

MUTU LAYANAN DARI BAGIAN LAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN DOSEN DI UNIVERSITAS XYZ

Henny Hartono

Fakultas Teknologi & Desain Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

E-mail korespondensi : hartonohenny@yahoo.com

Informasi Artikel

Draft awal: 16 Januari 2017

Revisi :

Diterima:

Kata Kunci:
mutu layanan, kepuasan
dosen, layanan akademik

Tipe Artikel : Research Paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyyah

ABSTRACT

In carrying out duties in giving lectures, the lecturers receive services from the university and the department in charge to serve the needs of the lecturers at XYZ University is Academic Service (AS). This research intends to measure the satisfaction of the lecturers regarding the services provided by Academic Service of XYZ University. Data analysis tool used in this research is the Multiple Regression Analysis. The test results show that the responsiveness and assurance factors have dominant influence on lecturers' satisfaction at XYZ University. The conclusion from this research is that the five factors of service quality together have significant effect on lecturers' satisfaction at XYZ University.

Dalam melaksanakan tugas dalam menyampaikan perkuliahan, dosen menerima layanan dari universitas dan departemen yang bertanggung jawab untuk melayani kebutuhan para dosen di Universitas adalah Departemen Layanan Akademik (LA). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan dosen tentang layanan yang disediakan oleh Layanan Akademik Universitas XYZ. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa respon dan jaminan faktor berpengaruh dominan terhadap kepuasan dosen di Universitas XYZ. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa lima faktor kualitas pelayanan bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dosen di Universitas XYZ.

1. Pendahuluan

Pada industri jasa pendidikan, persaingan antar perguruan tinggi semakin ketat baik dalam mendapatkan jumlah mahasiswa sebanyak-banyaknya maupun dalam perekrutan sumber daya tenaga kependidikan yang berkualitas. Jika perguruan tinggi berhasil memperoleh jumlah mahasiswa sebanyak mungkin, tanpa didukung proses pembelajaran yang berkualitas, melalui kehandalan tenaga dosen, niscaya di kemudian hari, mahasiswa yang ada tidak akan merekomendasikan kepada handai taulan mereka untuk memasuki perguruan tinggi tersebut. Pada akhirnya akan berpengaruh pada menurunnya laba perguruan tinggi tersebut.

Dosen, selain sebagai penyedia jasa kependidikan, juga merupakan pelanggan bagi universitas di mana kepuasan pelanggan yaitu dosen juga perlu diperhatikan. Menurut Cravens dan Piercy (2009 : 7) pelanggan memiliki standar tertentu dalam pikiran mereka sebelum mengalami jasa yang diinginkan (harapan), meneliti kinerja jasa serta membandingkan layanan yang dialami dengan harapan mereka, kemudian membentuk penilaian kepuasan berdasarkan perbandingan tersebut. Atas dasar itulah, Universitas XYZ telah mengadakan survei kepuasan pelanggan (dosen) di mana didapatkan hasil survei kepuasan dosen di Universitas XYZ cenderung menurun setiap

tahunnya yang menunjukkan bahwa dosen semakin tidak puas akan kinerja Layanan Akademik di Universitas XYZ.

Oleh karena itu, penulis bermaksud melakukan penelitian tentang "Mutu layanan dari Bagian Layanan Akademik terhadap kepuasan dosen di Universitas XYZ selama ini." Secara rinci, penelitian ini berupaya untuk mempelajari mengenai: apakah dimensi dari kualitas layanan (*service quality*) ketanggapan, keterjaminan, keberwujudan, empati, dan kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan dosen Universitas XYZ?

Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi dari kualitas layanan dari Bagian Layanan Akademik dan memeriksa dampak pada kepuasan dosen di Universitas XYZ.

2. Kajian Pustaka

Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 3), perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditampilkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menggunakan barang dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen fokus pada bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber-sumber daya yang ada (uang, waktu, tenaga) untuk barang-barang yang bersifat konsumtif.

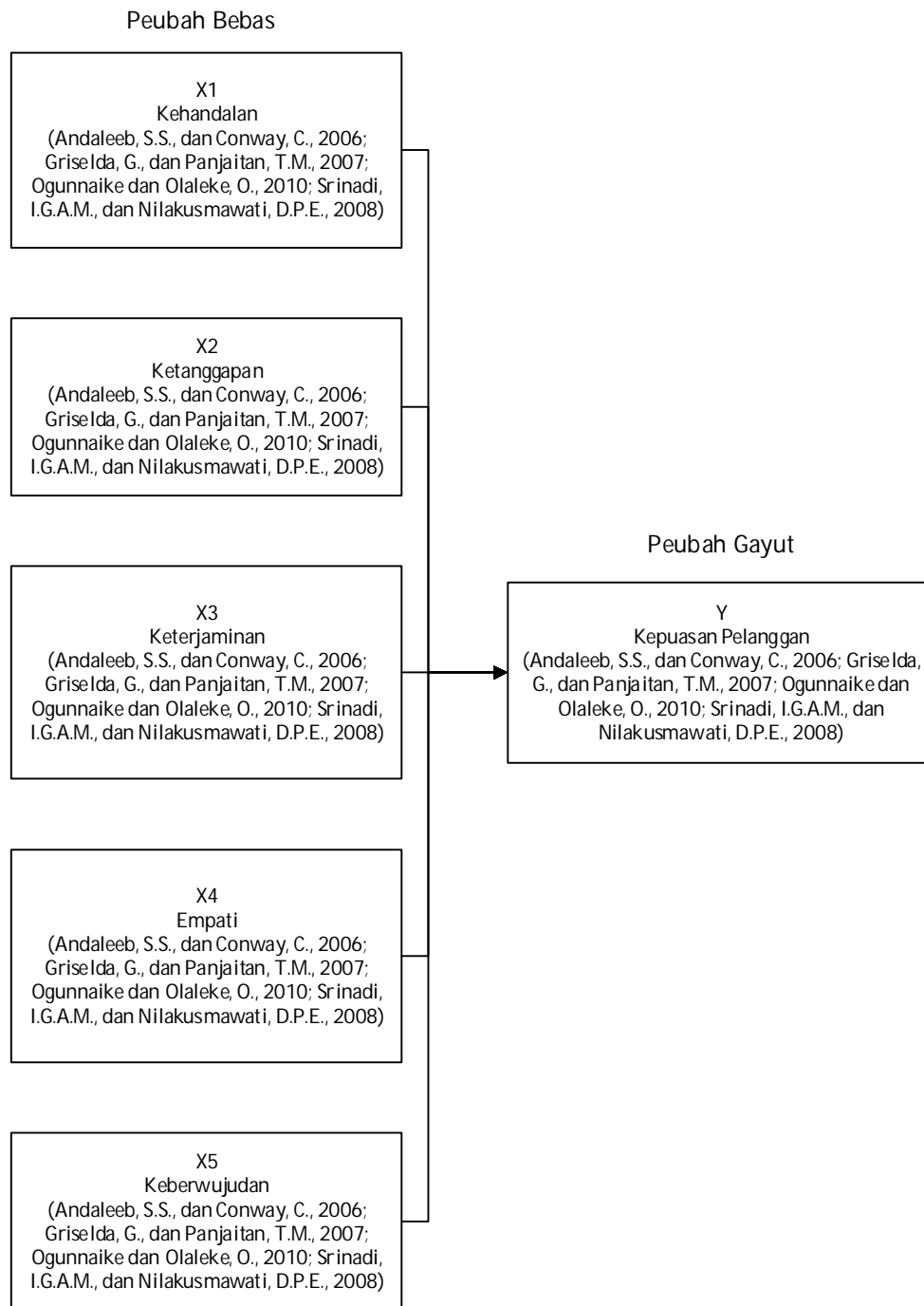
Istilah perilaku konsumen menjelaskan dua jenis entitas konsumen yang berbeda yaitu: konsumen personal dan konsumen organisasional. Konsumen personal membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, untuk kepentingan rumah tangga, atau hadiah untuk teman. Dalam konteks ini, produk-produk dibeli untuk penggunaan akhir (*final use*), sehingga konsumen dapat disebut *end user* atau *ultimate consumer*. Kategori kedua yaitu konsumen organisasional meliputi bisnis profit dan nirlaba, agensi pemerintah, dan institusi (sekolah, rumah sakit, dan penjara) yang harus membeli barang, peralatan, dan jasa dalam menjalankan organisasi.

Pemasaran Jasa

Memahami perilaku konsumen merupakan inti dari kegiatan pemasaran pemahaman mengenai bagaimana konsumen membuat keputusan mengenai pembelian dan penggunaan jasa serta apa yang menentukan kepuasan konsumen. Tanpa pemahaman ini, tidak ada organisasi yang dapat membuat dan menyediakan jasa yang berdampak pada pelanggan yang puas (Lovelock dan Wirtz, 2011). Pengalaman pelanggan dalam lingkungan jasa secara fisik memiliki sebuah peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan (*service experience*) dan meningkatkan (atau menurunkan) kepuasan pelanggan. Bagi organisasi yang menyediakan layanan kontak tingkat tinggi (*high contact*), rancangan lingkungan fisik dan bagaimana tugas dilaksanakan oleh personalia yang menangani pelanggan memiliki sebuah peranan penting dalam membuat identitas perusahaan secara khusus serta membentuk natur pengalaman pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa pelanggan sebagai hasil dari membandingkan antara kinerja produk / layanan yang diterima terhadap harapan pelanggan. (Kotler & Keller, 2009 : 164). Jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan menjadi kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan menjadi puas. Demikian juga halnya jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan menjadi sangat puas atau senang.



Gambar 1. Model Penelitian

Kualitas Layanan

Layanan menurut Kotler (2009: 386) "*any act or performance one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to physical product*". Menurut Kotler (2009: 400), berdasarkan model kualitas layanan, mengidentifikasi 5 dimensi dari kualitas layanan sebagai berikut:

- a. *Reliability* (kehandalan): Kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara bertanggung jawab dan akurat.
- b. *Responsiveness* (ketanggapan): Kesiediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat dan tepat.
- c. *Assurance* (keterjaminan): Pengetahuan dan kesopanan dari para petugas dan kemampuan petugas untuk menyampaikan sesuatu secara percaya diri dan dapat dipercaya.
- d. *Empathy* (empati): Kepedulian, perhatian individual terhadap pelanggan.
- e. *Tangibles* (keberwujudan): Penampilan keseluruhan dari fasilitas fisik, alat yang dimiliki, pegawai, dan materi komunikasi.

Selain teori, penelitian juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan. Berikut dipaparkan mengenai penelitian yang pernah dilakukan mengenai kepuasan serta kaitannya dengan kualitas pelayanan: Gretel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan pada tahun 2007 melakukan penelitian "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua". Responden dari penelitian ini adalah konsumen restoran berusia minimal 15 tahun sebanyak 200 orang. Metode analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*). Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa kelima peubah bebas (kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati, dan keberwujudan) semuanya memiliki pengaruh terhadap peubah gayut (kepuasan). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor dari dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah faktor empati, sedangkan faktor ketanggapan adalah faktor yang memiliki pengaruh paling rendah terhadap kepuasan konsumen. I Gusti Ayu Made Srinadi dan Desak Putu Eka Nilakusmawati pada tahun 2008 mengadakan penelitian "Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Fakultas sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana)". Responden dari penelitian ini adalah 160 orang mahasiswa FMIPA Universitas Udayana. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kehandalan memberikan pengaruh dominan dalam menentukan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FMIPA Universitas Udayana.

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh dosen Universitas XYZ berjumlah 200 orang. Menurut Supranto dan Limakrisna (2010 : 14) sampel adalah sebagian elemen dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2010 : 296) aturan untuk menentukan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk penelitian. Sampel dalam penelitian kuantitatif ini adalah dosen yang terpilih dari populasi. Dalam penelitian ini, sampel akan diambil dengan menggunakan metode penarikan sampel *convenience sampling* yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan responden yang tersedia dan bersedia untuk mengisi kuesioner.

3.2. Pengukuran

Mutu layanan didasarkan pada lima atribut SERVQUAL. Berdasarkan 5 dimensi tersebut, para peneliti mengembangkan 22 butir skala SERVQUAL yang dapat dilihat pada Tabel 1. Atribut SERVQUAL sebagai berikut:

Tabel 1. Atribut SERVQUAL

SERVQUAL Attributes
<p>Reliability</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Providing service as promised ➤ Dependability in handling customer's service problem ➤ Performing services right the first time ➤ Providing services at the promised time ➤ Maintaining error-free records ➤ Employees who have the knowledge to answer customer questions <p>Responsiveness</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Keeping customer informed as to when services will be performed ➤ Prompt service to customers ➤ Willingness to help customers ➤ Readiness to respond to customers' requests <p>Assurance</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Employees who instill confidence in customers ➤ Making customers feel safe in their transactions ➤ Employees who are consistently courteous <p>Empathy</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Giving customers individual attention ➤ Employees who deal with customers in a caring fashion ➤ Having the customer's best interests at heart ➤ Employees who understand the needs of their customers ➤ Convenient business hours <p>Tangibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Modern equipment ➤ Visually appealing facilities ➤ Employees who have a neat, professional appearance ➤ Visually appealing materials associated with the service <p>Source : A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, " A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, " <i>Journal of Marketing</i> (Fall 1985): 41-50. Reprinted by permission of American Marketing Association.</p>

Sumber : Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009. *Marketing Management*. Ed.13. Pearson Education, Inc., New Jersey. Halaman 401

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, di mana data primer menurut Supranto (2009 : 3) adalah data yang dikumpulkan langsung dari obyeknya dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu dosen Universitas XYZ.

3.4. Peubah dan Pengukuran

Peubah gayut merupakan peubah yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah memahami dan membuat peubah gayut, menjelaskan variabilitasnya atau memprediksinya (Sekaran dan Bougie, 2010 : 70). Peubah gayut atau peubah Y merupakan peubah yang dipengaruhi oleh peubah lain. Peubah gayut adalah kepuasan dosen Universitas XYZ. Peubah bebas (Sekaran dan Bougie, 2010: 72) adalah peubah yang memengaruhi peubah gayut baik dalam cara yang positif atau yang negatif. Peubah bebas atau peubah X dalam penelitian ini adalah mutu layanan LA yang

berisikan X1 : kehandalan layanan, X2 : ketanggapan layanan, X3 : keterjaminan layanan, X4 : empati layanan dan X5 : keberwujudan layanan.

- a. X1 : Kehandalan layanan dioperasionalkan sebagai ketulusan petugas LA dalam membantu menyelesaikan masalah dosen, pemenuhan janji petugas LA terhadap dosen, penyampaian informasi mengenai perkuliahan & ujian, nilai serta penjadwalan kepada dosen.
- b. X2 : Ketanggapan layanan dioperasionalkan sebagai layanan yang cepat kepada dosen oleh petugas LA dalam hal perkuliahan & ujian, nilai serta penjadwalan maupun kesediaan petugas LA untuk membantu dosen kapan saja pada saat dibutuhkan.
- c. X3 : Keterjaminan layanan dioperasionalkan sebagai perilaku petugas LA memberikan keyakinan kepada dosen, keramahan dan kesopanan petugas LA terhadap dosen serta pengetahuan yang dimiliki oleh petugas LA dalam hal perkuliahan & ujian, nilai, dan penjadwalan.
- d. X4 : Empati layanan dioperasionalkan sebagai perhatian yang terpusat dari petugas LA terhadap dosen, jam operasional LA sesuai dengan kebutuhan dosen, serta petugas LA memahami kebutuhan dosen dalam hal perkuliahan & ujian, nilai serta penjadwalan.
- e. X5 : Keberwujudan layanan dioperasionalkan sebagai fasilitas fisik LA memberikan kesan yang baik, penampilan petugas LA yang rapi dan bersih, kebersihan ruang LA selalu terjaga serta desain ruang LA nyaman dan menarik.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Total kuesioner yang disebar adalah sebanyak 110 kuesioner. Total kuesioner yang kembali adalah 60 sedangkan yang diisi secara lengkap sehingga dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya adalah sebanyak 58 kuesioner. Jumlah responden 58 sudah memenuhi persyaratan minimum 30 orang (Sekaran dan Bougie, 2010: 296). Hasil pengisian kuesioner, yang menunjukkan keterangan kuesioner, jumlah kuesioner dan persentase atas hasil pengisian kuesioner disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Pengisian Kuesioner

Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
Kuesioner yang diisi lengkap	58	53%
Kuesioner yang tidak diisi secara lengkap	2	2%
Kuesioner yang tidak dikembalikan oleh responden	50	45%
Jumlah seluruh kuesioner	110	100%

Sumber: diolah

Dari total 58 kuesioner yang dapat dipakai tersebut kemudian dilakukan analisis deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai profil responden. Total responden perempuan sebanyak 27 responden (47%), sedangkan total responden laki-laki sebanyak 31 responden (53%).

Untuk sebaran responden berdasarkan rentang usianya, dari 58 responden, yang memiliki rentang usia 21-25 tahun sebanyak 6 orang, rentang usia 26-30 tahun sebanyak 18 orang, rentang usia 31-35 tahun sebanyak 11 orang, rentang usia 36-40 tahun sebanyak 10 orang, rentang usia 41-45 tahun sebanyak 7 orang, rentang usia 46-50 sebanyak 2 orang, dan rentang usia di atas 50 tahun sebanyak 4 orang. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden / dosen yang mengajar di strata satu Universitas XYZ rata-rata didominasi oleh dosen berusia 26-30 tahun.

Untuk sebaran berdasarkan pendidikan terakhir, dari 58 responden, dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 0, Sarjana S1 sebanyak 10 orang, Sarjana S2 sebanyak 48 orang, dan Sarjana S3 sebanyak 0 orang. Sedangkan untuk sebaran berdasarkan lama mengajar, dari 58 responden, yang mengajar di bawah 1 tahun akademik ada 15 orang, 1 tahun akademik 13 orang, 2

tahun akademik 5 orang, 3 tahun akademik 8 orang, 4 tahun akademik 5 orang, dan di atas 4 tahun akademik 12 orang. Profil responden berdasarkan lama mengajar dapat dilihat pada Gambar 5.

Untuk sebaran berdasarkan dosen binaan, dari 58 responden, terdapat dosen prodi Teknik Informatika 5 orang, Sistem Informasi 5 orang, Teknik Industri 2 orang, Desain Komunikasi Visual 7, Perhotelan 1, Mata Kuliah Umum 4, Matematika dan Statistika 2, Manajemen 5, Akuntansi 4, Bahasa dan Budaya China 5, Bahasa dan Budaya Inggris 6, Ilmu Komunikasi 10 orang, dan Psikologi 2 orang.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier berganda dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh peubah bebas terhadap peubah gayut ditinjau dari kualitas layanan (kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati dan keberwujudan). Pengujian dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 15.0.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Hasil dari uji t untuk uji hipotesis 1 sampai dengan 5 secara parsial dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan observasi sebanyak $n = 58$, menggunakan program aplikasi SPSS versi 15.0 disajikan dalam Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 tersebut, dapat dilihat bahwa hasil nilai *p-value* untuk indikator peubah kehandalan (X1) adalah sebesar 0,171 yaitu $>$ dari $\alpha = 5\% = 0.05$ sehingga untuk hasil Uji Hipotesis 1, H_a ditolak, sehingga H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan dosen. Asumsi peneliti terhadap pernyataan tersebut adalah karena dosen-dosen di Universitas XYZ tidak terlalu mementingkan janji yang diberikan oleh staf Layanan Akademik.

Sedangkan untuk indikator peubah ketanggapan (X2), nilai *p-value* seperti yang tersaji pada Tabel 5 adalah sebesar 0,020 yaitu $<$ dari $\alpha = 5\% = 0,05$. Maka untuk hasil Uji Hipotesis 2, H_0 ditolak, sehingga H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan dosen. Asumsi peneliti terhadap pernyataan tersebut adalah karena dosen-dosen di Universitas XYZ mementingkan pelayanan yang cepat dari Staf Layanan Akademik serta kesediaan membantu Staf Layanan Akademik.

Dan untuk indikator peubah keterjaminan (X3) nilai *p-value* seperti yang tersaji pada Tabel 5 adalah sebesar 0,015 yaitu $<$ dari $\alpha = 5\% = 0,05$. Maka untuk hasil Uji Hipotesis 3, H_0 ditolak, sehingga H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh keterjaminan terhadap kepuasan dosen. Asumsi peneliti terhadap pernyataan tersebut adalah karena dosen-dosen di Universitas XYZ mementingkan Staf Layanan Akademik untuk ramah, sopan dan memiliki pengetahuan yang cukup. Sedangkan untuk indikator peubah empati (X4) nilai *p-value* seperti yang tersaji pada Tabel 5 adalah sebesar 0,407 yaitu $>$ dari $\alpha = 5\% = 0,05$. Maka untuk hasil Uji Hipotesis 4, H_a ditolak, sehingga H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan dosen. Asumsi peneliti terhadap pernyataan tersebut adalah karena dosen-dosen di Universitas XYZ tidak terlalu mementingkan perhatian Staf Layanan Akademik dalam memenuhi kebutuhan khusus dosen.

Untuk indikator peubah keberwujudan (X5) nilai *p-value* seperti yang tersaji pada Tabel 5 adalah sebesar 0,329 yaitu $>$ dari $\alpha = 5\% = 0,05$. Maka untuk hasil Uji Hipotesis 5, H_a ditolak, sehingga H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh keberwujudan terhadap kepuasan dosen. Asumsi peneliti terhadap pernyataan tersebut adalah karena dosen-dosen di Universitas XYZ tidak terlalu mementingkan fasilitas fisik yang tampak di Layanan Akademik.

Tabel 3. Uji t Hipotesis Parsial

Model		Coefficients(a)						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,999	,436		2,289	,026		
	X1	-,199	,143	-,197	-1,388	,171	,365	2,736
	X2	,301	,125	,349	2,405	,020	,350	2,859
	X3	,447	,177	,444	2,520	,015	,237	4,216
	X4	,115	,138	,137	,835	,407	,273	3,669
	X5	,106	,108	,110	,984	,329	,587	1,703

a Dependent Variable: Y

Catatan:

X1 = Kehandalan

X2 = Ketanggapan

X3 = Keterjaminan

X4 = Empati

X5 = Keberwujudan

Kemudian untuk model persamaan regresi yang diperlukan untuk peramalan adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$\hat{Y} = 0,999 - 0,199X_1 + 0,301X_2 + 0,447X_3 + 0,115X_4 + 0,106X_5$$

Berdasarkan hasil regresi peubah kehandalan (X_1), didapat hasil koefisien regresi (B_1) sebesar -0,199 yang menurut uji-t nilai B_1 secara statistik sama dengan nol. Sedangkan hasil regresi peubah ketanggapan (X_2) menghasilkan nilai koefisien regresi (B_2) sebesar 0,301 berarti bila terjadi perubahan prediktor X_2 sebesar satu satuan, menyebabkan perubahan rata-rata kepuasan dosen sebesar 0,301 satuan dengan asumsi prediktor yang lainnya tetap / konstan.

Hasil regresi peubah keterjaminan (X_3) menghasilkan nilai koefisien regresi (B_3) sebesar 0,447. Nilai koefisien regresi (B_3) sebesar 0,447 yang berarti bila terjadi perubahan prediktor X_3 sebesar satu satuan, menyebabkan perubahan rata-rata kepuasan dosen sebesar 0,447 satuan dengan asumsi prediktor yang lainnya tetap / konstan.

Hasil regresi peubah empati (X_4) menghasilkan nilai koefisien regresi (B_4) sebesar 0,115. Nilai koefisien regresi (B_4) sebesar 0,115 yang berarti bila terjadi perubahan prediktor X_4 sebesar satu satuan, menyebabkan perubahan rata-rata kepuasan dosen sebesar 0,115 satuan dengan asumsi prediktor yang lainnya tetap / konstan.

Hasil regresi peubah keberwujudan (X_5) menghasilkan nilai koefisien regresi (B_5) sebesar 0,106. Nilai koefisien regresi (B_5) sebesar 0,106 yang berarti bila terjadi perubahan prediktor X_5 sebesar satu satuan, menyebabkan perubahan rata-rata kepuasan dosen sebesar 0,106 satuan dengan asumsi prediktor yang lainnya tetap / konstan.

Nilai koefisien regresi terbesar dihasilkan oleh keterjaminan, sehingga dapat dikatakan keterjaminan merupakan faktor yang dominan memengaruhi kepuasan dosen.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Dari nilai uji F tersebut akan diketahui salah satu hipotesis yang diterima, apakah H_0 atau H_a .

Adapun hasil dari proses uji F untuk hipotesis alternatif secara keseluruhan tersebut dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan banyaknya observasi $n = 58$ menggunakan program aplikasi SPSS versi 15.0 disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Uji F Hipotesis Keseluruhan

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,016	5	1,803	16,732	,000(a)
	Residual	5,604	52	,108		
	Total	14,621	57			

a Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X4, X3

b Dependent Variable: Y

Hasil dari pengujian F pada Tabel 4 menghasilkan nilai *p-significance* atau *p-value* pada uji F sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari $\alpha = 5\% = 0,05$. Yang berarti hasil dari pengujian secara bersama-sama, Hipotesis nol (H_0) ditolak, jadi terdapat pengaruh kualitas layanan (kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati dan keberwujudan) secara bersama-sama terhadap kepuasan dosen.

Analisis Koefisien Determinasi

Sedangkan analisis koefisien determinasi untuk keseluruhan peubah ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,785(a)	,617	,580	,32829	2,188

a Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X4, X3

b Dependent Variable: Y

Besarnya *R-value* yang ditunjukkan dari Tabel 7 adalah sebesar 0,785 yaitu lebih besar dari nilai kritis (0,5) yang disyaratkan dalam buku Supranto (2004: 58) yang menyatakan bahwa R merupakan koefisien korelasi berganda, untuk mengukur kuatnya hubungan beberapa peubah bebas X dengan Y. Sedangkan R^2 (koefisien determinasi berganda) dipergunakan sebagai uji ketepatan fungsi (*goodness of fit test*), makin besar nilainya (mendekati 1) makin bagus untuk meramalkan. Sehingga nilai $R = 0,785$ pada Tabel 5 mengindikasikan bahwa korelasi antara kelima peubah bebas (kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati, dan keberwujudan) dengan kepuasan dosen adalah kuat.

Sedangkan *adjusted R Square* pada Tabel 5 mengindikasikan bahwa 58% variasi kepuasan dosen dapat dijelaskan dengan variasi kelima peubah bebas (kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati, dan keberwujudan). Sedangkan sisanya 42% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ogunnaike & Olaleke O (2010) di mana faktor ketanggapan dan keterjaminan yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen serta Syed Saad Andaleeb dan Carolyn Conway (2006) di mana faktor ketanggapan yang paling penting menurut pelanggan. Hal ini diperkirakan karena pelanggan

membutuhkan pelayanan yang cepat dan kesediaan untuk membantu (ketanggapan) serta keramahan dan kesopanan, pengetahuan yang cukup dari para penyedia layanan (keterjaminan) dalam menyediakan layanan jasa bagi para pelanggan. Hasil uji hipotesis berbeda dengan hasil penelitian Gretel Griselda dan Tagor Muda Panjaitan (2007) di mana faktor empati yang paling berpengaruh terhadap kepuasan diperkirakan karena karakteristik responden yang berbeda di mana konsumen restoran mungkin lebih mementingkan perhatian yang terpusat dan dipahami kebutuhannya secara khusus oleh para penyedia layanan. Hasil uji hipotesis juga berbeda dengan hasil penelitian I Gusti Ayu Made Srinadi dan Desak Putu Eka Nilakusmawati (2008) di mana faktor kehandalan memberikan pengaruh dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan diperkirakan karena karakteristik responden yang berbeda di mana mahasiswa mungkin lebih mementingkan janji ditepati sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan serta penyampaian informasi-informasi yang berkaitan dengan mahasiswa oleh para penyedia layanan.

Berdasarkan pada analisis regresi berganda, di mana hipotesis tersebut diuji, maka peneliti merumuskan jawabannya bahwa mutu pelayanan Layanan Akademik berpengaruh terhadap kepuasan dosen di Universitas XYZ. Dalam hal ini, faktor kehandalan, empati dan keberwujudan tidak menjadi elemen penting bagi dosen Universitas XYZ karena jika ditinjau dari perumusan masalah sebelumnya mengenai pernyataan menyangkut kehandalan, empati dan keberwujudan maka dari hasil analisis regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan, empati dan keberwujudan dengan kepuasan dosen di Universitas XYZ. Berdasarkan pada analisis regresi berganda, ditemukan bahwa faktor ketanggapan dan keterjaminan berpengaruh terhadap kepuasan dosen. Hal ini berarti dosen-dosen lingkup akademik S1 di Universitas XYZ lebih mementingkan pengetahuan dan kesopanan, pelayanan yang cepat serta kesediaan membantu dari para staf Layanan Akademik.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini masih menggunakan analisis regresi linear berganda dengan *tool* analisis SPSS. Untuk agenda penelitian mendatang, masih perlu ditambahkan peubah-peubah lain yang dapat memengaruhi kepuasan dosen terhadap mutu layanan dari bagian Layanan Akademik

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan, bahwa:

Sebagian besar responden dosen Universitas XYZ berjenis kelamin laki-laki, paling banyak berada di rentang usia 26-30 tahun, berpendidikan terakhir S2, dosen binaan Ilmu Komunikasi dan lama mengajar adalah di bawah 1 tahun akademik. Terdapat pengaruh faktor kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati, dan keberwujudan secara bersama-sama terhadap kepuasan dosen Universitas XYZ. Secara parsial, didapatkan bahwa faktor kehandalan, empati dan keberwujudan tidak berpengaruh terhadap kepuasan dosen, sedangkan faktor kehandalan dan keterjaminan berpengaruh terhadap kepuasan dosen. 58% variasi kepuasan dosen dapat dijelaskan dengan variasi kelima peubah bebas (kehandalan, ketanggapan, keterjaminan, empati, dan keberwujudan). Sedangkan sisanya 42% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Andaleeb, S.S., dan Conway, C. (2006). Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: An Examination of the Transaction-Specific Model. *Journal of Services Marketing Volume 20 Number 1*.
- Cravens, D.W., dan Piercy, N.F. (2009). *Strategic Marketing, 9th Ed.* New York : McGraw-Hill/Irwin
- Fitzsimmons, J.A., dan Fitzsimmons, M.J. (2008). *Service Management, 6th Ed.* New York : McGraw-Hill/Irwin
- Griselda, G., dan Panjaitan, T.M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 2 No. 1*.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2009). *Marketing Management, 13th Ed.* New Jersey : Pearson Education Inc.
- Lovelock, C., dan Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy, 7th Ed.* Essex : Pearson Education Limited
- Ogunnaike dan Olaleke, O. (2010). Assessing the Relationship between Service and Customer Satisfaction; Evidence from Nigerian Banking Industry. *Global Journal of Management and Business Research Vol. 10 Issue 3 (Ver 1.0)*.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavior, 9th Ed.* New Jersey : Pearson Education Inc.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 5th Ed.* West Sussex : John Wiley & Sons Ltd
- Srinadi, I.G.A.M., dan Nilakusmawati, D.P.E. (2008). Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Fakultas sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana). *Cakrawala Pendidikan Th. XXVII No. 3*.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan – Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat : Arti dan Interpretasi. Ed.1*. Jakarta : PT Asdi Mahasatya
- Supranto, J., dan Limakrisna, H.N. (2009). *Statistika untuk Penelitian Pemasaran dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Supranto, J., dan Limakrisna, H.N. (2010). *Statistika Ekonomi & Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Zeithaml, V.A., dan Bitner, M.J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 3rd Ed.* , New York : McGraw-Hill/Irwin

Lampiran Grafik Profil Responden

