

Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa 2015-2018 di STIE Indonesia Banking School

Wasi Bagasworo

STIE Indonesia Banking School
wasi.bagasworo@ibs.ac.id

Abstract

Competition in the world of education, especially undergraduate education, is very tight with many new campuses trying to enter the market. Consumers play a role in competition, so it is necessary to pay attention to customer satisfaction, especially students in getting educational services based on the quality of educational services. The research data was taken from a sample of 2015-2018 student respondents in the STIE Indonesia Banking School of 48 people. All research instruments in the study are valid and reliable. The test was conducted using the SPSS 21 application. The results showed that there was no influence of the quality of interaction services on the satisfaction of S1 students at STIE Indonesia Banking School but there was an influence on the quality of the service environment and the quality of results on the satisfaction of S1 students at STIE Indonesia Banking School.

Keywords : *Consumer satisfaction, quality of educational services, service performance, quality of interaction services, quality of physical environment and quality of results*

Abstrak

Persaingan dunia pendidikan khususnya pendidikan strata satu sangat ketat dengan banyaknya kampus baru yang berusaha masuk ke pasar. Konsumen memegang peranan dalam persaingan, sehingga perlu diperhatikan kepuasan konsumen khususnya mahasiswa dalam mendapatkan jasa pendidikan berdasarkan atas kualitas jasa pendidikan. Data penelitian diambil dari sampel responden mahasiswa angkatan 2015-2018 di STIE Indonesia Banking School sejumlah 48 orang. Semua instrumen penelitian dalam penelitian valid dan realible. Tes dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas jasa interaksi terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School namun terdapat pengaruh kualitas lingkungan jasa dan kualitas hasil terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School.

Keywords : *Kepuasan konsumen, kualitas jasa pendidikan, kinerja layanan, kualitas jasa interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil*

Pendahuluan

Tingkat pendidikan menempati peranan yang sangat penting dalam menentukan kualitas sumber daya manusia di suatu Negara tidak terkecuali di Indonesia. Kualitas pendidikan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan di Indonesia. Timpangnya tingkat pendidikan antar propinsi menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh Indonesia Hasil Human Development Index (HDI), Indonesia pada tahun 2012 menempati peringkat 121 dari 186 negara di dunia (sindonews.com). Posisi ini menunjukkan rendahnya kualitas sumber daya manusia Indonesia dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Banyak faktor yang mempengaruhi kualitas sumber daya manusia diantaranya adalah kualitas perguruan tinggi yang mempunyai dampak terhadap kualitas mahasiswanya.

Masuknya Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang akan dilaksanakan

pada tahun 2015 menyebabkan persaingan antara perguruan tinggi di wilayah Asean semakin ketat. Walaupun STIE Indonesia Banking School merupakan sekolah tinggi yang memfokuskan diri di bidang perbankan namun masih rentan terhadap persaingan dari perguruan tinggi di Asean seperti dari Singapura dan Malaysia yang secara umum memiliki kualitas yang lebih baik. Persaingan yang ketat sesama perguruan tinggi di wilayah Asean mengharuskan STIE IBS untuk terus meningkatkan kualitas jasa pendidikan kepada mahasiswa sehingga kepuasan konsumen akan terus terjaga. Melalui kepuasan mahasiswa sebagai konsumen perguruan tinggi diharapkan akan meningkatkan daya saing perguruan tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin melihat pengaruh kualitas jasa pendidikan yang diberikan kepada STIE IBS kepada mahasiswa melalui metode penilaian kuantitatif yang standar untuk pelayanan jasa yaitu metode *SerPef (Service Performance)*

meliputi faktor-faktor kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dari jasa, dan kualitas hasil yang berdampak terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STIE Indonesia Banking School”**

Tinjauan Pustaka

2.1. Service Performance (SERVPERF)

Service performance adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan (Cronin dan Taylor, 1994). Model SERVPERF berdasarkan *multilevel model* Brady dan Cronin (2001) mengkonseptualisasikan persepsi terhadap kualitas layanan sebagai model yang bersifat *multilevel* dan multi-dimensional. Pada model Brady dan Cronin (2001), kualitas jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil.

2.2. Kualitas Interaksi

Menurut Gronroos (2000) kualitas interaksi yaitu kualitas yang berhubungan erat dengan bagaimana proses interaksi karyawan penyedia layanan terhadap konsumennya. Kualitas interaksi digambarkan dalam tiga dimensi yaitu :

- Sikap yaitu kepribadian yang dimiliki oleh karyawan yang menunjukkan keramahan terhadap konsumen.
- Perilaku disini dimaksudkan dengan sifat yang baik dari karyawan serta kemauan untuk melayani.
- Keahlian yaitu kemampuan staf dalam melaksanakan pekerjaannya.

2.3. Kualitas Lingkungan Fisik

Kualitas lingkungan fisik menurut Gronroos (2000) adalah sebuah kualitas yang ada di dalam lingkungan dimana proses pelayanan itu terjadi. Menurut Brady dan Cronin (2001) kualitas lingkungan fisik ini digambarkan dalam tiga subdimensi yaitu:

- Kondisi lingkungan (*ambient condition*) yaitu suatu kondisi yang dapat memberikan kenyamanan yang berkenaan dengan aspek nonvisual.
- Desain yaitu berhubungan dengan tata letak atau arsitektur ruangan.
- Faktor sosial yaitu jumlah dan tipe konsumen yang berada dalam lingkungan pelayanan, seperti tentang perilaku mereka..

2.4. Kualitas Hasil

Brady dan Cronin (2001) mendefinisikan hasil yang diperoleh oleh konsumen ketika proses produksi (jasa) selesai dilakukan dan dijelaskan seperti berikut:

- Waktu tunggu yaitu waktu yang konsumen gunakan untuk untuk menunggu kualitas yang didapat.
- Bentuk nyata yaitu segala sesuatu yang berwujud
- Valensi yaitu ukuran tentang pengalaman yang didapat bisa baik ataupun jelek.

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Mansor *et al* (2012) menyatakan bahwa kualitas interaksi merupakan pengalaman konsumen terhadap karyawan (dosen dan karyawan untuk di kampus) yang telah memberikan pelayanan terbaik sehingga apabila peningkatan kualitas interaksi akan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu Mansor *et al* (2012), menyatakan bahwa kualitas hasil mengacu pada hasil kinerja pelayanan dan mewakili apa yang diinginkan oleh konsumen dari pelayanan. Waktu tunggu, bukti fisik, dan *valance* adalah atribut yang memberikan kontribusi pada kepuasan konsumen. Ryu dan Han (2010), mengungkapkan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Objek penelitian ini adalah mahasiswa yang minimal telah kuliah selama 1 (satu) tahun berdasarkan pertimbangan bahwa mereka merasakan dan memahami serta menikmati pelayanan yang telah STIE Indonesia Banking School berikan dan masih banyak yang aktif mengikuti perkuliahan sehingga mereka telah memahami proses pelayanan yang diberikan oleh STIE Indonesia Banking School.

Data yang digunakan merupakan data primer, dan mahasiswa menjadi responden penelitian. Metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan non probability *sampling* dengan *purposive sampling*.

3.2 Metode Analisa

Metode analisis yang digunakan adalah:

- Uji validitas
- Uji realibilitas
- Uji asumsi klasik meliputi: uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji normalitas, uji multikolinearitas
- Uji partial t
- Uji regresi berganda
- Koefisien determinasi

Hasil Penelitian, Pembahasan, dan Implikasi Manajerial

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Indonesia Banking School (IBS) merupakan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang menyelenggarakan program studi Akuntansi dan Manajemen

dengan konsentrasi di bidang perbankan dan keuangan pada jenjang Strata Satu (S1). IBS didirikan oleh Yayasan Pengembangan Perbankan Indonesia (YPPPI), suatu yayasan yang didirikan dan dibina oleh Bank Indonesia (www.ibs.ac.id). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School (IBS) telah memperoleh izin operasional pada tahun 2003 dari Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) melalui Surat Keputusan No.: 37/D/O/2003 tanggal 13 Maret juncto No.: 69/D/O/2004 tanggal 11 Mei 2004. Sebagaimana tercantum di dalam izin operasional tersebut, IBS memiliki tiga jurusan yaitu Jurusan Akuntansi dan Jurusan Manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang keuangan dan perbankan. serta Perbankan dan Keuangan Syariah .

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Karakteristik Responden

Masa Perkuliahan

Berdasarkan 48 responden, teridentifikasi sebesar 22.9% responden berada pada tahun ke-2, 33.3% pada tahun ke-3, 41.7% pada tahun ke-4, dan sisanya 2.1% terdistribusi pada tahun ke-5 atau lebih

Jenis Kelamin

Responden berjenis kelamin perempuan tampak mendominasi pada penelitian ini, sebesar 68.75% responden adalah perempuan, sisanya sebesar 31.25% laki-laki.

Pengeluaran per Bulan

Pengeluaran per bulan responden adalah pengeluaran < 1 jt perbulan sebesar 10.4%, pengeluaran antara 1-2 jt/bulan sebesar 68.7%, pengeluaran antara 2-3jt sebesar 16.7%, pengeluaran antara 3-4jt sebesar 2.1% dan pengeluaran >4jt sebesar 2.1%.

4.2.2 Analisis Data Penelitian

Uji validitas dan reabilitas

Uji validitas dilakukan berdasarkan Nilai DF dalam contoh ini: jumlah sampel (48)-2=46. R Tabel pada DF 18 Probabilitas 0,05 adalah 0.2845. Apabila nilai Rhitung > Rtabel maka indikator

dikatakan valid sedangkan bila Rhitung < Rtabel maka indikator tidak valid. Hasil pengujian menunjukkan semua indikator valid.

Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat kita ketahui bahwa semua dimensi yang ada memiliki *cronbach's alpha* diatas 0,6. Ini berarti seluruh jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuisioner untuk mengukur variabel yang ada adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu sehingga variabel dapat diandalkan (*reliable*).

4.2.3 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan teknik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan nilai *unstandardized residual* didapatkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,515. Ketentuan data dikatakan normal bila nilai *Asymp. Sig.* lebih besar dari 0,05, dengan kata lain pada penelitian ini data terdistribusi secara normal dikarenakan memiliki nilai *Asymp. Sig.* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,515.

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 1, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik meyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau H0 diterima

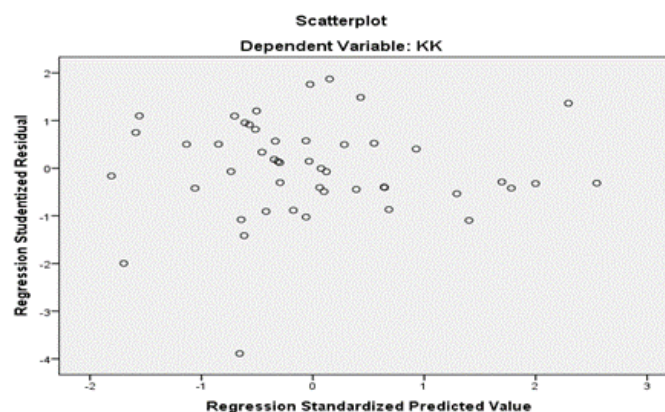
4.2.5 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas ketahui bahwa nilai VIF untuk kualitas interaksi kurang dari 10 yaitu 1,535 dan juga nilai VIF untuk kualitas lingkungan fisik juga kurang dari 10 yaitu 2,068, serta nilai VIF untuk Kualitas hasil yaitu 1.659 juga kurang dari 10. Nilai VIF seluruh variabel yang ada kurang dari 10 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas

4.2.6 Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Gambar 1. Grafik Scatter



Berdasarkan tabel hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa nilai Sig. untuk variabel Kualitas Interaksi adalah $0.870 \geq 0.05$, yang berarti variabel Kualitas Interaksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga H_0 diterima. Kemudian nilai Sig. untuk variabel Kualitas Lingkungan Fisik sebesar $0.045 \leq 0,05$, yang berarti variabel Kualitas Lingkungan Fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga H_0 ditolak. Nilai Sig untuk variabel Kualitas Hasil $0.000 < 0.05$, yang berarti variabel Kualitas hasil memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen sehingga H_0 diterima.

Menggunakan skala yang sama untuk setiap pertanyaan yang diajukan maka dapat dilihat variabel mana yang lebih dominan dengan menggunakan *standardized coefficients beta* pada tabel . Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel Kualitas Hasil 0.690 lebih besar dibandingkan dengan variabel Kualitas Lingkungan Fisik yaitu sebesar 0,274. Hal ini berarti variabel Kualitas Hasil merupakan variabel yang lebih dominan dibandingkan dengan Kualitas Lingkungan Fisik dalam mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

b. Model Persamaan Regresi

$$KK = 0.060 + 0.025 KI + 0.274 KLF + 0.690 KH$$

KK = Kepuasan Konsumen

KI = Kualitas Interaksi

KLF = Kualitas Lingkungan Fisik

KH = Kualitas Hasil

Koefisien regresi KI sebesar 0.025 bertanda positif menyatakan bahwa variabel KI berbanding lurus dengan tingkat KK dimana apabila semua variabel independen lain bernilai 0 maka KI tidak akan mempengaruhi sebesar 0.025 poin terhadap peningkatan KK.

Koefisien regresi KLF sebesar 0.274 bertanda positif menyatakan bahwa variabel KLF juga berbanding lurus dengan tingkat KK sehingga setiap peningkatan 1 poin KLF akan mempengaruhi peningkatan KK sebesar 0.274 poin.

Koefisien regresi KH sebesar 0.690 bertanda positif menyatakan bahwa variabel KH juga berbanding lurus dengan tingkat KK dimana setiap peningkatan 1 poin KH akan mempengaruhi peningkatan KK sebesar 0.690 poin. Konstanta yang sebesar 0.060 bertanda positif memiliki arti bahwa jika tidak ada KI, KLF dan KH maka nilai KK sebesar 0.060.

4.2.7 Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Analisis koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menguji sejauh mana variasi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai yang digunakan adalah *Adjusted R Square*

sebagai koefisien determinasi adalah hasil perhitungan R², dapat dilihat dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa *adjusted R²* sebesar 0.643. Hal ini berarti variabel independen yaitu Kualitas Hasil, Kualitas Interaksi dan Kualitas Lingkungan Fisik memiliki pengaruh sebesar 64.3% terhadap Kepuasan Konsumen, sisanya sebesar 35.7 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3. Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial pertama yang dapat dilakukan di STIE IBS berdasarkan prioritas indikator yang perlu ditingkatkan dalam variabel kualitas hasil yaitu :

Waktu tunggu di STIE IBS dapat saya prediksi (KH1) dengan nilai 3.25, STIE IBS mencoba untuk menjaga waktu tunggu saya seminimum mungkin (KH2) dengan nilai 3.41 dan STIE IBS memahami bahwa waktu tunggu adalah penting bagi saya (KH3) dengan nilai 3.458 menunjukkan bahwa mahasiswa kurang setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Hal ini harus dapat perhatian dengan membuat standarisasi waktu pelayanan kepada mahasiswa dan menerapkan *punishment and reward* terhadap karyawan yang memberikan pelayanan.

Saya suka dengan STIE IBS karena memiliki yang saya inginkan (KH5) dengan nilai 3.52 dan STIE IBS mengetahui apa yang mahasiswa cari dari suatu kampus (KH6) dengan nilai 3.56. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa kurang setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut sehingga manajemen STIE IBS sebaiknya melakukan riset atau pendataan terhadap masukan mahasiswa mengenai hal-hal apakah yang mereka inginkan dari kampus dimana mereka menuntut ilmu.

Implikasi manajerial kedua yang dapat dilakukan di STIE IBS berdasarkan prioritas indikator yang perlu ditingkatkan dalam variabel kualitas lingkungan fisik yaitu :

1. STIE IBS memahami bahwa atmosfer adalah penting bagi saya. (KLF3) dengan nilai 3.73, Suasana STIE IBS adalah apa yang saya cari untuk sebuah kampus. (KLF2) dengan nilai 3.75, dan Saya mendapatkan bahwa mahasiswa STIE IBS lainnya secara konsisten memberikan kesan baik terhadap pelayanan STIE IBS. (KLF7) menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut memiliki makna kurang setujunya mahasiswa terhadap pernyataan-pernyataan itu. Hal yang perlu dilakukan manajemen STIE IBS adalah membuka komunikasi selebar-lebarnya dari mahasiswa untuk memberikan masukan atapun kritikan yang membangun suatu atmosfer budaya akademis kampus seperti yang didambakan mahasiswa.
2. STIE IBS memahami bahwa desain fasilitas

penting bagi saya. (KLF6) dengan nilai 3.75 dan Tata letak kampus STIE IBS disajikan sesuai dengan tujuan saya kuliah. (KLF5) dengan nilai 3.87 memberikan makna kurang setujunya mahasiswa terhadap pernyataan-pernyataan tersebut. Hal ini dapat menjadi pertimbangan kedepan bagi manajemen kampus untuk melibatkan perwakilan mahasiswa dalam menyediakan fasilitas dan tata letak kampus seperti yang diinginkan mahasiswa dimana juga disesuaikan dengan kemampuan kampus.

5. Kesimpulan dan saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan kajian terhadap teori-teori yang berkaitan dengan penelitian serta melakukan analisis data pada bab-bab sebelumnya, peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Tidak terdapat pengaruh kualitas jasa interaksi terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School.
2. Terdapat Pengaruh kualitas lingkungan jasa terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School .
3. Terdapat Pengaruh kualitas hasil terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School.
4. Ditemukan pengaruh kualitas hasil yang paling dominan diantara pengaruh kualitas jasa interaksi, lingkungan jasa dan hasil terhadap kepuasan mahasiswa S1 di STIE Indonesia Banking School

5.2. Saran

Pengembangan implikasi manajerial secara spesifik yang melihat indikator-indikator terendah dalam variabel-variabel yang mempengaruhi khususnya variabel yang dominan yaitu Kualitas Hasil serta kedua Kualitas Lingkungan Fisik menghasilkan beberapa saran yang dapat dilakukan oleh STIE IBS yaitu :

1. Membuat standarisasi waktu pelayanan kepada mahasiswa dan menerapkan *punishment and reward* terhadap karyawan yang memberikan pelayanan.
2. Melakukan riset atau pendataan terhadap masukan mahasiswa mengenai hal-hal apakah yang mereka inginkan dari kampus dimana mereka menuntut ilmu.
3. Membuka komunikasi selebar-lebarnya dari mahasiswa untuk memberikan masukan ataupun kritikan yang membangun suatu atmosfer budaya akademis kampus seperti yang didambakan mahasiswa.
4. Melibatkan perwakilan mahasiswa dalam menyediakan fasilitas dan tata letak kampus seperti yang diinginkan mahasiswa dimana juga disesuaikan dengan kemampuan kampus.

Penelitian ini selain bermanfaat bagi STIE Indonesia Banking School juga dapat menjadi dasar penelitian serupa yang dapat dilakukan di kampus-kampus lain. Selain itu para peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (mahasiswa) disesuaikan dengan kondisi kampusnya dan kebutuhan hasil penelitian kampus tersebut.

Daftar Pustaka

- Alford Bruce, Sherrell Daniel L. [1996]. *The Role of Affect in Customer Judgement of Credence-Based Service*. New York : Journal of Business Research.
- Assael, Henry, 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Singapura, Thomson Learning.
- Ajzen, Icek. [1991] "Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Brady dan Cronin (2001) *Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach*. *The Journal Of Marketing* Vol 65 No. 3
- Cronin, J.J dan Taylor, S.A. [1994], *SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance Based and Perception Minus Expectations Measurement of Service Quality*, *Journal of Marketing*.
- Gronroos, C. (2000), *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*, Wiley, New York, NY.
- Hassan, Masoodul, Saad Hassan, Muhammad Saqib Nawaz dan Ibrahim AKSEL. [2013], *Measuring Customer Satisfaction and Loyalty through Service Fairness, Service Quality and Price Fairness perception*, *Sci.Int. (Lahore)*, 25(4),971-980,2013 ISSN 1013-5316 ; CODEN ; SINTE 8.
- Lovelock, C. dan Wirtz [2007], *Service Marketing ; People & Strategy*, 6th ed, US : Prentice Hall.
- Piani, Valentino [2004], "Consumer Decision Rules for Agent-Based Models." <http://www.economicwebinstitute.org/essays/consumers.htm>.
- Sekaran, Uma [2013], *Research Methods of Business ; A Skill Building Approach*. 6th ed ,John Wiley and Sons.
- Teas, R. Kenneth [1994], *Expectations, Performances, Evaluation, and Consumers Perception of Quality*, *Journal of Marketing*. Vol. 57, Oktober.
- Zeithaml, V.A., et al., 2008. *Services marketing : integrating customer focus across the firm*. New Delhi: Tata McGraw-Hil