

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA SMART FAST GLOBAL EDUCATION PEKANBARU

Erfi Ester Ekklesia Tumangger¹, Zubaidah Assyifa²

¹Institut Teknologi Dan Bisnis Master, Pekanbaru, Riau-Indonesia

Email: erfi.ester@gmail.com

² Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Kampar, Indonesia

Email: zubaidahassyifa@universitaspahlawan.co.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality on student satisfaction Smart Fast Global Education Pekanbaru. The sample in this study was Smart Fast Global Education Pekanbaru students, amounting to 75 people. While the variables studied in this study are service quality and student satisfaction. Data analysis using simple linear regression method using validity, reliability, normality test, R^2 test and t test. The test was conducted to determine the relationship between the independent variable (independent variable) and the related variable (dependent variable). Based on the results of the study that the quality of service simultaneously affects student satisfaction with a correlation value of $R = 0.885$ which indicates a close relationship between service quality and student satisfaction Smart Fast Global Education Pekanbaru. Meanwhile, R square is obtained 0.783 which means that service quality has a contribution of 78.3% to Smart Fast Global Education Pekanbaru students. Partially, the service quality variable has a positive and significant effect on the satisfaction of Smart Fast Global Education Pekanbaru students with t count 16,244 > t table 1,665 with a significant level of 0.000 less than alpha 0.05. The simple linear regression equation is as follows: $Y = -0.4685 + 0.092 X$.

Keywords: Service Quality, Student Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru yang berjumlah 75 orang. Sedangkan variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa. Analisis data menggunakan metode regresi linear sederhana dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji R^2 dan uji t. Pengujian tersebut dilakukan guna mengetahui hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terkait (*dependent variable*). Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai korelasi $R = 0,885$ yang menunjukkan adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru. Sedangkan R square di dapat 0,783 yang berarti kualitas pelayanan memiliki kontribusi sumbangan sebesar 78,3% terhadap Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru. Secara parsial diperoleh variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru dengan t hitung 16,244 > t tabel 1,665 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05. Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut: $Y = -0,4685 + 0,092 X$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan adalah sesuatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang atau jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat dan teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan mahasiswa akan semakin tinggi.

Menurut Tjiptono (2015: 259) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menciptakan kepuasan mahasiswa melalui pelayanan bertujuan untuk

menciptakan *image positif* dihati mahasiswa. Kepuasan dapat juga dipertimbangan sebagai hubungan antara harapan dan mahasiswa.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 138) kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja dibawah harapan maka mahasiswa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka mahasiswa puas dan senang. Tujuan utama pelayanan adalah tercapainya kepuasan terhadap mahasiswa yang ditandai dengan apresiasi baik dari mahasiswa.

Bila sebuah lembaga pendidikan bisa mempertahankan Citra positifnya di pikiran mahasiswa serta mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan mahasiswa maka tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa akan puas dan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau melanjutkan pendidikan di lembaga pendidikan tersebut. Maka sebaliknya, jika terjadi ketidakpuasan yang dirasakan mahasiswa, maka akan menimbulkan *image negatif* dan dapat menyebabkan informasi negatif untuk mahasiswa lain.

Smart Fast Global Education merupakan lembaga pendidikan multi skill professional 1 tahun lahir pada tanggal 23 juli 2010 dibawah Yayasan pena Intelektual Indonesia. Dengan legalitas jelas, medapatkan izin Operasional dari Dinas Pendidikan dan Dinas Tenaga Kerja kota Pekanbaru, menjadi Smart Fast Global Education Yang Terunggul, Terdepan, Terbesar di Sumatera.

Smart Fast Global Education Pekanbaru sebuah lembaga pendidikan dan pelatihan harus terus melakukan perbaikan dalam kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa. Pada umumnya pelayanan jasa yang diberikan kepada mahasiswa adalah yang terbaik dengan harapan terciptanya kepuasan mahasiswa. Namun, pada kenyataan pelayanan yang diberikan belum memuaskan mahasiswa.

Sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan penelitian dengan HRD Smart Fast Global Education dikatakan bahwa memberikan pelayanan yang dapat memuaskan mahasiswa bukanlah hal yang mudah untuk diterapkan. Hal tersebut disebabkan karena seringnya ditemukan masalah pada penerapan pelayanan kepada setiap mahasiswa yang mengakibatkan adanya ketidak nyamanan yang dirasakan oleh mahasiswa.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan mahasiswa dilihat dari kualitas jasa yang di berikan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama bagi kampus Smart Fast Global Education, begitu juga dengan proses penyampaian dan realisasinya.

Adanya wawancara peneliti terhadap mahasiswa Smart Fast Global Education yang dimana mahasiswa mengatakan adanya kurang pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, mahasiswa merasa kurang puas dalam sistem komunikasi terhadap mahasiswa yang dimana mahasiswa merasa siapa yang lebih dekat pada pihak CSO mahasiswa tersebut lebih diutamakan sehingga yang lain tidak dekat pada pihak CSO kurang diperhatikan. Adanya mahasiswa yang merasa bahwa letak kampus kurang strategis.

Ketidakpuasan mahasiswa yang ditemukan dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, kepuasan mahasiswa secara keseluruhan yang belum baik, kesesuaian harapan mahasiswa yang dijanjikan dengan segera, kurangnya minat belajar mahasiswa karena kurang menariknya cara dosen menerangkan materi pada saat berlangsungnya pembelajaran. Serta kondisi tempat parkir yang kurang memadai dan fasilitas atau sarana prasarana yang kurang lengkap.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, untuk melihat bagaimana kepuasan terhadap Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru maka peneliti melakukan pra- survey awal dengan menyebarkan koesioner sementara, yang terdiri dari Variabel Kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Dan Variabel Kualitas Pelayanan Mahasiswa Smart Fast Global Education:

Tabel 1 Hasil Pra Survey

Keterangan	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Mahasiswa
Sangat Setuju	3	2
Setuju	3	5
Cukup Setuju	9	8
Tidak Setuju	5	5
Sangat tidak Setuju	0	0
Total	20	20

Sumber: Hasil Data Pra Surve Sementara (2021)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa adanya pengaruh kepuasan mahasiswa yang disebabkan oleh kualitas pelayanan, karena ada 3 orang yang menjawab sangat setuju, 3 orang yang menjawab setuju, 9 orang yang menjawab cukup setuju dan 5 orang yang menjawab tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Dari tabel dibawah ini dapat di lihat jumlah target mahasiswa, serta realisasi dan pencapaian Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru dari tahun 2017– 2021:

Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru Tahun 2017- 2021

Tahun	Target Jumlah Mahasiswa	Realisasi Jumlah Mahasiswa	Pencapaian
2017	600	590	98,33%
2018	650	626	96,30%
2019	700	660	94,28%
2020	750	430	57,33%
2021	800	300	37,5%

Sumber : Smart Fast Global Education 2021

Dari tabel 1.2 dapat dilihat jumlah pencapaian mahasiswa di tahun 2021 belum maksimal. Hal ini harus menjadi perhatian bagi pihak perusahaan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa setiap tahunnya. Dari tabel dibawah ini dapat di lihat jumlah mahasiswa yang lulus dan tidak lulus serta pencapaian mahasiswa di Smart Fast Global Education Pekanbaru dari tahun 2017-2021:

Tabel 3 Jumlah Siswa Yang Lulus / Tidak Lulus Di Smart Fast Global Education Pekanbaru Pada Tahun 2017 - 2021

Tahun	Jumlah Mahasiswa	Lulus	Tidak Lulus	Pencapaian
2017	590	488	102	82.71%
2018	626	528	98	84.34%
2019	660	620	40	93.93%
2020	430	423	7	98.37%
2021	300	-	-	-

Sumber: Smart Fast Global Education 2021

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antara jumlah mahasiswa masuk dengan jumlah mahasiswa yang diwisudakan hal ini membuktikan tidak maksimalnya jumlah mahasiswa disebabkan adanya ketidakpuasan mahasiswa terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam. Rumusan masalah tersebut adalah “Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education?”

LITERATUR REVIEW

Kualitas Pelayanan

Philip Kotler dalam Dyah (2018: 52) menyatakan bahwa kualitas Pelayanan merupakan suatu bentuk dari cara mahasiswa menilai terhadap tingkat pelayanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*).

Sedangkan menurut Rambat Lupiyadi (2014: 148) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan mahasiswa atas pelayanan yang mereka terima.

Kepuasan atau ketidakpuasan mahasiswa adalah respon mahasiswa terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan mahasiswa antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Philip Kotler dan Armstrong dalam Dyah, 2018: 53).

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*). SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat berkualitas, dan sebaliknya.

Singkatnya bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Parasuraman dalam Fitri, 2017: 3).

Menurut Tjiptono (2014: 59) menyatakan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*).

Dari penjelasan dari para ahli mengenai kualitas pelayanan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan seberapa besar adanya perbedaan antara realita dan ekspektasi para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Dimana apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut akan dipandang baik atau positif. Apabila kualitas pelayanan yang dibayangkan melebihi yang diharapkan, maka kualitas jasa dikatakan sebagai kualitas ideal.

Demikian juga sebaliknya, apabila pelayanan yang dipandang lebih buruk dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut negative atau buruk. Maka baik atau tidaknya kualitas dari pelayanan tergantung kepada besarnya kemampuan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan secara konsisten.

Indikator Kualitas Pelayanan

Dapat dilihat dalam indikator kualitas pelayanan Ada lima faktor dominan sebagai indikator penentu kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2014: 282), yaitu sebagai berikut:

1. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap), kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan mahasiswa.
3. *Assurance* (Jaminan), merupakan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan dari karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi.
4. *Empathy* (Empati), merupakan kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada mahasiswa. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada mahasiswa melalui layanan yang diberikan bahwa mahasiswa itu special, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian kepada mahasiswa.

5. *Tangible* (Bukti Langsung), berupa penampilan fisik, peralatan, staff dan bangunannya. dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh mahasiswa. Contohnya, fasilitas kampus, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan karyawan.

Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2016: 277) adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan apapun. Definisi jasa menurut Rangkuti (2006: 26) jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga interaksi antara pemberi dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Kepuasan Mahasiswa

Menurut Sopiati (2010: 33) Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Lu'lu'ul Faudatun Nisa (2019: 26) yang menyatakan kepuasan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Berbeda Tjiptono dan Chandra, Barnes, Richard Oliver berpendapat bahwa kepuasan adalah tanggapan mahasiswa terhadap kebutuhan – kebutuhannya.

Sagadji (2013: 180) mengemukakan teori kepuasan dimana bahwa kepuasan dan ketidakpuasan mahasiswa merupakan dampak dari harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika membeli suatu produk, mahasiswa memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013: 25) menyatakan kepuasan adalah respon atau tanggapan mahasiswa mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan mahasiswa berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi mahasiswa.

Tjiptono (2012: 301) menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa adalah situasi yang ditunjukkan oleh mahasiswa ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi secara baik sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa adalah perasaan puas yang didapatkan oleh mahasiswa karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyediaan jasa. *Value* ini berasal dari pelayanan, dan sistem yang tersedia. Sejangkau ini kepuasan mahasiswa dapat dianggap sebagai investasi usaha atau bisnis.

Artinya mahasiswa adalah asset berharga untuk perguruan tinggi dalam rangka mencapai tujuan dan sebagai tolak ukur bagus tidaknya perguruan tinggi tersebut. Oleh karena peningkatan kualitas pelayanan diupayakan terus menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa.

Indikator Kepuasan Mahasiswa

Didalam suatu kepuasan mahasiswa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan mahasiswa yang menggunakan produk dan jasa maka menurut Tjiptono (2014: 101) indikator pembentuk kepuasan mahasiswa terdiri dari beberapa yaitu:

1. Kepuasan Mahasiswa Secara Keseluruhan

Mahasiswa ditanya secara langsung seberapa puas mereka terhadap pelayanan yang telah diberikan kampus, apakah mereka merasa puas terhadap pelayanan dan kualitas yang ada di kampus.

2. Kesesuaian Harapan Mahasiswa

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja karyawan yang diharapkan oleh Mahasiswa dengan yang dirasakan oleh Mahasiswa. Sehingga mahasiswa merasa nyaman dengan pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh pihak karyawan.

3. Minat Belajar Mahasiswa

Merupakan kesediaan mahasiswa untuk belajar dan dorongan dalam diri sendiri untuk melakukan sesuatu yang dapat membuat mahasiswa tertarik dan senang, dalam melakukan sistem pembelajaran sehingga mahasiswa merasa puas dan terkesan dalam mengikuti sistem pembelajaran dan menaruh positif terhadap minat belajar mahasiswa lainnya.

4. Kesiediaan Mahasiswa Untuk Merekomendasikan

Kesiediaan mahasiswa untuk merekomendasikan kampus tersebut kepada teman atau keluarga untuk menimba ilmu, skill dan pelatihan atau menggunakan jasa dari kampus tersebut.

Manfaat Kepuasan Mahasiswa

Dalam kajian kepuasan mahasiswa menyatakan pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan jasa adalah untuk menciptakan para mahasiswa/i (Tjiptono, 2014: 356) antara lain sebagai berikut:

1. Reputasi perusahaan atau kampus semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya.
2. Terjalin relasi hubungan jangka panjang antara perusahaan atau kampus dengan para mahasiswa/i.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas mahasiswa/i.
4. Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, berpotensi menarik mahasiswa baru dan menguntungkan bagi perusahaan atau kampus.
5. Meningkatkan volume marketing/iklan dan keuntungan/laba.

Model Kepuasan Mahasiswa

Menyatakan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan, tetapi begitu diminta mendefinisikannya, kelihatannya tak semua orang tahu menurut Tjiptono (2014: 353) berdasarkan perspektif psikologi, terdapat dua model kepuasan mahasiswa/i, yaitu sebagai berikut:

- a. Model Kognitif menyatakan bahwa penilaian pelanggan didasarkan pada perbedaan antara suatu perkumpulan dari kombinasi yang sebenarnya.
- b. Model Afektif menyatakan bahwa penelitian pelanggan individual terhadap suatu produk atau jasa tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional, namun juga berdasarkan kebutuhan subyektif, aspirasi dan pengalaman.

Metode Pengukuran Kepuasan Mahasiswa

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2016: 113) ada beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan Saran

Sistem keluhan saran ini diperlukan bagi perusahaan yang berorientasi pada kepuasan mahasiswa karena saran, kritik dan usulan dari mahasiswa dapat memberikan ide-ide baru dan masukan berharga serta dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk perubahan yang lebih menarik.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan mahasiswa adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang sebagai *ghost shopper* untuk berperan atau bersikap sebagai mahasiswa potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Metode ini berguna untuk menganalisis mahasiswa yang sudah tidak aktif/ masuk kuliah dengan kampus tersebut. metode ini dilakukan untuk mengungkap mengapa hal tersebut bisa terjadi.

4. Survey Kepuasan Mahasiswa

Sebagian besar riset kepuasan mahasiswa yang dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui mengisi koesioner yang sudah diterapkan oleh pihak kampus yang dimana setiap tiga bulan sekali untuk mengisi koesioner yang telah dibagi oleh pihak kampus kepada mahasiswa disetiap kelas.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Variabel yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa menurut Tjiptono dan Candra (2011: 292) sebagai berikut :

1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penilaian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon uang kuliah dan pemberian penghargaan bagi siswa yang berprestasi.

4. Lokasi

Tempat merupakan bagaian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5. Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penelitian ini ,meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

6. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.

7. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan dapat membuat konsumen merasa terkesan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri dan mendapatkan keistimewaan yang dibutuhkan konsumen.

METODE

Lokasi yang menjadi tempat untuk melakukan penelitian ini adalah Smart Fast Global Education Pekanbaru, yang beralamat di Jl. HR Subrantas No 41 Panam Pekanbaru.

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan November 2021 sampai dengan selesai. Menurut Sugiyono (2015: 23), jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa kualitatif dan kuantitatif.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian ini dibedakan menjadi 2 yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2016: 225).

Pengertian data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yaitu dari jawaban para responden terhadap berbagai pertanyaan yang telah diajukan pada kuisioner yang disebar kepada para responden yaitu Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru.

Pengertian data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, yang sudah diolah oleh pihak lain. Data sekunder yaitu data yang penulis peroleh dan sumber ini berupa dari yang sudah tersedia seperti data struktur organisasi dan aktivitas Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru serta data lainnya yang mendukung analisa penelitian ini.

Dalam pengumpulan data semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil absorvasi dan wawancara yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2018: 476) dan (2014: 230) untuk memperoleh data dalam penelitian ada beberapa metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut: *pertama*, Metode dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dilakukan dalam penelitian untuk memperoleh data tentang Mahasiswa Smart Fast Global Education. *Kedua*, Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet.

Ditinjau dari segi menjawab, maka bentuk dari angket pada penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disusun dengan menyediakan alternative jawaban sehingga responden hanya tinggal memberi tanda ceklis pada jawaban yang tersedia.

Dalam mengukur kualitas pelayanan menggunakan skala pengukuran likert dengan pemberian skor yang selanjutnya ditentukan pada setiap butir pernyataan. Dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian untuk mengetahui rata-rata jawaban responden digunakan interval kelas.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2015: 117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Smart Fast Global Education berjumlah 300 orang. Dimana terdiri dari 200 orang perempuan dan 100 orang laki-laki.

Sampel menurut Sugiyono (2015: 118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan teknik non probability sampling dengan jenis teknik accidental sampling (sampel tanpa disengaja), dan peneliti menggunakan rumus Slovin untuk perhitungan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10%:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
N : Ukurang populasi
e : Batas toleransi kesalahan

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin ukuran sampel data dihitung yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2}$$
$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2}$$
$$n = \frac{300}{4}$$
$$n = 75$$

Berdasarkan hasil yang didapat dari perhitungan maka jumlah sampel yang digunakan adalah 75 orang Mahasiswa responden di Smart Fast Global Education Pekanbaru.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini dalah analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015: 244) analisis kuantitatif yaitu analisis data yang menggunakan perhitungan matematika atau metode statistic yang sudah tersedia. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variable independen (X) dengan variablel dependen (Y). analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independen (X) mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah positif atau negatif (Sugiyono, 2015: 277). Adapun bentuk persamaan dari regresi linier sederhana ini adalah sebagai berikut:

$$Y=a+bX+\epsilon$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Mahasiswa (nilai yang diprediksikan)
a = Konstanta (apabila nilai X=0)
b = Koefisien regresi sederhana
X = Kualitas Pelayanan (nilai variabel independen)
 ϵ = *standard error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru. Responden yang digunakan sesuai dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin yaitu sebanyak 75 orang responden. Para responden yang telah melakukan pengisian kuesioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin dan umur. Identifikasi menurut jenis kelamin responden, hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Jenis Kelamin Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
----	----------	--------	----------------

1	Laki-Laki	25	33,33%
2	Perempuan	50	66,67%
	Jumlah	75	100%

Sumber: Hasil Olahan, 2021.

Dari tabel 5.1 dapat dilihat dari total seluruh responden sebanyak 75 orang, jumlah responden perempuan sebanyak 50 orang (66,67%) lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki yaitu 25 orang (33,33%).

Berikut ini dapat dilihat dan disimpulkan dari hasil penelitian dalam melakukan identifikasi responden menurut umur dapat dibuat klasifikasi dan dilihat seperti pada tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2
Umur Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	17-20 Tahun	72	96%
2	20-25 Tahun	3	4 %
	Jumlah	75	100 %

Sumber : Hasil Olahan, 2021.

Dari tabel 5.2 dapat dilihat dari total seluruh responden sebanyak 75 orang, jumlah responden yang berusia 17-20 tahun sebanyak 72 orang (96%), responden yang berusia 20-25 tahun sebanyak 3 orang (4%).

Deskripsi Analisa Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, r_{hitung} diperoleh dari hasil output. Pada uji validitas diketahui bahwa $\alpha=5\%$ dan $n= 75$ orang yang menjadi sampel penelitian. Setiap item dalam kuisioner penelitian dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Nilai r_{tabel} diperoleh dari rumus : $r_{tabel} (n-2 = 75-2 = 73 = 0,227)$ dari tabel *product moment*.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur indikator pada variabel tingkat kepuasan Mahasiswa mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,227 yang disajikan pada tabel 5.24. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel tingkat kepuasan Mahasiswa dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing item pernyataan indikator yang dapat dilihat dari tabel 5.25 berikut ini :

Tabel Hasil Pengujian Reliability Variabel

No	Variabel	Cronbac's Alpha	N of Item
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,790	10
2	Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,861	8

Sumber : Data Olahan SPSS. 21, 2021.

Dari tabel 5.25 dapat dilihat kedua variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,6 (kuat) sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuisioner adalah *reliable*.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel *dependen* dan variabel *independent* mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah yang memiliki *probability plot* yang membentuk suatu garis diagonalnya dan *ploting* data yang akan dibandingkan dengan garis diagonal/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal.

Apabila data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal. Normalitas data dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya yaitu dengan melihat gambar data grafik normal *probability plot*. Berikut hasil uji normalitas dapat dilihat dari gambar 5.26 berikut ini :

Regresi Linear Sederhana

Tabel Hasil Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan data dari 75 responden, setelah dilakukan pengujian adapun persamaan

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.685	2.457		-1.906	0.061
	Kualitas pelayanan	0.902	0.056	0.885	16.244	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

regresinya adalah dengan menggunakan rumus SPSS. 25 didapat nilai $a = -4,685$, $b = 0,902$, maka persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = -0,4685 + 0,092X$$

$$\text{Kepuasan Mahasiswa} = -0,4685 + 0,092 \text{ Kualitas Pelayanan}$$

Dapat kita lihat berdasarkan persamaan hasil regresi linear sederhana maka dapat diambil kesimpulan dari konstanta dan koefisien variabel kualitas pelayanan sebagai berikut ini :

1. Konstanta -0,4685. Berarti saat kualitas pelayanan diabaikan atau nol maka tingkat kepuasan Mahasiswa sebesar -0,4685.
2. Koefisien variabel kualitas pelayanan 0,092. Berarti jika variabel kualitas pelayanan dinaikkan 1 satuan, maka tingkat kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru, akan naik sebesar 0,092 satuan. Koefisien variabel kualitas pelayanan bertanda positif. Berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Smart Fast Global Education Pekanbaru maka tingkat kepuasan Mahasiswa akan meningkat.

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Untuk melihat hasil uji t dapat dilihat dari tabel 5.27 berikut ini:

Tabel Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.685	2.457		-1.906	0.061
	Kualitas pelayanan	0.902	0.056	0.885	16.244	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Dari tabel 5.27 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 16,244. Tingkat signifikan penelitian ini adalah 5% atau 0,05 (Uji 2 sisi). Untuk melakukan uji t maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

Tingkat signifikan penelitian adalah 5% atau 0,05 (Uji 2 sisi). Berarti di dapat t_{tabel} sebesar 1,665. Maka terbukti bahwa : Kualitas Pelayanan (X) = dengan t_{hitung} 16,244 lebih besar dari t_{tabel} 1,665, dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru.

Analisis Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru digunakan analisis determinasi (R^2), setelah dilakukan pengolahan data dapat dilihat pada tabel 5.28 berikut ini :

Tabel Hasil R-square (Koefisien Determinan) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,885 ^a	0.783	0.780	1.58838

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Dari tabel 5.28 dapat diperoleh nilai $R = 0,885$. Hal ini berarti kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru sedangkan *r-square* (koefisien determinasi) sebesar 78,3%. Hal ini berarti kualitas pelayanan memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru sebesar 78,3% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 78,3\%) = 21,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru yang dapat dilihat t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 16,244 dengan tingkat signifikan 0.000. Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5% atau 0.05 (uji 2 sisi). Oleh sebab itu dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu > 1.665 . Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai t_{hitung} 16,244 dengan signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dapat dikatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru.

Nilai *R-square* sebesar 0,783. Hal ini berarti kualitas pelayanan memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru sebesar 78,3% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 78,3\%) = 21,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru, maka berikut ini penulis mengambil kesimpulan, yaitu: pertama, Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 16,244 dengan tingkat signifikan 0.000. Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5% atau 0.05 (uji 2 sisi). Oleh sebab itu dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu > 1.665 . Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai t_{hitung} 16,244 dengan signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y atau dapat dikatakan ada

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru. Kedua, Nilai *R-square* sebesar 0,783. Hal ini berarti kualitas pelayanan memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru. sebesar 78,3% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 78,3\%) = 21,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini. Ketiga, Persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = -0,4685 + 0,092 X$, maka dapat dilihat konstanta sebesar -0,4685. Berarti saat kualitas pelayanan dianggap konstan maka kepuasan Mahasiswa sebesar -0,4685, sedangkan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan Mahasiswa adalah positif terbukti dari hasil $b = 0,092$ yang berarti bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan di naikkan satu satuan maka tingkat kepuasan Mahasiswa Smart Fast Global Education Pekanbaru akan naik sebesar 0,092 satuan.

REFERENSI

- Chandra dan Tjiptono. 2014. *Service, Quality, dan Satisfaction Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid I, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Rambat, Lupiyoadi. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi III*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sopiatin, Popi. 2010. *Manajemen Belajar Berbasis Kepuasan Siswa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, DD. Gremler. *Services Marketing : Integrating Customer Focus Accross the Firm Gthed. MC. Graw: Hill Boston*.