan *human Capital*).²²

Ketika diperhatikan hasil temuan-temuan di atas sebenarnya tidak ada yang berbeda secara signifikan. Semua berdasar pada lima aspek model SERVQUAL kemudian dimodifikasi sesuai konteks kasus yang mereka teliti. Pada konteks perbankan syariah, yang terkesan berbeda dengan adanya aspek kepatutan syariah sebenarnya aspek ini bukan aspek baru, namun bisa dijadikan bingkai dari kelima aspek model SERVQUAL.

²⁰N. Jabnoun, dan H.A.H.Al-Tamimi, "Measuring Perceived Service Quality at UAE Commercial Banks," *International Journal of Quality & Reliability Management* 20,no. 5 (2003): 458-472.

²¹O.M, Karatepe, *et al*, "Measuring Service Quality of Banks: Sale Development and Validation." *Journal of Retailing and Consumer Services* 12 (2005): 373-83.

²²X Guo, *et al*, "Service Quality Measurement in the Chinese Corporate Banking Market," *International Journal of Bank Marketing* 26,no. 5 (2008): 305-27.

Kualitas pelayanan pada sebuah perusahaan sebenarnya membahas tentang upaya menciptakan, membangun, dan menjalin hubungan baik dengan sesama manusia dan lingkungan usaha, serta mengimplementasikan nilai-nilai kebaikan (moral dan etika). Sebuah hal yang wajar bahkan wajib dilakukan ketika manusia berbuat baik dengan sesama manusia dan lingkungan. Tanpa mengenal Agama, suku, dan hal-hal diskriminatif lainnya. Hal ini harus dilakukan karena semua manusia itu sama, tidak ada perbedaan sama sekali. Mendapatkan pelayanan yang baik adalah hak semua nasabah sebagai manusia.²³ Model SERVQUAL dan beberapa versi lain sebagai hasil modifikasi sepintas terlihat sangat baik dan canggih, namun lemah dalam dataran praktis. Hal ini terjadi karena penerapannya yang terkesan diskriminatif. Hanya perusahaan yang tidak diskriminatiflah yang akan bertahan (*sustainable*).

Relasi positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memang telah banyak dibuktikan oleh beberapa hasil penelitian dengan beraneka ragam kasus.²⁴ Cronin dan Taylor telah membuktikan hal ini pada sektor perbankan dan restoran cepat saji.²⁵ Cronin, *et al* mengatakan bahwa kepuasan terhadap satu jenis layanan memiliki efek positif terhadap layanan lainnya.²⁶ Studi yang dilakukan oleh Aldlaigan and Buttle membuktikan bahwa secara parsial semua aspek-aspek

²³Lihat Adnan Noor Bakri, *Spiritual Marketing*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 176.

²⁴Lihat M.K Brady, *et al*, "Removing the Contextual Lens: A Multinational, Multi-Setting Comparison of Service Evaluation Models," *Journal of Retailing* 81, no. 3 (2005): 215-30

²⁵ L.T. Bei, dan Y.C Chiao, "The Determinants of Customer Loyalty: An Analysis of Intangible Factors in Three Service Industries," *International Journal of Commerce and Management* 16, no. 4 (2006): 162-77.

²⁶J.J. Cronin, *et al*, "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments," *Journal of Retailing* 76, no. 2 (2000): 193-218.

kualitas pelayanan berdasarkan model SERVQUAL memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi temuan dari Zhou menyebutkan bahwa dari kelima aspek pada model SERVQUAL hanya aspek *reliability* dan *assurances* yang memiliki korelasi yang signifikan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, memuaskan pelanggan dengan menawarkan kualitas pelayanan yang baik adalah hal yang tidak bisa ditawar lagi. Hal ini sejalan dengan apa yang ditegaskan oleh Kartajaya dan Sula bahwa setiap bisnis sebenarnya adalah bisnis pelayanan.²⁷

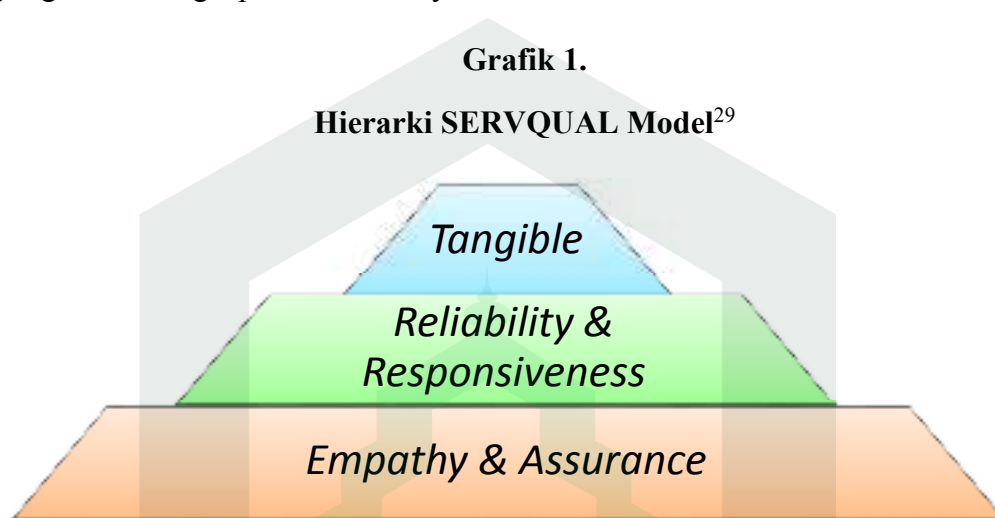
Dalam hal ini, Zohar dan Marshall berpendapat bahwa bisnis saat ini memang bertujuan memuaskan pelanggan dan mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya dari mereka.²⁸ Argumentasi mereka sangat tegas mengkritik praktisi bisnis saat ini. Jika kepuasan menjadi tujuan utama pelaku bisnis yang diimplementasikan pada proses pelayanan terhadap pelanggan masih dipertahankan, praktek ini akan masuk ke dalam sebuah kemunduran yang lebih jauh.

Pertanyaan sederhananya ialah, apakah kepuasan bisa diukur dengan skala kuantitatif? Apakah pelanggan/nasabah akan merasa puas ketika sebuah bank telah menyediakan semuanya sesuai model SERVQUAL? Tentu saja tidak. Perubahan zaman yang berdampak pada perubahan tren perilaku konsumen membuat alat pemuas kebutuhan manusia juga ikut berubah. Dalam dunia modern saat ini dengan kemajuan teknologi dan semakin merosotnya makna, rasa puas

²⁷Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung, Mizan, 2006), 181.

²⁸Danah Zohar dan Ian Marshall, *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis* (Bandung: Mizan, 2004), 35.

akan terpenuhi ketika sebuah perusahaan seperti industri perbankan lebih mengakui eksistensi dari pelanggan mereka. Berkaitan dengan penjelasan ini, ada sebuah hierarki yang dapat dijadikan pedoman untuk menciptakan kualitas pelayanan yang memuaskan. Hierarki ini disadur dari model SERVQUAL, namun aspek-aspeknya dibuat berjenjang dan telah disesuaikan dengan temuan-temuan yang telah diungkapkan sebelumnya.



Grafik di atas menunjukkan hal-hal yang harus dipenuhi penyedia pelayanan kepada pelanggan secara berurut. Dimulai dari tingkatan dasar yaitu *empathy* dan *assurance*. Pada tahap ini perusahaan harus menyediakan sesuatu yang peduli kepada pelanggan.³⁰ Hal ini bisa dilakukan dengan beberapa cara seperti kemudahan dalam berkomunikasi, dan memahami kebutuhan pelanggan dengan cermat, kemudahan dalam mengakses layanan perusahaan seperti layanan perbankan (misal memperbanyak outlet, kantor cabang pembantu), kemudahan

²⁹Adzan Noor Bakri, *Spiritual Marketing*, h. 180

³⁰Christian Grönroos, "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing," *Management Decision* 32, no. 2 (1994): 1-20.

mendapatkan informasi melalui media telepon, atau media sosial.³¹ Semua mahasiswa harus diperlakukan secara sama. Di tingkat dasar ini, perusahaan harus menyediakan karyawan yang memiliki kapabilitas, kesopanan, pribadi yang dapat dipercaya, dan meyakinkan. Karyawan harus memiliki kemampuan untuk membuat nasabah percaya dan merasa aman dalam berhubungan. Pengetahuan, kesopanan dan kapabilitas karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada perusahaan. Jika pelanggan belum mendapatkan semua itu, maka perusahaan tidak mungkin untuk memberikan apa yang ada di tingkatan selanjutnya. Tingkatan selanjutnya adalah menyajikan layanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Hal ini menyangkut tentang ketepatan, kecepatan, dan akurasi, serta kemampuan karyawan membantu pelanggan seperti memberikan informasi yang diperlukan pelanggan. Tingkatan ketiga adalah pelayanan yang bersifat fasilitas-fasilitas fisik seperti kebersihan, gedung, fasilitas AC, fasilitas lahan parkir, dan fasilitas lain yang menunjang ketepatan dan kecepatan layanan kepada mahasiswa. Jika kebutuhan ini dipenuhi sesuai hierarki akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Kualitas pelayanan berasal dari berbagai riset dibidang pemasaran. Konsep mengenai kualitas pelayanan itu sendiri dipahami secara berbeda yaitu antara harapan pengguna dengan persepsi dari pengguna dan persepsi dari kinerja pelayanan. Kualitas pelayanan menurut persepsi pengguna adalah anggapan

³¹Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Shariahmarketing*, 176. Lihat juga Muhammad Arham, "Islamic Perspectives On Marketing," : 159. Lihat juga M.S. Antonio, *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager*, (Jakarta: Prophetic Leadership and Management Centre, 2007).

pengguna mengenai baik buruknya pelayanan yang diterima oleh pengguna. Sedangkan kualitas pelayanan menurut persepsi dari kinerja pelayanan adalah memberikan pelayanan yang terbaik/pelayanan prima dari sumber daya yang dimiliki oleh penyedia layanan. Mahendra mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kecocokan antara produk layanan dengan kebutuhan dari pengguna pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai persepsi pengguna layanan mengenai baik buruknya suatu layanan dan atau diterima tidaknya suatu layanan oleh pengguna.

Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam konteks penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dosen dan pegawai administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Pelayanan pegawai administrasi meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan tugas-tugas administrasi yang dilaksanakan pegawai khususnya yang berkaitan dengan pelayanan kepada mahasiswa baik dibidang akademik, keuangan maupun bidang administrasi umum lainnya.³²

2. Diskursus tentang Kepuasan Pelanggan

Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat

³² Dian Rahmawati, dkk. "Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Lingkungan Fise UNY" .<https://ccs.infospace.com/ClickHandler> (akses 28 Maret 2017)

puas atau senang.³³ Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.³⁴ Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan.

Menurut Schnaars pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas.³⁵ Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Harapan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan. Harapan pelanggan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan adanya harapan pelanggan yang meliputi pengalaman masa lampau pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perusahaan penyedia barang atau jasa. Selain itu perusahaan penyedia jasa diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan dan dapat memperbaiki beberapa hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, yang bertujuan untuk membuat pelanggan puas dan loyal.

³³*ibid*

³⁴*ibid*

³⁵*ibid*

Beberapa peneliti memberikan definisi yang bermacam-macam terhadap konsep kepuasan. Menurut Zulian Yamit, kepuasan adalah hasil yang dirasakan konsumen atas penggunaan produk dan jasa yang sama atau melebihi harapannya. Menurutnya, harapan konsumen dapat diidentifikasi secara tepat apabila penyedia jasa mampu memahami persepsi kepuasan pelanggan agar tidak terjadi kesenjangan persepsi.

Kepuasan konsumen merupakan reaksi perasaan positif yang merupakan hasil dari sebuah penilaian baik atas suatu pengalaman berbelanja atau konsumsi (Babin & Griffin). Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan klien dan memenangkan bisnis berulang (Lee, Lee, Lee & Babin). Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan.³⁶

Menurut Fornell, Johnson, Anderson, Cha, dan Bryant, penentu pertama dari kepuasan keseluruhan yaitu persepsi kualitas. Persepsi kualitas merupakan evaluasi atas layanan yang diterima berdasarkan pengalaman yang diterima saat ini. Persepsi kualitas diharapkan memiliki dampak langsung dan positif terhadap kepuasan keseluruhan. Untuk mengoperasionalkan variabel persepsi kualitas, digambarkan dua komponen utama dari pengalaman konsumsi, yaitu customization (tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan kebutuhan yang heterogen) dan reliability (tingkat di mana layanan yang

³⁶A. J. Ibnu Wibowo. Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa.
<https://www.google.com/url?journal.unpar.ac.id%2Findex.php%2FBinaEkonomi> (akses 28 Maret 2017)

diberikan dapat dipercaya, terstandardisasi, dan bebas dari kekeliruan/masalah (Fornell et.al.). Adapun nilai layanan yaitu sejak tahun 1990-an, terjadi perkembangan pendekatan riset dimana perilaku konsumen dipahami lebih baik ketika dianalisis dari perspektif persepsi nilai (*perceived value perspective*) (Heskett, Sasser, dan Schlesinger). Walaupun sulit didefinisikan karena dianggap abstrak dan kompleks, namun persepsi nilai sering didefinisikan sebagai tingkat persepsi kualitas suatu produk atau pelayanan relatif terhadap harga yang dibayarkan oleh pelanggan (Fornell et al). Persepsi nilai merupakan suatu ukuran kualitas berdasarkan harga (Fornell, Mithas, Morgenson III, dan Krishnan).

Dan begitupula hubungannya dengan reputasi Menurut Mitnick dan Mahon, reputasi merupakan persepsi seorang atau beberapa orang pengamat terhadap seorang individu atau sebuah organisasi, di mana persepsi tersebut muncul karena kinerja atau kualitas dari individu atau organisasi tersebut. Ou juga menyampaikan bahwa reputasi perusahaan relatif stabil dan bersifat jangka panjang sebagai hasil penilaian kolektif oleh pihak luar terhadap tindakan dan prestasi sebuah perusahaan. Reputasi juga sering didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif terpenting yang dimiliki oleh perusahaan (Deephouse). Reputasi merupakan kumpulan penilaian pihak luar dalam jangka panjang terhadap seberapa baik komitmen perusahaan untuk memenuhi harapan stakeholders (Brown dan Logsdon).³⁷

³⁷ *Ibid.*

Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya (Sopiatin).

Menurut Sugito kepuasan mahasiswa adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa (dalam Srinadi). Sementara Sarjono kepuasan mahasiswa adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan mahasiswa tentang pelayanan karyawan, kompetensi dosen yang didukung oleh sarana prasarana dan kepemimpinan dengan apa yang mahasiswa rasakan setelah mendapatkan pelayanan.

Kepuasan mahasiswa adalah derajat perasaan puas mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan staf administrasi dan dosen kepada mahasiswa. Mengacu pada definisi-definisi tersebut di atas kepuasan mahasiswa berarti perasaan senang, puas dan kelegaan pembelajar pada perguruan tinggi terhadap apa-apa yang menjadi kebutuhannya selama melaksanakan studi.

Harapan mahasiswa sebagai pelanggan pendidikan mahasiswa dikatakan sebagai pelanggan karena dia membayar jasa pendidikan untuk menuntut ilmu. Hal ini tentunya diiringi dengan harapan-harapan yang diinginkan dalam proses pendidikan. Seperti pelayanan, fasilitas, kualitas dosen, dan kepemimpinan.

Dengan mengacu pada harapan tersebut maka tentunya setiap mahasiswa memiliki persepsi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Ada yang berpersepsi dengan standar yang tinggi sehingga tidak dapat dipenuhi oleh lembaga, ada yang sedang dan ada juga yang rendah.³⁸

³⁸ https://ccs.infospace.com/BAB_II.pdf=main-title (28 Maret 2017)

Kepuasan pelayanan diukur dengan kepuasan keseluruhan yang diadopsi dari penelitian pengaruh penggunaan teknologi yang bersifat swalayan terhadap kepuasan secara keseluruhan yang dilakukan Beatson *et. al*). Untuk mengukur kepuasan pelayanan penelitian mengadopsi instrumen pengukuran kepuasan secara keseluruhan yang digunakan Beatson *et. al* yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Instrumen dikembangkan dengan menggunakan skala Likert 1-5 dalam penelitian kali ini.³⁹

C. Kerangka Pikir

Dalam kerangka koseptual ini menjelaskan secara teoritis bahwa kualitas layanan sebagai variabel independen terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan(X4) dan empati(X5) mempengaruhi kepuasan mahasiswa(Y) sebagai variabel dependen. Kualitas jasa atau layanan dapat ditunjukan oleh adanya lima dimensi pengukuran yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kuallitas erat hubungannya dengan kepuasan mahasiswa. Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen atau nasabah, Kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung/fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

³⁹Dian Rahmawati, dkk. “Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Lingkungan Fise UNY” <https://ccs.infospace.com/ClickHandler> . (28 Maret 2017)

D. Hipotesis

1. H1 : Bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.
2. H2 : Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.
3. H3 : Daya Tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.
4. H4 : Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.
5. H5 : Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis *hipotesis testing*. Alasan penggunaan jenis penelitian ini adalah karena penelitian ini menggunakan populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah fakultas FEBI IAIN Palopo. Sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling, teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel adalah dengan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel akan dilakukan pada masing-masing fakultas secara proporsional sesuai dengan jumlah mahasiswa.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah semua data yang diperoleh oleh peneliti melalui teknik pengumpulan data yaitu angket/kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari sumber informasi yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Misalnya berupa laporan-laporan, dokumen, literatur dan bacaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang dibagikan kepada nasabah pengguna jasa.

Khusus untuk data-data yang dikumpulkan dengan angket/kuesioner dihitung dengan teknik scoring skala Likert yang pengukurannya sebagai berikut:

- a. Untuk sangat tidak setuju diberi nilai = 1
- b. Untuk tidak setuju diberi nilai = 2
- c. Untuk netral diberi nilai = 3
- d. Untuk setuju diberi nilai = 4
- e. Untuk sangat setuju diberi nilai = 5

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Dimensi	Skala
Kualitas Layanan	1. Tangible elements 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy	Likert

Kepuasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Pelayanan Akademik 3. Kualitas Layanan 	Likert
----------	--	--------

Instrumen yang akan dibagikan ke responden terlebih dahulu akan diuji dengan uji validitas dan realibilitas. Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat mengukur apa saja yang seharusnya diukur.

Suatu tes atau alat instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan pengukuran penelitian tersebut. Suatu alat ukur yang valid mampu mengungkapkan data dengan tepat dan memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Cermat artinya pengukuran itu mampu memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil - kecilnya di antara subyek yang satu dengan yang lainnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (confirmatory factor analysis) pada masing-masing variabel laten. Indikator-indikator dari suatu variabel dikatakan valid jika mempunyai loading factor signifikan pada ($\lambda = 5\%$). Instrumen penelitian disebut valid unidimensional jika mempunyai nilai goodness of fit index (GFI) $> 0,90$.

Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Layanan

NO	ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Ket.
1	Dosen dan Karyawan di IAIN Palopo terlihat rapi dan bersih	0,650	Valid
2	Setiap ruangan (ruang kelas, ruang fakultas, kantor yang ada di IAIN Palopo terlihat bersih	0,570	Valid
3	Di IAIN Palopo belum tersedia fasilitas seperti tempat parkir yang baik, toilet yang bersih.	0,677	Valid
4	Layanan administrasi seperti pengurusan KRS, surat izin penelitian, keterangan aktif kuliah, dilakukan dengan cepat dan tepat	0,531	Valid
5	Semua informasi yang dibutuhkan seperti jadwal ujian, jadwal kuliah, nomor kontak dan alamat dosen, nilai akhir, belum dapat disediakan oleh staf administrasi	0,420	Valid
6	Pegawai IAIN Palopo memberikan pelayanan yang profesional, seperti mampu bekerja sesuai kemampuannya, tidak mengutamakan kepentingan pribadi, dan melakukan pekerjaan dengan benar.	0,593	Valid
7	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki kemampuan yang baik dalam menangani setiap keluhan mahasiswa.	0,554	Valid
8	Karyawan dan Dosen di IAIN Palopo tergolong cepat tanggap dalam melayani mahasiswa	0,583	Valid
9	Layanan yang tersedia di IAIN Palopo belum semuanya sesuai dengan kebutuhan mahasiswa	0,740	Valid
10	Pegawai dan dosen IAIN Palopo bersikap sopan dalam melayani mahasiswa	0,676	Valid
11	Karyawan dan dosen IAIN Palopo belum memiliki pengetahuan yang baik terhadap semua jenis layanan akademik di IAIN Palopo	0,669	Valid
12	Setiap pelayanan di IAIN Palopo memberikan jaminan dan garansi seperti jaminan ketepatan waktu.	0,697	Valid
13	Pegawai dan Dosen di IAIN Palopo memiliki kemampuan komunikasi yang baik kepada mahasiswa	0,544	Valid
14	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki tingkat pemahaman yang baik atau mudah memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh mahasiswa	0,384	Valid

15	Pihak IAIN Palopo senantiasa memberikan perhatian kepada mahasiswa	0,585	Valid
----	--	-------	-------

Sumber: Data prmer yang diolah dengan SPSS Ver. 22.

Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan

NO	ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Ket.
1	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan dan dosen di IAIN Palopo	0,739	Valid
2	Saya merasa puas dengan layanan akademik yang ada di IAIN Palopo	0,797	Valid
3	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ada di IAIN Palopo	0,343	Valid

Sumber: Data prmer yang diolah dengan SPSS Ver. 22.

Selain harus valid, instrumen juga harus reliable (sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Instrumen dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut memperoleh hasil-hasil yang konsisten. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum.

Instrumen ini dapat dipakai dengan aman karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda dan kondisi yang berbeda. Jadi reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Reliabilitas konstruk dinilai dengan menghitung indeks reliabilitas instrumen yang digunakan dalam model yang dianalisis. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang

menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengidentifikasi sebuah konstruk atau faktor laten yang umum, atau dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu menjelaskan sebuah fenomena yang umum.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Layanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,904	,905	15

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kepuasan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,771	,757	3

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22.

Dari hasil pengujian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua jenis instrumen yang digunakan terbukti handal dalam mengukur kualitas layanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo dan kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diterima. Hal ini dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, yang masing-masing di atas angka 0,6.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Analisis regresi adalah salah satu teknik statistik yang dapat

digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk variabel kuantitatif.

Regresi linier berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Dengan bentuk persamaan :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (kepuasan Mahasiswa)

a = konstanta

b = koefisien regresi

x_1 = variabel independen (kualitas layanan)

e = nilai residu

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis baik secara parsial (uji t), simultan (uji F), maupun koefisien determinasi (R²). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Uji simultan dengan uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁴⁰

⁴⁰ Anwar hidayat, Uji F dan Uji T. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html> (28 Maret 2017)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo atau IAIN Palopo adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Palopo provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. IAIN Palopo didirikan berdasarkan pada Surat Keputusan Presiden Nomor 11 Tanggal 21 Maret 1997 bertepatan dengan Tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H. Kemudian berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri pada 14 Oktober 2014 dan diresmikan pada 23 Mei 2015

STAIN Palopo, sebelumnya dikenal dengan nama Fakultas Ushuluddin yang diresmikan berdirinya pada tanggal 27 Maret 1968 dengan status filial dari IAIN Alauddin di Ujung Pandang. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 168 tahun 1968, status tersebut ditingkatkan menjadi fakultas cabang, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo. Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang tersebut ditingkatkan menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo.

Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP No. 33 Tahun 1985 tentang Pokok-pokok Organisasi IAIN Alauddin; Keputusan Presiden RI Nomor 9 Tahun 1987 tentang Susunan Organisasi IAIN; KMA -RI Nomor 18 Tahun 1988 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Alauddin, maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Palopo telah mempunyai kedudukan hukum yang sama dengan Fakultas-fakultas negeri lainnya yang ada di Negara Republik

Indonesia. Berkenaan dengan kebijakan baru pemerintah tentang perguruan tinggi yang didasarkan pada Keputusan Presiden RI Nomor 11 Tahun 1997, maka mulai tahun akademik 1997/1998 Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo dibenahi penataan kelembagaannya dan dialihstatuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo dan berdiri sendiri.

Setelah beralih status menjadi STAIN, dan baru berubah lagi menjadi IAIN lembaga ini mengalami perubahan cukup signifikan. Hal ini terlihat pada sistem tata kelola administrasi, keuangan dan kebijakan, sumber daya manusia semuanya mengalami kemajuan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Di samping itu, jumlah prodi pada STAIN Palopo semakin bertambah sebatas cakupan kewenangan bidang keilmuan yang memungkinkan dikelola STAIN itu sendiri. Sejak pembentukannya sebagai fakultas cabang dari IAIN Alauddin hingga menjadi PT yang berdiri sendiri, IAIN Palopo telah dipimpin oleh pejabat sebagai berikut:

1. alm. K. H. Muhammad Rasyad 1968-1974
2. almh. Dra. Hj. St. Ziarah Makkajareng 1974-1988
3. alm. Prof. Dr. H. M. Iskandar 1988-1997
4. Drs. H. Syarifuddin Daud, MA 1997-2006
5. Prof. Dr. H. M. Said Mahmud, Lc, MA 2006-2010
6. Prof. Dr. H. Nihaya M, M.Hum 2010-2014
7. Dr. Abdul Pirol, M.Ag 2014 – 2018

Dalam usianya yang menginjak tahun kelimabelas tahun menjadi STAIN, gagasan yang terkandung dalam visi, misi dan tujuan pendidikan tinggi Islam

telah memperoleh respon yang positif dari civitas akademika, masyarakat, alumni, dan pemerintah setempat. Hal ini dapat diketahui dari berbagai kesempatan masyarakat, alumni, dan pemerintah selalu menyampaikan keinginan transformasi dan peningkatan status kelembagaan, tidak terfokus pada status “sekolah tinggi” melainkan mempersiapkan untuk segera beralih status menjadi “institut.” Keinginan tersebut tentu saja intinya mendukung arah terwujudnya STAIN Palopo menjadi pendidikan tinggi Islam yang unggul dan kompetitif.

Sejalan dengan rencana peningkatan status kelembagaan STAIN menjadi IAIN atau UIN, maka STAIN Palopo telah membuat berbagai rencana induk pengembangan (RIP) terutama dalam kurun waktu 2012-2037, untuk memperkuat program akademik yang sedang berjalan dan mencari peluang pengembangan baru, seperti pembukaan program-program studi yang mungkin sesuai peraturan yang berlaku.

B. Deskripsi Karakteristik Responden.

Berikut disajikan deskripsi tentang karakteristik responden yang divisualisasi dalam tabel distribusi frekuensi.

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 4. 1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	78	25
2	Perempuan	234	75
	Total	312	100

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.2**Distribusi Responden berdasarkan Program Studi**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ekonomi Syariah	140	44,9
2	Perbankan Syariah	172	55,1
	Total	312	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.3**Distribusi Responden Berdasarkan Semester**

No.	Semester	Frekuensi	Persentase (%)
1	II	78	25,0
2	IV	183	58,7
3	VI	31	9,9
4	VIII	20	6,4
	Total	312	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.4**Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin dan Program Studi**

No.	Program Studi	Jenis kelamin		TOTAL
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Ekonomi Syariah	46	94	140
2	Perbankan Syariah	32	140	172

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.5.**Distribusi Responden berdasarkan Program Studi dan Semester**

No.	Program Studi	Semester				TOTAL
		II	IV	VI	VIII	
1	Ekonomi Syariah	33	76	22	9	140
2	Perbankan Syariah	45	107	9	11	172

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

2. Deskripsi Indeks Kualitas Pelayanan Pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Indeks Kualitas Pelayanan Pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo diukur dengan instrumen yang dikemukakan oleh Parasuraman, *et al.* dengan melihat dari lima aspek yaitu (1) *Tangible elements*, (2) *Reliability*, (3) *Responsiveness*, (4) *Assurance*, dan (5) *Empathy*. Setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh beberapa informasi seperti di tabel berikut:

Tabel 4.6

Deskripsi Indeks Tingkat Kualitas Layanan Pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Kurang Baik	66	21,2
2	Baik	99	31,7
3	Sangat Baik	147	47,1
	Total	312	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Berdasarkan tabel di atas, tidak terlihat bahwa hampir separuh responden (47,1%) responden menilai bahwa pelayanan akademik yang disediakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo dikategorikan sangat baik, kemudian 1/3 responden (31,7%) responden menilai bahwa pelayanan yang disediakan dapat dikategorikan pelayanan yang baik.

Deskripsi singkat tentang respons responden tentang pelayanan yang disediakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo disajikan melalui tabel berikut:

Tabel 4.7

**Deskripsi Tanggapan Responden tentang Pelayanan Pendidikan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.**

NO	ITEM	Mean
1	Dosen dan Karyawan di IAIN Palopo terlihat rapi dan bersih	4,0673
2	Setiap ruangan (ruang kelas, ruang fakultas, kantor yang ada di IAIN Palopo terlihat bersih	3,4135
3	Di IAIN Palopo belum tersedia fasilitas seperti tempat parkir yang baik, toilet yang bersih.	2,5256
4	Layanan administrasi seperti pengurusan KRS, surat izin penelitian, keterangan aktif kuliah, dilakukan dengan cepat dan tepat	3,5256
5	Semua informasi yang dibutuhkan seperti jadwal ujian, jadwal kuliah, nomor kontak dan alamat dosen, nilai akhir, belum dapat disediakan oleh staf administrasi	2,9103
6	Pegawai IAIN Palopo memberikan pelayanan yang profesional, seperti mampu bekerja sesuai kemampuannya, tidak mengutamakan kepentingan pribadi, dan melakukan pekerjaan dengan benar.	3,5609

7	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki kemampuan yang baik dalam menangani setiap keluhan mahasiswa.	3,5513
8	Karyawan dan Dosen di IAIN Palopo tergolong cepat tanggap dalam melayani mahasiswa	3,3750
9	Layanan yang tersedia di IAIN Palopo belum semuanya sesuai dengan kebutuhan mahasiswa	2,4135
10	Pegawai dan dosen IAIN Palopo bersikap sopan dalam melayani mahasiswa	3,7949
11	Karyawan dan dosen IAIN Palopo belum memiliki pengetahuan yang baik terhadap semua jenis layanan akademik di IAIN Palopo	3,1026
12	Setiap pelayanan di IAIN Palopo memberikan jaminan dan garansi seperti jaminan ketepatan waktu.	3,1763
13	Pegawai dan Dosen di IAIN Palopo memiliki kemampuan komunikasi yang baik kepada mahasiswa	3,6859
14	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki tingkat pemahaman yang baik atau mudah memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh mahasiswa	3,5160
15	Pihak IAIN Palopo senantiasa memberikan perhatian kepada mahasiswa	3,4647

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Berdasarkan tabel di atas dapat di petakan ke dalam lima elemen kualitas layanan berikut ini:

Tabel 4.8

Deskripsi Singkat Tiap Aspek Pelayanan

No.	Aspek	Mean
1	<i>Tangible elements</i>	3,34

2	<i>Reliability</i>	3,33
3	<i>Responsiveness</i>	3,11
4	<i>Assurance</i>	3,36
5	<i>Empathy</i>	3,56

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Peneliti memiliki asumsi bahwa kualitas pelayanan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo belum bisa dikategorikan sepenuhnya baik, karena setiap item dan aspek secara simultan/keseluruhan memiliki nilai *mean* tidak sampai menyentuh angka 4. Untuk lebih memastikan asumsi tersebut berikut disajikan deskripsi frekuensi tanggapan responden di masing-masing item.

Tabel 4.9

Deskripsi Tanggapan Responden di Masing-Masing Item pertanyaan

NO	ITEM	SS	S	N	TS	STS
1	Dosen dan Karyawan di IAIN Palopo terlihat rapi dan bersih	0	8	47	173	84
2	Setiap ruangan (ruang kelas, ruang fakultas, kantor) yang ada di IAIN Palopo terlihat bersih	1	61	99	110	41
3	Di IAIN Palopo belum tersedia fasilitas seperti tempat parkir yang baik, toilet yang bersih.	60	104	82	56	10
4	Layanan administrasi seperti pengurusan KRS, surat izin penelitian, keterangan aktif kuliah, dilakukan dengan cepat dan tepat	1	39	108	123	41
5	Semua informasi yang dibutuhkan	20	102	90	86	14

	seperti jadwal ujian, jadwal kuliah, nomor kontak dan alamat dosen, nilai akhir, belum dapat disediakan oleh staf administrasi					
6	Pegawai IAIN Palopo memberikan pelayanan yang profesional, seperti mampu bekerja sesuai kemampuannya, tidak mengutamakan kepentingan pribadi, dan melakukan pekerjaan dengan benar.	2	39	87	150	34
7	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki kemampuan yang baik dalam menangani setiap keluhan mahasiswa.	2	32	108	132	38
8	Karyawan dan Dosen di IAIN Palopo tergolong cepat tanggap dalam melayani mahasiswa	0	44	129	117	22
9	Layanan yang tersedia di IAIN Palopo belum semuanya sesuai dengan kebutuhan mahasiswa	43	140	89	37	3
10	Pegawai dan dosen IAIN Palopo bersikap sopan dalam melayani mahasiswa	1	15	77	173	46
11	Karyawan dan dosen IAIN Palopo belum memiliki pengetahuan yang baik terhadap semua jenis layanan akademik di IAIN Palopo	9	70	121	104	8
12	Setiap pelayanan di IAIN Palopo memberikan jaminan dan garansi seperti jaminan ketepatan waktu.	8	61	134	86	23
13	Pegawai dan Dosen di IAIN Palopo	3	22	91	150	46

	memiliki kemampuan komunikasi yang baik kepada mahasiswa					
14	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki tingkat pemahaman yang baik atau mudah memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh mahasiswa	1	35	111	132	33
15	Pihak IAIN Palopo senantiasa memberikan perhatian kepada mahasiswa	3	38	116	121	34

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Berdasarkan paparan beberapa informasi di atas, jika dikaitkan dengan aspek-aspek statis seperti jenis kelamin responden, program studi, dan semester penulis memiliki asumsi bahwa variabel-variabel tersebut memiliki hubungan dengan tanggapan responden terhadap pelayanan pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Untuk memastikan hal tersebut, studi ini mencoba mengaitkannya dengan deskripsi tabulasi silang, seperti pada tabel berikut:

Tabel 4. 10

Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Respon terhadap Kualitas Layanan

No.	Kategori	Jenis Kelamin	
		Laki-Laki	Perempuan
1	Kurang Baik	20	46
2	Baik	27	72
3	Sangat Baik	31	116

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.11.

Tabulasi Silang antara Program Studi dengan Respon terhadap Kualitas Layanan.

No.	Kategori	Program Studi	
		Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah
1	Kurang Baik	37	29
2	Baik	41	58
3	Sangat Baik	62	85

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4. 12.

Tabulasi Silang antara Semester dengan Respon terhadap Kualitas Layanan

No.	Program Studi	Semester			
		II	IV	VI	VIII
1	Kurang Baik	24	31	6	5
2	Baik	28	57	7	7
3	Sangat Baik	26	95	18	8

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Sama seperti kualitas pelayanan, penulis juga melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo terhadap layanan yang mereka dapatkan atau rasakan. Tingkat kepuasan mahasiswa dilihat dari tiga aspek yaitu (1) kinerja pegawai dan dosen, (2) Layanan Akademik yang disediakan, dan (3) Kualitas Layanan. Setelah mengolah semua data yang diterima dari responden diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 4.13.**Deskripsi Frekuensi Respon Kepuasan Mahasiswa.**

No.	Item	SS	S	N	TS	STS
16	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan dan dosen di IAIN Palopo	9	36	119	124	24
17	Saya merasa puas dengan layanan akademik yang ada di IAIN Palopo	5	39	96	134	38
18	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ada di IAIN Palopo	5	45	96	135	31

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.14.**Deskripsi Kepuasan Mahasiswa**

No.	Item	Mean
16	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan dan dosen di IAIN Palopo	3,3782
2	Saya merasa puas dengan layanan akademik yang ada di IAIN Palopo	3,5160
3	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ada di IAIN Palopo	3,4551

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Untuk lebih memastikan deskripsi tentang bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan, maka dilakukan pengkategorian seperti pada tabel berikut:

Tabel 4. 15.**Deskripsi Tingkat Kepuasan Mahasiswa**

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tidak Puas	48	15,4
2	Puas	223	71,5
3	Sangat Puas	41	13,1
	Total	312	100

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Dari hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel frekuensi di atas, terlihat bahwa hampir 71,5 persen responden menyatakan puas dengan Pelayanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Untuk lebih memberikan informasi yang lebih detail, berikut disajikan hasil tabulasi silang antara distribusi kategori kepuasan mahasiswa dengan jenis kelamin, semester dan program studi.

Tabel 4.16.**Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan dengan Jenis Kelamin**

No.	Kategori	Jenis Kelamin	
		Laki-Laki	Perempuan
1	Tidak Puas	15	33
2	Puas	53	170
3	Sangat Puas	10	31

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.17.

Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan dengan Program Studi

No.	Kategori	Program Studi	
		Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah
1	Tidak Puas	25	23
2	Puas	94	129
3	Sangat Puas	21	20

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

Tabel 4.18.

Tabulasi Silang antara Semester dengan Respon terhadap Tingkat Kepuasan

No.	Program Studi	Semester			
		II	IV	VI	VIII
1	Tidak Puas	15	26	3	4
2	Puas	54	138	18	13
3	Sangat Puas	9	19	10	3

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

C. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Tabel Model *Summary*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,610 ^a	,372	,362	1,87382

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel di atas memberikan informasi tentang besarnya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan. Pengaruh tersebut disimbolkan dengan R (korelasi). Seperti yang terlihat dalam tabel model summary nilai pada kolom R adalah 0,610 artinya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan adalah 61,0% ($0,610 \times 100\%$), Namun nilai tersebut bisa dikatakan "terkontaminasi" oleh berbagai nilai pengganggu yang mungkin menyebabkan kesalahan pengukuran, untuk itu SPSS memberikan alternatif nilai R Square sebagai perbandingan akurasi pengaruhnya. Terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0,372 yang artinya 37,2%. Nilai ini lebih kecil dari nilai R akibat adanya penyesuaian namun demikian sebagai catatan nilai tersebut tidak serta merta lebih kecil dari R namun juga kadang lebih besar.

Untuk lebih akuratnya prediksi pengaruh dapat berpatokan pada nilai Adjusted R Square yaitu nilai R Square tadi yang sudah lebih disesuaikan dan lazimnya ini yang paling akurat. Terlihat bahwa nilai Adjusted R Square-nya sebesar 0,362 atau 36,2% pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kolom selanjutnya pada tabel Model Summary memperlihatkan tingkat keakuratan model regresi dapat dilihat pada kolom Standard Error of The Estimate, disitu tertera angka 1,87382. Nilai ini semakin mendekati angka 0 (nol) semakin akurat, dengan angka sebesar itu maka dapat dikatakan model yang terbentuk akurat sebesar 87,382% ($1,87382 \times 100\%$).

2. Analisis Tabel Model Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	636,496	5	127,299	36,255	,000 ^b
	Residual	1074,424	306	3,511		
	Total	1710,920	311			

a. Dependent Variable: Kepuasan

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

Dalam tabel Anova memperlihatkan informasi tentang berpengaruh tidaknya variabel kualitas layanan yang terdiri dari 5 aspek dimensi terhadap variabel kepuasan secara simultan (bersama-sama). Dalam tabel ini terdapat beberapa hal yang tidak perlu dibahas, pertama Sum of Square dan kedua Mean Square karena kita tidak perlu itu untuk mengambil kesimpulan berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap dependen secara simultan.

Untuk mengambil keputusan tersebut dapat digunakan dua cara, pertama lihat nilai Sig. (Signifikansi). Pada tabel anova nilai sig. tertera sebesar 0,000 maka dengan gampang kita bisa menyimpulkan bahwa variabel semua aspek/dimensi kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dengan mengikuti taraf sig. 0,05 sebagai nilai cut off dari nilai signifikansi. Artinya jika nilai probabilitas (signifikansi) dibawah 0,05 maka seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.

Cara yang ke kedua dengan melihat nilai F hitung dengan ketentuan jika F hitung $>$ F tabel maka dapat di simpulkan bahwa secara simultan variable independen dapat mempengaruhi Variabel dependen. Nilai F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model atau biasa juga di sebut dengan uji simultan untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel terikat atau tidak.

Dari tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F hitung 36,255 dan F tabel 3,025 ($36,255 > 3,025$) maka dapat di putuskan bahwa secara simultan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

3. Analisis Tabel Model Coefisient

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,410	,792		,518	,605
	Tangible	,133	,067	,104	1,993	,047
	Reliability	,199	,076	,153	2,631	,009
	Responsiveness	,231	,076	,174	3,033	,003
	Assurance	,072	,081	,053	,887	,376
	Empathy	,350	,066	,306	5,302	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Pada tabel coeficient disajikan berbagai informasi penting dan tidak penting, informasi pentingnya terdiri atas nama-nama variabel, nilai kostanta (Constant), nilai t dan nilai signifikansi. Informasi tidak pentinya adalah standard

error dan nilai beta pada kolom standarized coefficient. Tidak penting karena standar error disini adalah standar error per variabel, informasi ini tidak diperlukan karena yang menjadi fokus adalah masalah standar error estimatannya. sedangkan nilai beta pada standarized coefficient tidak perlu di bahas disini karena nilai itu akan berguna jika menggunakan analisis jalur.

Sama seperti pada tabel ANOVA, untuk melihat pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan cukup dengan melihat nilai sig. dari 5 aspek kualitas pelayanan ditemukan bahwa dari kelima dimensi kualitas layanan yang ada aspek yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan yaitu *Empaty* dengan nilai Sig (0,00) < 0,05 yang lebih berpengaruh dari dimensi lainnya. Selain dengan menggunakan tingkat signifikansi untuk mengukur pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan juga dapat menggunakan nilai T hitung untuk menguji pengaruh apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebas dengan ketentuan jika T hitung > T tabel. Dari masing-masing dimensi kualitas layanan dimensi *empathy* yang mempunyai nilai lebih besar dari semua dimensi kualitas layanan yang ada. Nilai T hitung yang diperoleh dari dimensi *Empathy* = 5,302 > T hitung = 1,968 , karena nilai T hitung lebih besar dari T tabel. Maka dapat di simpulkan bahwa secara parsial dimensi *Empathy* dari kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Dari tabel koefisien di atas juga dapat di masukkan dalam bentuk persamaan:

$$Y = a + b x_1 + b x_2 + b x_3 + b x_4 + b x_5$$

$$Y = ,410 + ,133x_1 + ,199x_2 + ,231x_3 + ,072x_4 + ,350x_5$$

Dari persamaan di atas dapat di artikan

,410 = jika kualitas layanan dari semua dimensi sebesar 0 maka kepuasan mahasiswa sebesar ,410

,133 = jika kualitas layanan dimensi *tangible* naik sebesar 1 satuan maka tingkat kepuasan mahasiswa naik sebesar ,133.

,199 = jika kualitas layanan dimensi *Reliability* naik sebesar 1 maka tingkat kepuasan mahasiswa naik sebesar ,199.

,231 = jika kualitas layanan dimensi *Responsiveness* naik sebesar 1 maka tingkat kepuasan mahasiswa naik sebesar ,231.

,072 = jika kualitas layanan dimensi *Assurance* naik sebesar 1 maka tingkat kepuasan mahasiswa naik sebesar ,072.

,350 = jika kualitas layanan dimensi *Empathy* naik sebesar 1 maka tingkat kepuasan mahasiswa naik sebesar ,350.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah memperhatikan masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan, metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data, serta hasil yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa, ada pengaruh yang signifikan kualitas layanan pendidikan yang disediakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo terhadap kepuasan mahasiswa. Beberapa pembuktian tambahan kesimpulan ini adalah:

1. Tidak ditemukan hubungan antara karakteristik responden seperti jenis kelamin, program studi, dan semester terhadap tingkat kepuasan mereka.
2. Kualitas layanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat dikategorikan baik/sangat baik sebesar 88,8 persen hal ini dilihat dari respons positif dari mahasiswa yang menjadi responden pada studi ini.
3. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo memiliki tingkat kepuasan terhadap layanan sebesar 71.5 persen
4. Dari semua dimensi kualitas layanan dimensi yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yaitu dimensi empathy dengan tingkat signifikansi $0.00 < 0.05$ dari pada keempat dimensi lainnya.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil studi ini, peneliti memiliki saran dan rekomendasi pada dua hal yang terkait langsung dengan studi ini:

1. Temuan studi ini yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin, semester, dan program studi terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo dapat dipahami bahwa hendaknya pihak pengelola layanan fakultas tidak membeda-bedakan mahasiswa dalam mengakses dan memperoleh layanan.
2. Hasil studi ini menunjukkan bahwa tidak semua dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, maka disarankan kepada pengelola fakultas agar lebih fokus pada dimensi-dimensi yang memiliki pengaruh yang signifikan, yaitu (1) Empathy, (2) Responsiveness, (3) Reliability dan (4) Tangible. Terkhusus pada dimensi Empathy, disarankan kepada pihak pengelola fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo agar terus meningkatkan kepedulian dalam penyediaan layanan pendidikan kepada mahasiswa.
3. Studi tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan telah banyak dilakukan di berbagai konteks dan ruang lingkup. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar lebih memperkaya studi ini dengan menambahkan variabel-variabel yang diprediksi memiliki hubungan dengan dua variabel ini, agar kajian tentang kualitas layanan dan kepuasan menjadi semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Philip kotler. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1.(Jakarta: Erlangga, 2002)
- A.H. Aldlaigandan F.A.Buttle, "SYSTRA-SQ: a New Measure of Bank Service Quality," *International Journal of Service Industry Management* 13,no. 4 (2002): 362-81.
- A.Parasuraman, *etal*, "SERVQUAL: a multi-item scale formeasuring consumer perceptions of SQ," *Journal of Retailing* 64 (1988): 2-40.
- Adzan Noor Bakri, *Spiritual Marketing*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 176.
- Arham, Muhammad"Islamic Perspectives On Marketing,": 159. Lihat juga M.S. Antonio, *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager*, (Jakarta: Prophetic Leadership and Management Centre, 2007).
- Christian Grönroos, "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing," *Management Decision* 32, no. 2 (1994): 1-20.
- Danah Zohar dan Ian Marshall, *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis* (Bandung: Mizan, 2004), 35.
- Gultom, Dedek K. dkk "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara', *Jurnal Manajemen dan Bisnis* VOL 14 NO. 01 APRIL 2014
- Ifik Sofiyanto, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono, "PengaruhLokasi, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (Studi Empiris Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang)", *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016)
- J.J. Cronin, *et al*, "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments," *Journal of Retailing* 76,no. 2 (2000): 193-218.
- K. Bahia, and J. Nantel, "A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks." *International Journal of Bank Marketing* 18 (2000): 84-91.
- Kartajaya Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung, Mizan, 2006), 181.
- L.T. Bei, dan Y.C Chiao,. "The Determinants of Customer Loyalty: An Analysis of Intangible Factors in Three Service Industries," *International Journal of Commerce and Management* 16,no. 4 (2006): 162-77.

- M.K Brady, *et al*, “Removing the Contextual Lens: A Multinational, Multi-Setting Comparison of Service Evaluation Models,” *Journal of Retailing* 81,no. 3 (2005): 215-30
- Mega Fitri Inda, Andi Tri Haryono, Leonardo Budi Hasiholan, “Analisis Pengaruh Brand Equity, KUALITAS Pelayanan Dan Word Of Mouth Positif terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Salon Rambut Johny Andean Matahari Semarang)”, *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016)
- N. Jabnoun, dan H.A.H.Al-Tamimi, “Measuring Perceived Service Quality at UAE Commercial Banks,” *International Journal of Quality & Reliability Management* 20,no. 5 (2003): 458-472.
- O.M, Karatepe, *et al*, “Measuring Service Quality of Banks: Sale Development and Validation.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 12 (2005): 373-83.
- Rifai, Muhamad. dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Rental Mobil Fany di Kota Palu”, *JurnalKatalogis*, Volume 4 Nomor 5, (Mei 2016)
- RR Rien Rizqy, Moh Mukeri Warso, Azis Fathoni, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang)”, *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016).
- Suratno, dkk, “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Pt Pelabuhan Indonesia Iii Semarang”, *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 (Maret 2016).
- Suryani, “Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah,” *al-Iqtishad Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2014): 240-250.
- Taman, Abdullah dkk, “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Jurnal Nominal*, VOL. II NO. 2013,
- Widodo, Maria Magdalena Minarsih, dan Moh Mukeri Warso, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagang Kaki Lima (Studi Pada Sub Unit PKL Dinas Pasar Kota Semarang)”, *Journal of Management*. Vol 2, No 2 (2016)
- X Guo, *et al*, “Service Quality Measurement in the Chinese Corporate Banking Market,” *International Journal of Bank Marketing* 26,no. 5 (2008): 305-27.
- A. J. Ibnu Wibowo. *Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa.*

<https://www.google.com/url?journal.unpar.ac.id%2Findex.php%2FBinaEkonomi> (akses 28 Maret 2017)

Dian Rahmawati, dkk. “*Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Lingkungan Fise UNY*” <https://ccs.infospace.com/ClickHandler>. (28 Maret 2017)

Anwar hidayat, *Uji F dan Uji T*. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html> (28 Maret 2017)



ANGKET PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA; Studi Kasus di IAIN Palopo.

IDENTITAS DAN DEMOGRAFI RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan
2. Fakultas :
3. Program Studi :
4. Semester :

Berilah Tanda (X) pada setiap pilihan jawaban yang sesuai dengan apa yang anda rasakan.

NO	ITEM	SS	S	N	TS	STS
1	Dosen dan Karyawan di IAIN Palopo terlihat rapi dan bersih					
2	Setiap ruangan (ruang kelas, ruang fakultas, kantor yang ada di IAIN Palopo terlihat bersih					
3	Di IAIN Palopo belum tersedia fasilitas seperti tempat parkir yang baik, toilet yang bersih.					
4	Layanan administrasi seperti pengurusan KRS, surat izin penelitian, keterangan aktif kuliah, dilakukan dengan cepat dan tepat					
5	Semua informasi yang dibutuhkan seperti jadwal ujian, jadwal kuliah, nomor kontak dan alamat dosen, nilai akhir, belum dapat disediakan oleh staf administrasi					
6	Pegawai IAIN Palopo memberikan pelayanan yang profesional, seperti mampu					

	bekerja sesuai kemampuannya, tidak mengutamakan kepentingan pribadi, dan melakukan pekerjaan dengan benar.					
7	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki kemampuan yang baik dalam menangani setiap keluhan mahasiswa.					
8	Karyawan dan Dosen di IAIN Palopo tergolong cepat tanggap dalam melayani mahasiswa					
9	Layanan yang tersedia di IAIN Palopo belum semuanya sesuai dengan kebutuhan mahasiswa					
10	Pegawai dan dosen IAIN Palopo bersikap sopan dalam melayani mahasiswa					
11	Pegawai dan dosen IAIN Palopo belum memiliki pengetahuan yang baik terhadap semua jenis layanan akademik di IAIN Palopo					
12	Setiap pelayanan di IAIN Palopo memberikan jaminan dan garansi seperti jaminan ketepatan waktu.					
13	Pegawai dan Dosen di IAIN Palopo memiliki kemampuan komunikasi yang baik kepada mahasiswa					
14	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki tingkat pemahaman yang baik atau mudah memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh mahasiswa					
15	Pihak IAIN Palopo senantiasa memberikan perhatian kepada mahasiswa					
16	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan dan dosen di IAIN Palopo					
2	Saya merasa puas dengan layanan akademik					

	yang ada di IAIN Palopo					
	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang ada di IAIN Palopo					



Tabel 9. Deskripsi Tanggapan Responden di Masing-Masing Item pertanyaan

NO	ITEM	SS	S	N	TS	STS
1	Dosen dan Karyawan di IAIN Palopo terlihat rapi dan bersih	0	8	47	173	84
2	Setiap ruangan (ruang kelas, ruang fakultas, kantor) yang ada di IAIN Palopo terlihat bersih	1	61	99	110	41
3	Di IAIN Palopo belum tersedia fasilitas seperti tempat parkir yang baik, toilet yang bersih.	60	104	82	56	10
4	Layanan administrasi seperti pengurusan KRS, surat izin penelitian, keterangan aktif kuliah, dilakukan dengan cepat dan tepat	1	39	108	123	41
5	Semua informasi yang dibutuhkan seperti jadwal ujian, jadwal kuliah, nomor kontak dan alamat dosen, nilai akhir, belum dapat disediakan oleh staf administrasi	20	102	90	86	14
6	Pegawai IAIN Palopo memberikan pelayanan yang profesional, seperti mampu bekerja sesuai kemampuannya, tidak mengutamakan kepentingan pribadi, dan melakukan	2	39	87	150	34

	pekerjaan dengan benar.					
7	Pegawai dan dosen IAIN Palopo memiliki kemampuan yang baik dalam menangani setiap keluhan mahasiswa.	2	32	108	132	38
8	Karyawan dan Dosen di IAIN Palopo tergolong cepat tanggap dalam melayani mahasiswa	0	44	129	117	22
9	Layanan yang tersedia di IAIN Palopo belum semuanya sesuai dengan kebutuhan mahasiswa	43	140	89	37	3
10	Pegawai dan dosen IAIN Palopo bersikap sopan dalam melayani mahasiswa	1	15	77	173	46
11	Karyawan dan dosen IAIN Palopo belum memiliki pengetahuan yang baik terhadap semua jenis layanan akademik di IAIN Palopo	9	70	121	104	8
12	Setiap pelayanan di IAIN Palopo memberikan jaminan dan garansi seperti jaminan ketepatan waktu.	8	61	134	86	23
13	Pegawai dan Dosen di IAIN Palopo memiliki kemampuan komunikasi yang baik kepada mahasiswa	3	22	91	150	46
14	Pegawai dan dosen IAIN Palopo	1	35	111	132	33

	memiliki tingkat pemahaman yang baik atau mudah memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh mahasiswa					
15	Pihak IAIN Palopo senantiasa memberikan perhatian kepada mahasiswa	3	38	116	121	34

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS Ver. 22

