

DIMENSI PELAYANAN PADA PERGURUAN TINGGI: STUDI PADA MAHASISWA PASCASARJANA

Khuzaini, Maskur

Program Studi Magister Manajemen

Universitas Islam Kalimantan

Jl. Adhyaksi No. 2 Kayutangi, Banjarmasin

E-mail: zaini_wk@yahoo.co.id, maskursariman@yahoo.co.id

Abstract

Customer satisfaction is a very important factor in a business field including a non-profit business. One of the factors causing customer satisfaction in service businesses is the quality of service. With the existence of service quality factors, it is expected to increase customer satisfaction. Identifying the dimensions of service quality is certainly a very important thing in an effort to satisfy customers. Therefore this study seeks to build a dimension that has been mentioned in various literatures of course with some adjustments. This research was conducted at the Higher Education organization (non-profit) which aims to serve students. The dimensions used are Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. The analytical method used is to use factor analysis using the Partial Least Square (SEM-PLS) approach. This research is a pilot study (pilot-test) involving a sample of 82 master students. The test results show that the responsiveness indicator is not able to explain the service quality dimension variables.

Keywords: *Service Quality, PLS, postgraduate, pilot-test, satisfaction*

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang amat penting dalam sebuah bidang usaha termasuk usaha nirlaba. Salah satu faktor penyebab terjadinya kepuasan pelanggan dalam usaha jasa adalah kualitas pelayanan. Dengan adanya faktor kualitas pelayanan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Identifikasi dimensi kualitas pelayanan tentunya menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah usaha memuaskan pelanggan. Oleh karena itu penelitian ini berusaha untuk membangun sebuah dimensi yang sudah disebutkan dalam berbagai literatur tentunya dengan beberapa penyesuaian. Penelitian ini dilakukan pada organisasi Pendidikan tinggi (nirlaba) yang bertujuan untuk melayani para mahasiswa. Dimensi yang digunakan adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis faktor dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Square (SEM-PLS)*. Penelitian ini merupakan penelitian pendahuluan (*pilot-test*) yang melibatkan sampel sejumlah 82 orang mahasiswa magister. Hasil pengujian menunjukkan bahwa indikator *responsiveness* tidak mampu menjelaskan variabel dimensi kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, PLS, pascasarjana, pilot-test, kepuasan

PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan tinggi, pendidikan tinggi didorong oleh kepentingan komunitas akademik, yang terdiri dari siswa, guru, dan staf. Universitas harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk mendukung keberhasilan tujuan program kuliah. Salah satu lembaga pendukung keberhasilan universitas adalah menyediakan perpustakaan yang juga mengimplementasikan Tridharma melalui penyediaan, organisasi, dan layanan pengguna perpustakaan.

Perpustakaan universitas harus menyediakan layanan berkualitas tinggi sesuai dengan fungsinya; d. H. Layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna perpustakaan. Perpustakaan sebagai fasilitas penyedia layanan diharapkan dapat memenuhi kepuasan pengguna dengan menyediakan berbagai sumber informasi dan menyediakan layanan yang berkualitas. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) menyatakan: "Kualitas layanan adalah perbandingan antara layanan yang diharapkan oleh konsumen dan layanan yang mereka terima." Jadi, ketika layanan diharapkan atau diharapkan oleh pengguna perpustakaan, kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan. Ketika layanan atau layanan yang diterima melebihi harapan pengguna, kualitas layanan dianggap sebagai kualitas yang ideal. Namun, jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kualitas layanan dianggap buruk. Kualitas layanan harus dimulai dengan kebutuhan pengguna dan diakhiri dengan jawaban pengguna. Tanggapan pengguna terhadap kualitas layanan itu sendiri adalah penilaian komprehensif tentang keunggulan layanan. Model kualitas pelayanan yang populer dan populer saat ini dibuat dalam penelitian, pemasaran, layanan model servqual (kualitas layanan) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Servqual

yang dijadikan acuan untuk mengukur kualitas yang disediakan berikut: (1) keandalan (reliability), (2) Jaminan (assurance), (3) daya tanggap (responsiveness), (4) empati (emphy) dan (5) pemasok langsung (Tangibles) (Jiang & Rosenbloom, 2005; Malik, 2012; Venkatesh, Davis, Smith, & Walton, 2000).

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya (Sasongko, 2018). Jadi kepuasan mahasiswa adalah tingkat puas atau tidaknya yang dibandingkan dengan harapan dengan kenyataan yang didapatkan. Tingkat kepuasan tersebut akan mempengaruhi tindakan selanjutnya. Mahasiswa yang tidak puas akan melakukan tindakan mereka mungkin akan meninggalkan atau transfer ke kampus lain. Sedangkan mahasiswa yang puas akan bereaksi menyatakan positif tentang jasa yang diterimanya (Rendy, Oroh, & Roring, 2015). Pimpinan dapat mengambil kebijakan meminimalkan jumlah ketidakpuasan mahasiswa dengan mengadakan komunikasi yang baik.

Harapan pelanggan akan dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi saingannya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perguruan tinggi harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan kuantitas pelanggan (normasari, 2013)

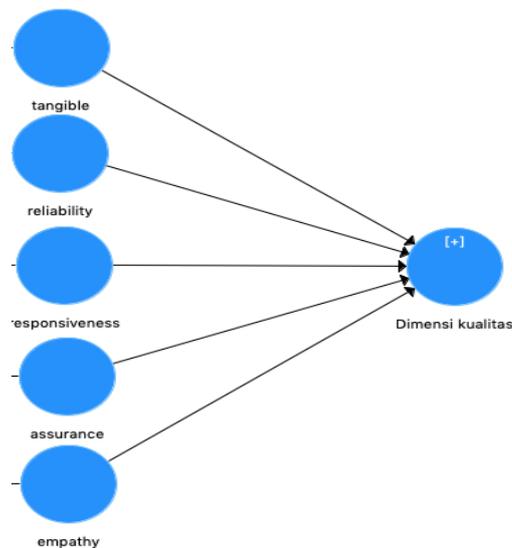
Model kualitas layanan yang populer dan saat ini sedang dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 1985) di bidang penelitian, pemasaran dan kualitas layanan

(servqual). Servqual digunakan sebagai referensi untuk mengukur kualitas yang ditunjukkan di bawah ini: (1) tangible, (2) keandalan (reliability), (3) tingkat respon (responsiveness), (4) kemanan (assurance), (5) empati (superioritas).

- a. Tangibles (penampilan fisik dari layanan), yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada orang luar. Tampilan dan kemampuan fasilitas fisik dan perubahan infrastruktur serta kondisi lingkungan diberikan bukti nyata tentang layanan yang disediakan oleh penyedia layanan.
- b. Keandalan (reliability / kemampuan untuk memenuhi janji), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Performa yang memenuhi ekspektasi pengguna berarti diperbarui.
- c. Responsiveness (tanggap terhadap penyediaan layanan), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan secara bertanggung jawab dan kemauan penyedia layanan, khususnya cara mereka dalam

membantu konsumen dan menyediakan layanan yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dimensi ini menggarisbawahi sikap penyedia layanan yang merespons dengan penuh perhatian, cepat dan akurat untuk pertanyaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah pelanggan.

- d. Keamanan (kepercayaan atau kemampuan untuk menjamin layanan), yaitu kemampuan penyedia layanan untuk menghasilkan kepercayaan dan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan, terutama karyawannya, mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Termasuk pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan kepercayaan karyawan.
- e. Empati (memahami keinginan konsumen) ditujukan pada perhatian individu pelanggan, seperti komunikasi sederhana dengan karyawan dan upaya perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.



Gambar 1. Dimensi Kualitas Pelayanan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan

pendekatan analisis faktor dengan tujuan untuk melihat indikator-indikator penyusun dimensi kualitas.

Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada Program Pascasarjana Universitas Islam Kalimantan Muhammad arsyad Al-Banjari Banjarmasin.

Populasi dan Ukuran Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa program pascasarjana yang dipilih dengan menggunakan pola acak sebanyak 82 orang mahasiswa.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengisi kuesioner dari responden atau sampel yang ditentukan sebelumnya dan melakukan wawancara serta observasi langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi secara optimal dan objektif.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor yang bertujuan untuk mengkonfirmasi faktor/dimensi penyusun variabel dimensi pelayanan dengan menggunakan pendekatan model structural *Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil dari pengujian diharapkan mampu memberikan petunjuk tentang faktor-faktor yang dianggap penting untuk diperhatikan dalam menyusun kualitas pelayanan yang diharapkan oleh mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis data dilakukan dengan menggunakan beberapa tahapan yaitu, pengujian model, pengujian validitas dan reliabilitas, analisis factor untuk mengetahui besar nilai muatan masing-masing item, dan analisis factor untuk mengetahui besar nilai muatan antara dimensi dengan variabel.

Pengujian Model

Tabel 1. Di bawah menunjukkan bahwa kemampuan model untuk menjelaskan variabel sangatlah baik dilihat dari besar nilai korelasi yang ditunjukkan oleh R^2 sebesar 0.996 yang mendekati sempurna.

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Tabel 2 menunjukkan validitas dan reliabilitas dengan menggunakan kriteria validitas dan reliabilitas. Validitas di ukur dengan menggunakan validitas diskriminan dan validitas konvergen. Sedangkan reliabilitas di ukur dengan menggunakan *Alpha Cronbach* dan Reliabilitas komposit (*Composite Reliability*). Dari hasil pengujian validitas, validitas konvergen untuk semua indikator menunjukkan hasil yang baik dilihat dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, dimana nilainya menunjukkan nilai di atas 0.5 ($AVE > 0.5$) sedangkan validitas diskriminan ditunjukkan oleh nilai diagonal pada tabel 3 lebih besar daripada yang di luar nilai diagonal. Dengan demikian dikatakan model layak untuk dilanjutkan.

Analisis Faktor Item - Indikator

Pengujian berikutnya adalah pengujian item terhadap indikator yang ditunjukkan pada tabel 2 di bawah. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa seluruh item mampu menyusun indikator yang ditunjukkan bahwa seluruh nilai titik kritis masing-masing item lebih besar dari 1.96 ($CR > 1.96$). Akan tetapi hasil dari pengujian menunjukkan bahwa terdapat item-item yang lebih mendominasi dibandingkan dengan item lainnya. Indikator Tangible dilihat lebih banyak pada item X1.2; indikator Reliability lebih banyak dilihat pada item X2.3; Indikator Responsiveness dilihat lebih banyak pada item X3.3; Indikator Assurance dilihat lebih banyak pada item X4.3;

sedangkan Indikator Empathy dilihat lebih banyak pada item X5.4.

Tabel 1. Pengujian Model

Variable	R square	Adjusted R Square
Dimensi Kualitas	0.996	0.996

Sumber: Data diolah, 2019

Tabel 2. Rangkuman pengujian Item dan Indikator

Item	Loading			Validity/Reliability		
	loading	SD	CR***	AVE	Alpha	CR**
Tangible				0.763	0.920	0.941
X1.1	0.784	0.066	11.931*			
X1.2	0.950	0.012	82.504*			
X1.3	0.946	0.016	60.965*			
X1.4	0.806	0.082	9.782*			
X1.5	0.867	0.039	22.215*			
Reliability				0.542	0.825	0.874
X2.1	0.818	0.088	9.263*			
X2.2	0.553	0.122	4.531*			
X2.3	0.888	0.054	16.298*			
X2.4	0.748	0.122	6.141*			
X2.5	0.690	0.087	7.929*			
X2.6	0.675	0.087	7.723*			
Responsiveness				0.529	0.946	0.801
X3.1	0.387	0.149	2.586*			
X3.2	0.529	0.117	4.516*			
X3.3	0.925	0.015	60.509*			
X3.4	0.912	0.020	45.965*			
Assurance				0.542	0.791	0.702
X4.1	0.487	0.154	3.17*			
X4.2	0.649	0.112	5.795*			
X4.3	0.835	0.029	29.199*			
Empathy				0.518	0.831	0.792
X5.1	0.362	0.151	2.393*			
X5.2	0.522	0.119	4.371*			
X5.3	0.903	0.026	34.916*			
X5.4	0.923	0.016	56.509*			

* signifikan pada tingkat 5%

** Composite Reliability

*** Critical Ratio

Sumber: Data diolah, 2019

Tabel 3. Validitas Diskriminan

Variabel	Fornell Larcker				
Tangible	0.974				
Reliability	0.971	0.972			
Responsiveness	0.681	0.962	0.974		
Assurance	0.957	0.585	0.571	0.736	
Empathy	0.882	0.962	0.974	0.566	0.727

Sumber: Data diolah, 2019

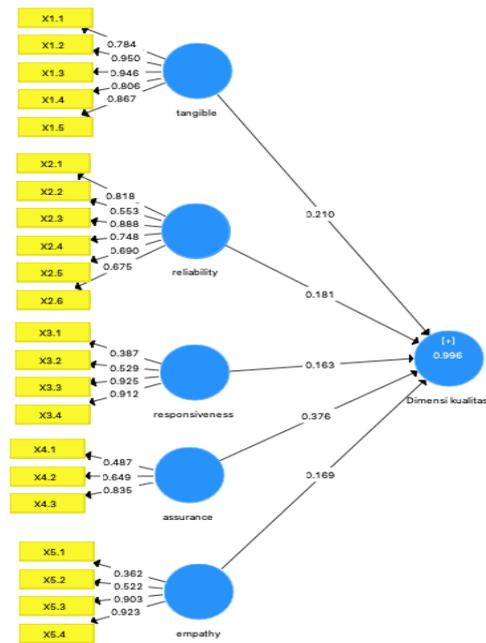
Table 4. Hasil Analisis Faktor

Variabel	Estimates	SD	CR***
Tangible -> Dimensi Kualitas	0.210	0.020	10.493*
Reliability -> Dimensi Kualitas	0.181	0.021	8.458*
Responsiveness -> Dimensi Kualitas	0.163	0.084	1.932
Assurance -> Dimensi Kualitas	0.376	0.102	3.964*
Empathy -> Dimensi Kualitas	0.169	0.077	2.210*

* signifikan pada tingkat 5%

*** Critical Ratio

Sumber: Data diolah, 2019



Gambar 2. PLS Factor Analysis

Sumber: Data diolah, 2019

Analisis Faktor Indikator - Variabel

Berdasarkan tabel 4 di atas, diketahui bahwa seluruh indikator dimensi kualitas mampu membentuk variabel dimensi kualitas pelayanan, terkecuali indikator responsiveness yang tidak mampu menjelaskan dimensi kualitas dimana nilai titik kritisnya hanya sebesar 1.932 (CR<1.96) sehingga di tahap *confirmatory factor analysis* yang menguji diagram jalur harus di hapuskan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dimensi Kualitas Pelayanan merupakan ukuran untuk mengevaluasi kualitas

pelayanan jasa. Penelitian ini bermaksud untuk mengeksplorasi penggunaan indikator/dimensi kualitas pelayanan di bidang Pendidikan tinggi khususnya pada mahasiswa magister. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa seluruh item yang digunakan mampu menjelaskan masing-masing indikator. Sedangkan hasil pengujian indikator mengindikasikan bahwa terdapat satu indikator yang tidak mampu menjelaskan variable kualitas pelayanan yaitu indikator responsiveness.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil simpulan di atas, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah, keterbatasan jumlah indikator dan jumlah item yang terlibat. Penelitian ini bersifat sebagai uji kelayakan indikator dimana pelibatan jumlah sample masih terbatas, sehingga untuk pengujian konfirmasi (*confirmatory factor analysis*) diperlukan jumlah sampel yang lebih besar.

Saran

Penelitian berikutnya dapat merujuk pada penelitian ini dalam proses pengembangannya. Pelibatan jumlah item, indikator dan variabel akan menghasilkan tingkat generalisasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Jiang, P., & Rosenbloom, B. (2005). Customer intention to return online: price perception, attribute-level performance, and satisfaction unfolding over time. *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 150–174. <https://doi.org/10.1108/03090560510572061>
- Malik, S. U. (2012). Customer Satisfaction, Perceived Service Quality and Mediating Role of Perceived Value. *International Journal of Marketing Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n1p68>
- normasari, S. e. . (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/10.1021/pr050315j>. Effects
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Rendy, G., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal EMBA*. <https://doi.org/10.1007/BF02908299>
- Sasongko, T. (2018). *Jema: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen* (Vol. 15). Universitas Islam Malang. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jema/article/view/782/pdf>
- Venkatesh, V., Davis, F. D., Smith, R. H., & Walton, S. M. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Source: Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>