

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PRODI SARJANA MANAJEMEN
UNIVERSITAS PAMULANG**

Fadillah

Assiten Ahli Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

dosen unpam, email : dosen02197@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah seperti berikut: Untuk mengetahui kesan kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelajar di Universiti Pamulang. Kaedah yang digunakan dalam kajian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, sedangkan menurut Sugiyono (2012: 147), adalah "kaedah yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penyelidikan tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Teknik yang digunakan adalah kebarangkalian pengambilan sampel dengan menggunakan kawasan persampelan (cluster sampling). Sebab penggunaan teknik persampelan ini sekiranya didapati bahawa objek atau responden yang dikaji sangat luas. Setelah memilih sampel terkecil, maka sampel rawak dipilih. Kualiti perkhidmatan memberi kesan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelajar. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa aritmetik t adalah 1.976 lebih besar daripada t jadual 2.00 dengan nilai sig 0.000 < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang bermaksud bahawa kualiti perkhidmatan memberi kesan positif dan signifikan terhadap pemboleh ubah kepuasan pelajar.

Kata Kunci : Kualiti Pelayanan, Kepuasan

ABSTRACT

The purpose of this study is as follows: To determine the effect of service quality on student satisfaction at Pamulang University. Quantitative descriptive method according to Sugiyono (2012:147), is "the method used to describe or analyze a research result is not used to make broader conclusions". Quantitative methods carried out through a correlational approach are used for the process of testing the research hypothesis, namely the extent to which variations in one root are related to other root variations. The technique used is probability sampling by using area sampling (cluster sampling). This sampling technique is used when the object under study is very broad. After selecting the smallest sample, then a random sample is selected. Service quality has a positive and significant effect on student satisfaction. The results of this study indicate that t arithmetic 19.762 is greater than t table 2.00 with a sig value of 0.000 < 0.05, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Which means that the quality of service has a positive and significant effect on the student satisfaction variable.

Keywords: service quality, satisfaction

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan "dunia" pendidikan menuntut kualiti sumber manusia yang

kompeten. Institusi pendidikan berusaha "memberikan perkhidmatan yang berkualiti dan infrastruktur yang mencukupi" agar sesuai dengan apa yang

diharapkan oleh para pelajar. Keupayaan Pengajian Tinggi "untuk pencapaian kualiti graduan yang cekap dan kreatif dalam bidangnya juga menjadi kebanggaan" untuk kejayaan universiti itu sendiri. "Program aktiviti yang dibuatnya dapat dibuktikan dengan kualiti hasil pendidikan dilihat oleh semua pelajar. Bukti pencapaian, penilaian, pensijilan kompetensi, kejayaan alumni dalam memperoleh pekerjaan yang menjadi penanda aras kejayaan pendidikan tinggi yang akan dikenali oleh semua lapisan masyarakat. Untuk mengekalkan persaingan di tengah-tengah perniagaan pendidikan yang semakin pelbagai, universiti harus memberi perhatian kepada kualiti perkhidmatan yang diberikan kepada pelajar. Pelajar supaya pelajar ini merasa puas dan merasa dijaga oleh institusi pendidikan, agar pelajar tidak kecewa sehingga skala untuk melamar pelajar baru sangat terbuka. Pelajar akan merasa gembira sekiranya kritikan dan cadangan mereka diterima oleh pihak universiti dan pihak universiti segera memperbaikinya. Dengan tindak balas universiti yang sangat pantas dalam meningkatkan kualiti perkhidmatan kepada pelajar, pelajar mesti sangat menghormati universiti. Keupuasan pelajar adalah kunci kejayaan universiti agar universiti dapat bersaing dengan pesaingnya.

Di samping itu, keupuasan pelajar juga merupakan parameter yang sangat penting bagi universiti agar perniagaan dapat terus berkecualan. Walau bagaimanapun, keupuasan pelajar juga bergantung pada keputusan universiti untuk mengambil tindakan pembetulan dalam perkhidmatan yang akan memberi kesan kepada membina dan mengikat kesetiaan pelajar.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), keupuasan pengguna adalah tahapan perasaan seseorang setelah membandingkan pencapaian atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pengguna dapat mengalami salah satu dari tiga tahap keupuasan umum, yaitu jika

kinerja di bawah harapan, pengguna akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. pelanggan akan merasa sangat puas, senang atau puas. bergairah. Sedangkan menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah keupuasan pelanggan. Petunjuk keupuasan pengguna dapat dilihat dari:

1. *Re-purchase* : beli semula, pelanggan yang menjadi pelanggan akan kembali ke syarikat untuk mencari barang / perkhidmatan.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth*: Dalam kes ini, pelanggan akan mengatakan perkara baik mengenai syarikat itu kepada orang lain.
3. Menciptakan Citra Merek: Pelanggan akan memperhatikan jenama dan iklan produk pesaing.
4. Menciptakan Keputusan pembelian di syarikat yang sama: Beli produk lain dari syarikat yang sama.

Dari pernyataan "di atas dapat diambil kesimpulan pada kualiti perkhidmatan" yang mempengaruhi keupuasan mahasiswa, mulai dari realibilitas, ketanggapan, jaminan, empati hingga keupuasan mahasiswa sehingga memberikan dampak terhadap universitas.

Tabel 1 Mahasiswa Unpam

Data Statistik Mahasiswa Prodi Sarjana Manajemen Tahun 2020		
Mahasiswa Prodi Lainnya	Mahasiswa Prodi Sarjana Manajemen	Total Mahasiswa Aktif
48.000	22.000	70.000

Sumber: Staf Prodi Manajemen tahun 2020

Berdasarkan pada tabel di atas, jumlah mahasiswa aktif berjumlah sekitar 22.000 di prodi sarjana manajemen pada tahun 2020.

Tabel 2 Keluhan Mahasiswa Prodi Sarjana Manajemen

Data Keluhan Mahasiswa Prodi Manajemen Tahun 2020		
No.	Jenis Keluhan	Alasan keberatan Mahasiswa
1.	Pembayaran melalui loket dan antri	Karena tidak melakukan pembayaran melalui ATM
2.	Pelayanan yang kurang ramah di ruang loket pembayaran	Harusnya Staf loket pembayaran ramah terhadap mahasiswa
3.	Kebersihan toilet kurang memadai	Alasan protokol kesehatan
4.	Kebersihan kantin dan fasilitas kurang diperhatikan	Kenyamanan dan fasilitas bangku di kantin tidak memadai
5.	Ruang kelas ada beberapa tidak menggunakan AC	Mahasiswa merasa kurang nyaman dengan suhu udara yang panas

Sumber: Mahasiswa Prodi Manajemen tahun 2020

Berdasarkan Tabel 2 tampak bahwa Data keluhan mahasiswa prodi sarjana manajemen secara spesifik memang penulis tidak memiliki jumlah statistik secara rinci karena terkait privasi data, namun sejumlah keluhan di atas cukup menjadi keberatan mahasiswa akhir-akhir ini yang jika tidak dikendalikan dengan baik maka akan menjadi boomerang bagi pihak prodi sarjana manajemen, baik jangka pendek dan jangka panjang. Jika dalam perkhidmatan menyediakan hubungan memuaskan atau hubungan kebutuhan bagi mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian di Prodi Sarjana Manajemen terlihat bahwa kebersihan diruang toilet dan kantin serta di setiap ruangan kelas masih ada yang tidak memakai AC, ruang parkir yang terbatas.

Atas dasar penjelasan yang dijabarkan sebelumnya, penulis berminat untuk mengambil penelitian yang bertajuk **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Prodi Sarjana Manajemen Universitas Pamulang”**.

B. Rumusan Masalah.

Merangkum dari pembahasan sebelumnya, penulis mencatat perumusan masalah dibawah ini:

1. Bagaimana kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelajar di Universitas Pamulang?

C. Tujuan Penelitian

Setelah membuat rumusan dan analisis masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, kajian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kesan kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelajar di Universiti Pamulang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono **“(2014:268),”** kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang

diharapkan oleh pelanggan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen. Menurut Tjiptono dalam bukunya (2012:41), kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk atau barang, jasa, manusia atau manusia, proses atau pengolahan dan lingkungan (environment) yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. atau konsumen. sehingga pengertian kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

Kualiti perkhidmatan adalah perkhidmatan yang diharapkan (perkhidmatan yang diharapkan) dan perkhidmatan yang dirasakan (perkhidmatan yang diterima).

Sekiranya perkhidmatan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, maka perkhidmatan tersebut dikatakan baik atau positif. Sekiranya perkhidmatan yang dirasakan melebihi perkhidmatan yang diharapkan, maka kualiti perkhidmatan dianggap sebagai kualiti yang ideal. Sebaliknya, jika perkhidmatan yang dirasakan lebih buruk daripada perkhidmatan yang diharapkan, maka kualiti perkhidmatan dianggap negatif atau buruk. Oleh itu, sama ada kualiti perkhidmatan baik atau tidak bergantung pada kemampuan syarikat dan kakitangannya untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

2. Indikator Kualitass Pelayanann

Menurut Tjiptono (2017:159) ada ada lima dimensi kualiti perkhidmatan yang dijabarkan sesuai tingkatnya sebagai berikut :

- a. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan syarikat untuk memberikan perkhidmatan yang tepat pada kali pertama.
- b. Reliability (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan syarikat untuk memberikan perkhidmatan yang

dijanjiikan dengan tepat sejak pertama kali.

- c. Tanggungjawab, mengenai kesediaan dan kemampuan penyedia perkhidmatan untuk membantu pelanggan dan segera memenuhi permintaan mereka.
- d. Jaminan, berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan pekerja di mana kemampuan individu untuk menumbuhkan kepercayaan atau keyakinan diri.
- e. Empati, yang bermaksud bahawa syarikat memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, dan memberikan perhatian peribadi kepada pelanggan dan mempunyai waktu operasi yang selesa.
- f. Bukti fizikal (tangibles), yang berkaitan dengan penampilan fizikal kemudahan perkhidmatan, peralatan, sumber manusia, dan bahan komunikasi syarikat.

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014:353) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan persepsi atau tanggapannya terhadap prestasi yang berada di bawah jangkaan, pelanggan tidak berpuas hati. Namun, sekiranya prestasi melebihi jangkaan, pelanggan sangat berpuas hati dan gembira. Sekiranya prestasi yang dirasakan berada di bawah jangkaan, pelanggan akan merasa kecewa, jika prestasi memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika prestasi melebihi jangkaan, pelanggan akan merasa sangat puas.

Selain itu, kepuasan Selain itu, kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk pendapatan masa depan (Fornell, dalam Kotler & Keller, 2012). Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan

pelanggan lama juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian terhadap kepuasan pelanggan menurut Fornell & Wenerfelt, dikutip dalam buku pemasaran jasa (Fandy Tjiptono, 2014: 353) .

2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014:368) dimensi kepuasan pelanggan adalah:

a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan.

Dalam konsep ini, cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung bertanya kepada pelanggan betapa puasny mereka dengan produk atau perkhidmatan syarikat. Penilaian termasuk mengukur tahap kepuasan pelanggan dengan produk dan / atau perkhidmatan syarikat dan membandingkannya dengan tahap kepuasan pelanggan dengan syarikat yang bersaing.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, kenal pasti dimensi utama kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan / atau perkhidmatan syarikat. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan / atau perkhidmatan syarikat pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

c. Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectations*).

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian / ketidakcocokan antara harapan pelanggan dengan prestasi produk / perkhidmatan syarikat.

d. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*).

Dalam konsep ini, caranya adalah dengan bertanya kepada pelanggan secara langsung sama ada membeli produk atau menggunakan perkhidmatan syarikat lagi.

- e. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*).
Kesiediaan pelanggan untuk mengesyorkan produk / perkhidmatan kepada rakan atau keluarga menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam hal pembelian produk / perkhidmatan yang pembelian berulang agak lama.
- f. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*).
Ketidakpuasan pelanggan merangkumi aduan, pengembalian produk, kos jaminan, penarikan balik produk (pengeluaran produk dari pasaran), mulut ke mulut negatif, dan pembelotan (pengguna yang beralih kepada pesaing).

C. Hubungan Kualiti Pelayanan Terhadap Kepuasan

Perkhidmatan berkualiti memainkan peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, kualiti memberi dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan syarikat. Dalam jangka masa panjang, bil ini membolehkan syarikat memahami kehendak pelanggan dengan teliti. Kepuasan kualiti dan perkhidmatan, menurut Tjiptono dalam Setyaji (2015:3) memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualiti memberi dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan syarikat.

D. Hipotesis Penelitian

Berikut di bawah ini dugaan sementara yang dapat dihasilkan dari penelitian berdasarkan paparan sebelumnya di latarbelakang, *mindmap* maupun kajian teori:

H₀: Tidak ada kesan kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelajar prodi sarjana manajemen Universitas Pamulang

H_a: Terdapat pengaruh kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan

pelajar prodi sarjana manajemen Universitas Pamulang.

III. METODE PENELITIAN

Penyelidikan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelajar dalam program pengajian sarjana pengurusan. Dalam hal ini, objek kajian adalah Universiti Pamulang yang terletak di Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten.

Dengan menggunakan Metode penelitian kuantitatif, peneliti menguji sampel dari populasi, menganalisa data statistik untuk menguji dugaan sementara.

Dalam kajian ini, semua subjek atau objek diperiksa sehingga dapat disebut sampel. Populasi dalam kajian ini adalah pelajar Program Pengajian Pengurusan S1 di Universiti Pamulang untuk tempoh 2019 hingga 2020. Kajian ini menggunakan teknik Incidental Sampling, yang merupakan teknik persampelan berdasarkan peluang, iaitu sesiapa sahaja yang secara kebetulan / kebetulan bertemu dengan penyelidik. boleh digunakan sebagai sampel jika dianggap bahawa orang yang kebetulan ditemui sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2013:124), sehingga sampel yang digunakan dalam kajian ini adalah pelajar yang kebetulan datang dan bertemu dengan penyelidik di program pengajian pengurusan. Universiti Pamulang. Jumlah sampel dalam kajian ini ditentukan, berdasarkan formula Slovin yang dikutip oleh Umar (2005), sebagai berikut: $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = sampling eror (10%)

Kajian ini menggunakan skor dalam bentuk skala Likert.

Tabel 4

Skala Likert

Alternatif Jawaban	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

Universiti Pamulang atau diperbadankan dalam Yayasan Kumpulan Sasmita Jaya ditubuhkan pada tahun 2000 oleh Yayasan Prima Jaya yang dipengerusikan oleh Drs. Wayan. Walau bagaimanapun, kerana mereka tidak dapat menangani Yayasan Prima Jaya dalam menguruskan Universiti, mereka memindahkannya ke Yayasan Kumpulan Sasmita Jaya pada awal tahun 2005. Setelah menukar pengurusan, matlamat yang ingin dicapai oleh Universiti Pamulang juga berubah.

B. Penemuan dan Pembahasan

1. Validity Test

Uji validitas dilakukan untuk melihat seberapa besar akurasi alat-hitung berupa kuisioner sebagai instrumentasi penelitian dapat menghitung secara valid sesuai dengan keadaan sebenarnya. Berdsarakan pada nilai r-tabel dengan kondisi jumlah populasi sekaligus sample penelitian sebanyak 100 orang maka nilai df = 100, dengan signifikansi 5%, mala nilai r-tabel sama dengan 0,196. Perbandingan r-hitung dengan r-tabel jika lebih besar dari r-tabel, maka nilainya valid, sementara jika r-hitung lebih kecil drpd r-tabel maka tidak valid, dan pernyataan tersebut harus diubah atau diganti dengan pernyataan lain.

Fungsi darinya adalah untuk menguji setiap pernyataan soal selidik

atau instrumen yang diukur untuk menentukan kesahan suatu data .

Formula Product Moment:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Note:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ =Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Indikator	Item	Item	r tabel	Ki
Kemudahan (reliability)	1	0,846	0,196	
	2	0,910	0,196	
	3	0,857	0,196	
Cepat tanggap (responsibility)	4	0,858	0,196	
	5	0,946	0,196	
	6	0,910	0,196	
Jaminan (assurance)	7	0,946	0,196	
	8	0,921	0,196	
	9	0,913	0,196	
Empati (empathy)	10	0,936	0,196	
	11	0,893	0,196	
	12	0,885	0,196	
Berwujud (tangibles)	13	0,824	0,196	
	14	0,732	0,196	
	15	0,659	0,196	
Word of mouth	16	0,818	0,196	Valid
	17	0,888	0,196	Valid
	18	0,725	0,196	Valid
Citra Merek	19	0,879	0,196	Valid
	20	0,798	0,196	Valid
	21	0,791	0,196	Valid
Kepuasan	22	0,722	0,196	Valid
	23	0,846	0,196	Valid
	24	0,826	0,196	Valid
Keseluruhan	25	0,888	0,196	Valid
	26	0,782	0,196	Valid

Hasil pengiraan ujian kesahan seperti jadual keputusan kesahan sebelumnya menunjukkan bahawa keseluruhan rcount lebih besar daripada nilai rtable (0.1832). Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa pernyataan dalam tinjauan ini adalah sah dan dapat digunakan sebagai instrumen kajian.

2. Pengujian Reliabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas dijelaskan di bawah ini .

Tabel 6 Hasil Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas		
Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,976	Reliabel
Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,966	Reliabel

Dari hasil uji Kebolehppercayaan, nilai *Cronbach alpha* untuk semua pemboleh ubah adalah > dari 0,600. Ini sesuai dengan Sugiyono (2013) dalam perbincangannya, di mana semua nilai *Cronbach Alpha* yang dikira adalah > 0,60 dan ini bermaksud bahawa semua data boleh dipercayai.

Tabel 9 Hasil Uji Partial t

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	7.792	2.259	3.414	
	Kualiti Pelayanan	.532	.022	24.259	.000 ^a

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa
Sumber: data hasil olah SPSS 22

Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan Jadual 9, dapat dilihat bahawa nilai t-count pada pemboleh ubah *Quality Service* (X1) lebih besar daripada nilai t-table (3.414 > 1.976) dengan nilai signifikansi pemboleh ubah *Quality Service* (X) 0.001 < 0.05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang bermaksud bahawa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualiti Perkhidmatan terhadap Kepuasan Pelajar.

3. Pengaruh Secara Bersamaan (Simultaneous)

Uji pengaruh secara bersama atau simultan, dengan kata lain Uji F mnejelaskan ada atau tidaknya signifikansi hasil analisis regresi. Disini digunakan signifikansi 5% atau 0,05; dimana jika nilai sig. lebih besar daripada 0,05 maka H_0 nol ditolak dan H_a diterima

Tabel 10 Hasil Uji Simultan F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	392.622	2	196.311	20.290	.000 ^b
Residual	503.124	52	9.675		
Total	895.745	54			

a. Dependent Variable: Kinerja
b. Predictors: (Constant), Pengalaman_Kerja, Lingkungan_Kerja

Berdasarkan Jadual 10, dapat dilihat bahawa nilai signifikansi adalah 0.000 < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat dinyatakan bahawa persekitaran kerja dan pengalaman

kerja bersama-sama mempengaruhi prestasi pekerja .

4. Koefisien Determinasi

Koefisiensi Determinasi dipakai untuk mntentukan besaar peengaruh antar variabel bebas ke variabel terikat.

Tabel 11 Koef Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.799	.787	6.23701

a. Predictors: (Constant), Kualiti Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Nilai *R Square* kualitas pelayanan (X) adalah 0.799 atau 79% yang berarti besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 79

V. KESIMPULAN & SARA N

A. Kesimpulan

Perkara-perkara berikut dapat disimpulkan oleh penyelidik berdasarkan analisis yang dilakukan sebelumnya:

1. Kualiti perkhidmatan memberi kesan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelajar. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa aritmetik t adalah 1.976 lebih besar daripada t jadual 2.00 dengan nilai sig 0.000 < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang bermaksud bahawa kualiti perkhidmatan memberi kesan positif dan signifikan terhadap pemboleh ubah kepuasan pelajar.

B. Saran

Berdasarkan dapatan kajian, perbincangan dan kesimpulan. Penulis memberikan beberapa cadangan agar Universiti Pamulang dipertimbangkan dan menjadi input bagi syarikat seperti berikut :

1. Poin terendah pada indikator Berwujud pernyataan Lahan parkir terawat dengan baik dan dimanfaatkan oleh mahasiswa dengan maksimal dengan skor 3,11. Oleh karena itu hendaknya lahan parkir untuk prodi sarjana manajemen lebih diperluas lagi dengan tambahan pelindung atap.

2. Indikator Keputusan Pembelian dengan pernyataan Harapan Saya menjadi lebih mandiri dan berprestasi ketika memutuskan kuliah di UNPAM dengan skor 2,95. Hendaknya UNPAM memperbaiki kualitas pendidikan serta mencetak lulusan yang siap kompetensi dengan daya saing unggul untuk kedepannya.

Bagi Peneliti Selanjutnya

1.1 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan dapatan, kesimpulan dan cadangan, penulis mencadangkan untuk menambahkan pemboleh ubah bebas yang lain selain kualiti perkhidmatan sebagai pemboleh ubah bebas yang boleh mempengaruhi pemboleh ubah bersandar, iaitu kepuasan pelajar untuk menyelesaikan penyelidikan kerana masih terdapat banyak pemboleh ubah bebas lain di luar penyelidikan yang boleh mempengaruhi kepuasan pelajar.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FIRMAN DEKORASI (WEDDING ORGANIZER). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).

Kotler, P., & Keller, K. 2016. Edisi 13. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Pasaribu, V. L. D. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK CITRA (Studi Kasus Carrefour Pamulang,

Tangerang Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4).

Pasaribu, V. L. D., & Prayoga, M. Y. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77-83.

Pasaribu, V. L. D. PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN DE' COST GIANT PAMULANG SQUARE TANGERANG SELATAN. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.

Pasaribu, V. L. D. P. D. (2018). PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN KARTU FLEXI PT. TELEKOMUNIKASI SELULER (TELKOMSEL) JAKARTA (Studi kasus Produk Kartu Flexi Pt. Telkomsel. Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).

PASARIBU, V. L. D. (2017). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE (Studi Kasus TIP TOP Ciputat, Tangerang Selatan). *Inovasi*, 4(2).

Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique.

Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah Pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 121-135.

Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Afabeta.

Sujarweni, Wiratna. V. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.

Tjiptono, Fandy. 2011. *“Pemasaran Jasa”*, Malang : Bayumedia.

_____. 2012. *“Pemasaran Strategik” Edisi II*. Yogyakarta : Andi.

_____. 2014. *“Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian” Edisi I*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Quality, and Customer Satisfaction. Edisi Tiga*. Yogyakarta.

_____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.

Yamit, Zulian. 2016. *“Manajemen Kualitas Produk dan Jasa”*, Edisi pertama Cetakan keenam. Yogyakarta : Kampus UII.

Siswanto, Sabit & Daniel Widjaja. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Daya Daihatsu Puri Kembangan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Vol. 12 No.2.

Sholeha, Ludvivyatus, Djaja, Sutrisno, & Joko Widodo. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan PT. AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Ekonomi, dan Ilmu Sosial ISSN 1907-9990 Volume 12 No.1.

Panjaitan, Januar Efendi & Yuliati, Ai Lili. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol.11 No.2

Nilasari, Eswika & Istiatin. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*. Jurnal Paradigma ISSN : 1693-0827 Vol.13, No.1