

■ Laporan Penelitian Individual

SURVEY

KEPUASAN MAHASISWA

Terhadap Pelayanan IAIN Walisongo

Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1003



Dibiayai dengan Anggaran DIPA
IAIN Walisongo
Tahun 2014

LP2M ■



**LAPORAN
PENELITIAN INDIVIDU KOMPETITIF**

**SURVEY KEPUASAN MAHASISWA
TERHADAP PELAYANAN IAIN WALISONGO**



Oleh:
Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP: 19690709 199403 1003

**DIBIAYAI DENGAN ANGGARAN DIPA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
TAHUN 2014**



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT**

Jl. Walisongo No. 3-5 Telp./Fax.7615923 Semarang 50185

SURAT KETERANGAN

No. In.06.0/P.1/TL.01/661/2014

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Walisongo Semarang, dengan ini menerangkan bahwa penelitian Individual yang berjudul:

Survey Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan IAIN Walisongo

adalah benar-benar merupakan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh:

Nama : Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP : 19690709 199403 1003
Pangkat/Jabatan: Pembina Utama Muda (IV/c)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 14 Agustus 2014
Ketua,



Dr. H. Sholihan, M. Ag.
NIP. 19600604 199403 1004

ABSTRAK

Untuk mewujudkan visi dan misi IAIN Walisongo perlu mendapat perhatian adalah mempertimbangkan aspek kepuasan mahasiswa. Pentingnya perhatian khusus pada kepuasan mahasiswa juga dilandasi kesadaran IAIN Walisongo akan semakin ketatnya ancaman persaingan dengan perguruan tinggi yang membuka program sejenis. Oleh karena itu, diperlukan informasi berupa survai pengukuran kepuasan mahasiswa dalam rangka pengembangan kualitas pelayanan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hasil survai pengukuran kepuasan mahasiswa dapat memberikan sumbangan pemikiran yang positif bagi IAIN Walisongo dalam mewujudkan institusi yang kredibel dan dipercaya masyarakat.

Dilaksanakannya penelitian tentang survey kepuasan mahasiswa adalah untuk mempelajari cara-cara memperbaiki mutu dan meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan di IAIN Walisongo.

*Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness, reliability, emphaty, assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari customer dalam hal ini mahasiswa. Rata-rata indeks kepuasan mahasiswa IAIN Walisongo secara keseluruhan adalah sebesar 3.174 dan angka ini berada pada zona kepuasan cukup atau sedang.*

*Kelima dimensi untuk mengukur kepuasan mahasiswa yaitu *responsiveness, reability, emphaty, assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan cukup. Hanya, pada dimensi *tangibles*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya.*

Kata Kunci : Kepuasan, Pelayanan

KATA PENGANTAR

Penelitian berjudul "Survey Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan IAIN Walisongo " adalah salah satu penelitian yang berangkat dari permasalahan tentang bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan di IAIN Walisongo dalam upaya meningkatkan mutu yang berbasis kualitas pelayanan dan kualitas kinerja *good university governance*. Sumbangan kecil dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan dan memicu semangat bagi para peneliti untuk memperbaiki mutu dan meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan di IAIN Walisongo.

Bersamaan dengan selesainya laporan penelitian ini, kami sampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut membantu terealisasinya penyusunan laporan penelitian ini, terutama:

1. Rektor IAIN Walisongo Semarang
2. LP2M IAIN Walisongo yang telah membiayai dan memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian.
3. Serta pihak-pihak yang membantu kelancaran penelitian ini yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

Terakhir, kami berharap semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia akademis.

Semarang, September 2014

Peneliti

Dr. H. Musahadi, M.Ag.

DAFTAR ISI

- HALAMAN JUDUL ~ i
SURAT KETERANGAN ~ iii
ABSTRAK ~ iv
KATA PENGANTAR ~ v
DAFTAR ISI ~ vi
- BAB I PENDAHULUAN ~ 1
- A. Latar Belakang Masalah ~ 1
 - B. Perumusan Masalah ~ 5
 - C. Tujuan Penelitian ~ 6
 - D. Manfaat Penelitian ~ 6
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA ~ 9
- A. Pendahuluan ~ 9
 - B. *Service Quality* (Kualitas Jasa) ~ 12
 - C. Kepuasan (*Satisfaction*) ~ 16
 - D. Konsep Kepuasan Mahasiswa ~ 28
 - E. Analisis Kesenjangan atau Gap ~ 32
 - F. Pengukuran Kepuasan Pelanggan ~ 37
 - G. Kerangka Pemikiran ~ 39
- BAB III METODE PENELITIAN ~ 41
- A. Tipe Penelitian ~ 41
 - B. Populasi dan Sampel ~ 41
 - C. Variabel Penelitian ~ 45
 - D. Instrumen Kepuasan Mahasiswa ~ 48
 - E. Pengolahan dan Analisis Data ~ 48
- BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ~ 51
- A. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Pengukuran Kepuasan ~ 51
 - B. Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa ~ 51
 - 1. Karakteristik Responden ~ 51
 - 2. Indeks Kepuasan mahasiswa ~ 55

BAB V PENUTUP ~ 77

A. Kesimpulan ~ 77

B. Saran ~ 80

DAFTAR PUSTAKA ~ 83

LAMPIRAN-LAMPIRAN ~ 91

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Isu utama dalam peningkatan mutu Perguruan Tinggi Islam (PTI) adalah peningkatan kompetensi dan profesionalisme pendidik dan tenaga kependidikan untuk mencapai visi dan misi PTI melalui meningkatkan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan melalui standar kualifikasi pendidikan, peningkatan kompetensi serta profesionalisme. Sehingga PTI dituntut untuk meningkatkan mutu pendidikan yang mampu menghasilkan lulusan yang unggul dalam mengintegrasikan keilmuan dengan nilai keislaman, dilandasi penyelenggaraan pendidikan yang selaras dengan prinsip *good governance*, terintegrasi dengan pembinaan kepribadian, dan pengembangan jaringan akademis. Serta diharapkan dapat meningkatkan kualitas manajerial dan tata kelola PTAI yang Islami berdasarkan prinsip akuntabilitas, transparansi, dan efisiensi dalam kerangka peningkatan mutu pendidikan PTI yang

memberi kontribusi pada pembangunan pendidikan nasional dan mewujudkan bangsa yang berdaya saing.

Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo merupakan salah satu institusi PTI yang memiliki komitmen yang tinggi untuk menghasilkan pendidikan yang bermutu. Hal ini terlihat dari keseriusan semua komponen penyelenggara (mulai dari karyawan, dosen, sampai kepada fungsionaris/pengurus struktural) pendidikan untuk terus meningkatkan mutu pelayanan pendidikan. Adapun Visi yang diemban IAIN Walisongo adalah menjadi pusat pengembangan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner yang unggul dan kompetitif. Untuk menuju visi tersebut, maka salah satu misi yang diemban IAIN Walisongo adalah memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakat melalui menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman yang memiliki keunggulan dan daya saing internasional, melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

Untuk mewujudkan visi dan misionaris tersebut yang perlu mendapat perhatian adalah mempertimbangkan aspek kepuasan mahasiswa. Pentingnya perhatian khusus pada kepuasan mahasiswa juga dilandasi kesadaran IAIN Walisongo akan semakin ketatnya ancaman persaingan dengan perguruan tinggi yang membuka program sejenis. Oleh karena itu, diperlukan informasi berupa survei pengukuran kepuasan mahasiswa dalam rangka pengembangan kualitas pelayanan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hasil survei pengukuran kepuasan mahasiswa dapat memberikan sumbangsan pemikiran yang positif bagi IAIN Walisongo dalam mewujudkan institusi yang kredibel dan dipercaya masyarakat.

Berdasarkan data EMIS tahun 2012 (Tabel 1) menunjukkan bahwa pertumbuhan mahasiswa baru mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat di Jawa Tengah semakin puas dan percaya melanjutkan studi di IAIN Walisongo.

**Tabel 1 Perkembangan Jumlah Mahasiswa Baru IAIN
Walisongo Per Tahun**

No	Tahun Akademik	D-3	S-1	SS-2	S-3	Jml	(%)
1.	2004/2005	43	881	59	0	983	-
2.	2005/2006	41	757	58	14	870	-11.49
3.	2006/2007	40	781	101	16	936	7.58
4.	2007/2008	36	1124	105	14	1279	36.64
5.	2008/2009	31	1207	120	47	1405	9.85
6.	2009/2010	44	1348	122	15	1529	7.33
7.	2010/2011	65	1454	110	12	1641	18.16
8.	2011/2012	76	1745	105	13	1939	12.17
9.	2012/2013	83	1967	111	14	2175	10.85

Sumber Sumber: Rencana Strategi Bisnis (RSB) IAIN
Walisongo

Untuk dapat mencapai visi dan misi tersebut, IAIN Walisongo harus melakukan proses pelayanan yang baik kepada seluruh *mahasiswa*. Informasi tentang kepuasan *mahasiswa* harus senantiasa dikomunikasikan kepada seluruh pihak/pengguna jasa pendidikan di IAIN Walisongo. Selanjutnya kepuasan *mahasiswa* digunakan sebagai umpan balik yang dapat dipantau dan diukur keberhasilannya. Langkah berikutnya, dapat digunakan sebagai suatu langkah untuk tindakan korektif atau penyempurnaan dari jasa atau pelayanan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan penelitian adalah bagaimana kepuasan *mahasiswa* terhadap pelayanan pendidikan di IAIN Walisongo dalam upaya meningkatkan mutu yang berbasis kualitas pelayanan dan kualitas kinerja *good university governance*.

C. TUJUAN PENELITIAN

Maksud dan Tujuan dilaksanakannya penelitian tentang survey kepuasan *mahasiswa* adalah untuk mempelajari cara-cara memperbaiki mutu dan meningkatkan kepuasan *mahasiswa terhadap pelayanan* di IAIN Walisongo. Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut.

- 1) mengukur kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan IAIN Walisongo
- 2) menganalisis prioritas perbaikan dari kualitas pelayanan pendidikan IAIN Walisongo

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian tentang survey tingkat kepuasan *mahasiswa* di IAIN Walisongo pada tahun 2014 akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Dapat dirancang program-program perbaikan pelayanan kepada mahasiswa.

- 2) Dapat dijadikan bahan evaluasi bagi IAIN Walisongo dalam meningkatkan pelayanan kepada *mahasiswa*.
- 3) Dapat diperoleh indeks kepuasan *mahasiswa* terhadap pelayanan dan fasilitas IAIN Walisongo.
- 4) Hasil dari survey kepuasan IAIN Walisongo tahun 2014 dapat dijadikan rujukan bagi survey serupa pada tahun 2015.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi adalah bertujuan untuk menyiapkan mahasiswa menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian serta menerapkan penggunaannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional. Perguruan tinggi di Indonesia adalah tempat warga negara memiliki peluang yang sama untuk meningkatkan kadar intelektualnya dimana dengan tekun dan kondusif, seseorang dapat menggali dan mengembangkan ilmu bagi dirinya serta bagi masyarakat pada umumnya.

Pendidikan tinggi yang merupakan kegiatan dalam upaya menghasilkan manusia terdidik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik

dan/atau profesional yang dapat menerapkan dan/atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau kesenian untuk dapat terlaksananya fungsi pendidikan tinggi.

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang secara formal disertai tanggung jawab mempersiapkan mahasiswa sesuai dengan tujuan pendidikan tinggi nasional yaitu mengisi kebutuhan masyarakat akan tersedianya tenaga ahli dan tenaga terampil dengan tingkat dan jenis kemampuan yang sangat beragam. Karena itu, mahasiswa sebagai peserta didik dan generasi muda yang mempunyai kedudukan dan peranan penting dalam mewujudkan cita-cita pembangunan nasional senantiasa perlu dibimbing dan dikembangkan.

Disebutkan dalam pasal 5 PP 152 tahun 2000, salah satu tujuan dari universitas adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya manusia secara profesional. Hal ini menunjukkan bahwa untuk menjadi kompetitif merupakan tantangan yang baru bagi pihak universitas.

Dalam hal ini pimpinan dan manajemen. Konsekuensi utama dari universitas agar menjadi kompetitif atau berdaya saing adalah bahwa universitas harus dapat lebih responsif terhadap kebutuhan atau permintaan konsumen.

Lembaga pendidikan pada hakekatnya bertujuan memberi layanan, yaitu sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa murid, siswa, mahasiswa, dan juga masyarakat umum yang dikenal sebagai "stake-holder". Drijarka, (Sihombing 2002 : p.10) mengatak-an bahwa pendidikan adalah memanusiakan manusia muda. Pengangkatan manusia muda ke taraf insani itulah yang menjelma dalam perbuatan mendidik. Ada empat pihak yang dikatagorikan sebagai dalam dunia pendidikan, yaitu :

1. Pelanggan eksternal primer, yaitu mahasiswa sebagai peserta pendidik.
2. Pelanggan eksternal sekunder, yaitu pihak yang membiayai pendidikan mahasiswa, meliputi orang tua, saudara, wali, atau pemberi beasiswa

3. Pelanggan eksternal tersier, yaitu meliputi pasar tenaga kerja dari pemerintah dan masyarakat secara luas.
4. Pelanggan internal, yaitu seluruh dosen, staf, dan karyawan.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pendidikan khususnya antara lain : (1) Faktor Internal, meliputi jajaran dunia pendidikan baik itu Departemen Pendidikan Nasional, Dinas Pendidikan Daerah, dan juga sekolah yang berada pada garis depan. Dalam hal ini, intervensi dari pihak-pihak yang terkait sangatlah dibutuhkan agar pendidikan senantiasa selalu terjaga dengan baik dan (2) Faktor Eksternal adalah masyarakat pada umumnya. Dimana, masyarakat merupakan ikon pendidikan dan merupakan tujuan dari adanya pendidikan yaitu sebagai objek dari pendidikan.

B. SERVICE QUALITY (KUALITAS JASA)

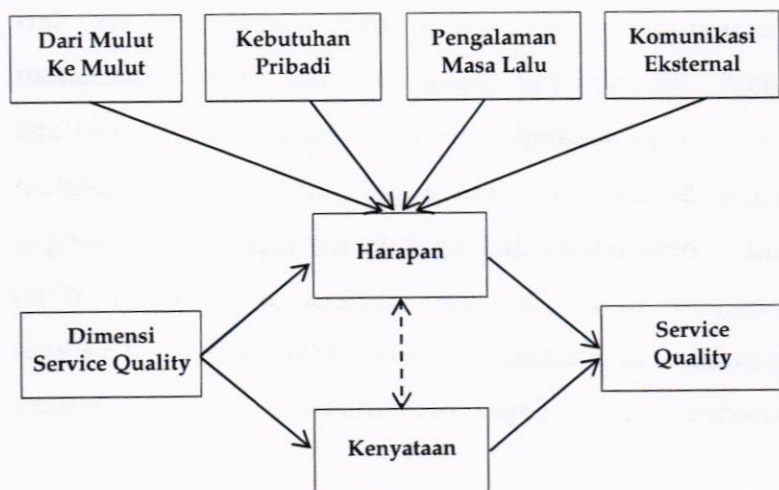
Menurut Parasuraman, et al , (1988 : 16) service quality merupakan suatu konsep secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap

keterandalan (excellence) dalam service encounter yang dilakukan oleh konsumen. Bitner (1990 : 23) service quality merupakan keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas/superioritas organisasi beserta jasa yang ditawarkan. Cronin dan Taylor (1992 : 14) menyatakan bahwa dalam ketiadaan ukuran yang obyektif sebuah pendekatan yang tepat untuk memperkirakan kualitas dari suatu perusahaan jasa adalah dengan mengukur kinerja dari jasa yang dikonsumsi oleh konsumen.

Service quality dapat di ketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata diterima atau diperoleh dengan layanan yang diharapkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas sedangkan jika kenyataan kurang dari apa yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak berkualitas dan apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan disebut memuaskan (Fitzsimmons & Fitzsimons, 1994 : 189). Dengan demikian service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa

jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh penyedia jasa (Parasuraman, et al , 1988 : 17).. Pada dasarnya kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pengertian tersebut berasal dari literature service quality yang mendefinisikan harapan sebagai keinginan dari para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan penyedia jasa atau perusahaan yang dapat dijelsakan pada gambar 1.



Gambar 1 menunjukkan bahwa harapan para pelanggan didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi efektif (Zeithmal, 19990 : 23). Menurut Kotler (1994: 561) terdapat lima determinan service quality (1) tangibles; (2) Reliability, (3) responsiveness, (4) assurance dan (5) empathy. Pengaruh dimensi service quality terhadap harapan para pelanggan yang mereka terima. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et.al (1988) yang melibatkan 800 pelanggan berusia 25 tahun ke atas dari empat perusahaan di Amerika Serikat yang ternama menunjukkan ada lima dimensi yang membentuk service quality antara lain :

- (1) tangibles (penampilan fisik), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan;
- (2) reliability (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai di janjikan dengan tepat dan terpercaya;

- (3) *responsiveness* (tanggap), yaitu keinginan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin;
- (4) *assurance* (kepastian), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan untuk membutuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan dan
- (5) *empathy* (perhatian), yaitu perhatian yang tulus yang diberikan kepada pelanggan.

C. KEPUASAN (*SATISFACTION*)

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Oliver, 1980). Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk atau jasa yang dirasakan setelah memakainya. Engel et,el (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan

merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi pelanggan.

Gotlieb, Grawal dan Brown (1994) menyatakan bahwa kepuasan terhadap suatu jasa berkaitan dengan proses konfirmasi dan diskonfirmasi dengan harapan. Pendapat Gotlieb, Grawal dan Brown ini didasarkan pada paradigma diskonfirmasi yang menyatakan bahwa kepuasan akan berhubungan dengan pengalaman diskonfirmasi yang merupakan pengalaman personal sesungguhnya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler (1994) bahwa diskonfirmasi adalah keseluruhan evaluasi yang dilakukan oleh konsumen jasa apakah jasa beserta atributnya baik, sama atau kurang dari yang diharapkan .

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik) dan "*facto*" (melakukan atau membuat) atau dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu cukup

baik. Kepuasan pelanggan sendiri tidak mudah didefinisikan, ada berbagai macam pengertian yang diberi oleh para pakar. Pada jasa pendidikan, pelanggan yang dimaksud yaitu mahasiswa.

Menurut wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa .

Kotler (1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Ada beberapa unsur yang penting di dalam kualitas yang ditetapkan pelanggan, antara lain :

1. Pelanggan haruslah merupakan prioritas utama dalam suatu organisasi, karena kelangsungan hidup suatu organisasi tergantung pada pelanggan.

2. Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang paling penting. Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

Persaingan merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari oleh para pelaku bisnis, baik yang bergerak dibidang industri barang maupun jasa. Peningkatan kepuasan konsumen akan mempengaruhi kepercayaan terhadap pemanfaatan layanan yang di tawarkan oleh penyedia jasa. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memberikan kepuasan untuk konsumennya. Kepuasan yang dicapai oleh konsumen akan berdampak positif kepada perusahaan karena dengan adanya kepuasan tersebut diharapkan konsumen akan melakukan pembelian kembali yang nantinya akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Kepuasan yang tinggi atau kesenangan cenderung akan menyebabkan konsumen berperilaku positif, terjadinya kelekatan emosional terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) konsumen yang tinggi. Saat ini

banyak bisnis jasa yang mulai memperhatikan kualitas layanan. Dengan adanya service quality maka kualitas layanan dapat dipantau dan disesuaikan dengan yang diharapkan oleh konsumen. Selain itu, dalam usaha menghadapi persaingan, perusahaan harus memiliki strategi yang lebih baik dibanding pesaing yang ada.

Berdasarkan buku pedoman penyusunan portofolio akreditasi institusi perguruan tinggi, terdapat beberapa faktor-faktor akademik yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa hanya. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Sumber Daya Manusia

Hal-hal yang berhubungan dengan sumber daya manusia :

- a. Sistem rekrutment dan seleksi untuk pengangkatan dosen.
- b. Kecukupan dosen (rasio dosen tetap : mahasiswa)

- c. Kualifikasi dosen (pendidikan) dan jabatan akademik dosen tetap.
- d. Program pembinaan, pengembangan dan jaminan kesejahteraan.
- e. Tenaga Kependidikan (Tenaga Pendukung/ Penunjang Akademik)
- f. Kecukupan dan kualifikasi petugas perpustakaan.
- g. Program pembinaan, pengembangan dan jaminan kesejahteraan.
- h. Kode etik atau pedoman disiplin kerja dosen dan tenaga kependidikan yang lengkap dan jelas serta implementasinya.

2. Kurikulum

Program yang mendorong/memfasilitasi Program Studi untuk perbaikan isi kurikulum secara berkesinambungan, meliputi :

- a. Pendekatan pembelajaran
- b. Design pembelajaran
- c. Relevansi Isi
- d. Media Pembelajaran

- e. Evaluasi proses dan hasil pembelajaran f. Umpan balik dari stakeholders

3. Sarana dan Prasarana

- a. Prasarana (lahan, kantor, ruang dosen, ruang diskusi/seminar, laboratorium, studio)
- b. Sarana (peralatan dan perabotan kantor, peralatan laboratorium, studio, bengkel, lahan percobaan, serta fasilitas komputer)
- c. Perpustakaan dan Bahan Pustaka

4. Sistem Pembelajaran

- a. Rancangan pembelajaran mahasiswa, meliputi :
 - 1) Pedoman pengembangan rancangan pembelajaran
 - 2) Pelaksanaan pedoman pengembangan rancangan pembelajaran.
- b. Pedoman bimbingan akademik, bimbingan penelitian dan penulisan tugas akhir/skripsi/tesis/disertasi dan karya ilmiah lainnya.

5. Suasana Akademik

- a. Kebijakan akademik dalam perkuliahan :
penerapan prinsip SAL, evaluasi yang adil dan transparan, feedback dan koreksi, eksplorasi berbagai sumber belajar, berpikir tingkat tinggi, belajar kolaboratis dan mandiri.
- b. Kebijakan akademik di luar perkuliahan internal, nasional dan internasional, seminar, lokakarya, symposium, diskusi, perlombaan, pameran, demonstrasi karya ilmiah, penelitian dan pengabdian masyarakat, penyediaan sarana dan prasarana untuk perwujudan suasana akademik.
- c. Pelaksanaan kebijakan kegiatan akademik
 - 1). Monitoring/pelaporan
 - 2). Evaluasi laporan pelaksanaan
 - 3). Tindak lanjut
- d. Kebijakan pengembangan perilaku kecendekiawan (kesujanaan).

6. Sistem Pengelolaan

- a. Struktur organisasi dengan kelengkapan komponen organisasi :

- 1) Pimpinan Institusi
 - 2) Senat Perguruan Tinggi atau Senat akademik
 - 3) Pelaksana akademik (fakultas, jurusan/ departemen/bagian, dan lembaga-lembaga)
 - 4) Pelaksana administrasi (biro dan bagian)
 - 5) Penunjang
 - 6) Dewan Penyantun
 - 7) Dewan Audit
- b. Kepemimpinan terutama bagaimana pemimpin mengambil keputusan yang melibatkan unsur-unsur lain, kemampuan meningkatkan mutu dan produktifitas institusi, kemampuan meningkatkan anggaran perguruan tinggi, akuntabilitas, dan transparansi.
- c. Sistem perencanaan yang meliputi satuan periode perencanaan (rencana tahunan), rencana jangka menengah (5 tahunan), dan rencana jangka panjang (10 tahunan), dan tahap pengembangan (peningkatan kapasitas dan modernisasi, peningkatan pelayanan dan peningkatan daya saing (lokal, nasional dan internasional)

- d. Pelaksanaan pengelolaan : administrasi umum (perlengkapan, kepegawaian, keuangan, ketatausahaan, ketatalaksanaan dan hukum, dan pengelolaan administrasi akademik).
- e. Kerjasama dan kemitraan institusi dengan instansi atau pihak-pihak di luar perguruan tinggi dalam bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, dengan menjelaskan keseluruhan program dan implementasi, termasuk tujuan pemanfaatan dan manfaat, serta rencana peningkatannya dikaitkan dengan visi, misi, tujuan dan sasaran institusi.
- f. Sistem monitoring dan evaluasi.
- g. Ketersediaan direktori atau panduan-panduan tertulis yang menjelaskan keseluruhan kegiatan institusi, yang mencakup isi, pemanfaatan dan manfaat direktori dalam rangka pelaksanaan misi dan pencapaian sasaran serta tujuan program studi, termasuk peraturan akademik, peraturan non akademik, daftar dan profil dosen, fasilitas utama serta profil kelulusan.

Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya suatu badan usaha. Oleh karena itu perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepuasan konsumennya agar mereka memiliki loyalitas terhadap produk yang ditawarkan dan senantiasa melakukan pembelian ulang. "According to Zeithaml (2000), customer satisfaction and or perception towards service quality has positive influence toward behavioral intention to positively behave, appraise the company, choose the company among the others, raising sales volume or paying more without asking again".

Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan menurut

Kotler (1997:64) dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan antara pihak manajemen dan pelanggan
2. Perusahaan membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki

cara berfikir perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua SDM yang ada.

3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk complaint and suggestion system.
4. Mengembangkan dan menerapkan:
 - a. Accountability, yaitu perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan.
 - b. Proactive, dilakukan oleh perusahaan dengan cara menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya.
 - c. Partnership Marketing, merupakan pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.

"Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat

dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain" (Sugiarto dalam Lupiyoadi, 2006:42).

D. KONSEP KEPUASAN MAHASISWA

Pada umumnya para ahli teori perilaku beropini bahwa dalam setiap perilakunya manusia mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Salah satu teori tersebut adalah teori kepuasan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Salah satunya metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah metode Student Satisfaction Inventory (SSI).

Student Satisfaction Inventory (SSI) (Elliott and Heally, 2001) merupakan instrument unik yang melakukan pengukuran tingkat kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan (satisfaction) yang dirasakan mahasiswa dan tingkat kepentingan (importance) dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan tersebut. Tingkat kepentingan diperlukan sebagai bahan analisis dan pertimbangan dalam melakukan perencanaan

seperti menentukan prioritas perbaikan, dan sebagainya. Sebagai contoh, suatu hasil penelitian yang menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah untuk suatu dimensi, belum tentu membuat dimensi tersebut menjadi prioritas perbaikan utama apabila dimensi tersebut ternyata memiliki tingkat kepentingan (*importance*) yang rendah, bisa saja suatu dimensi dengan tingkat kepuasan yang tidak terlalu rendah lebih diprioritaskan apabila, tingkat kepentingannya lebih tinggi. Sehingga yang menjadi perhatian prioritas perbaikan selain mempertimbangkan rendahnya tingkat kepuasan juga tingginya tingkat kepentingan dari dimensi tersebut. Oleh karena itu, mengevaluasi persepsi mahasiswa terhadap kepuasan mereka yang mereka alami dan harapkan harus terus dilakukan oleh Universitas, Sekolah Tinggi, Institut sebagai Lembaga Pendidikan Tinggi.

Setelah mahasiswa mengikuti kuliah, mahasiswa akan merasakan tingkat kepuasan atau tingkat ketidakpuasan tertentu. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membuat perbandingan

antara kenyataan yang ia rasakan dengan harapannya. Mahasiswa dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum yaitu: (1) Jika kinerja di bawah harapan, mahasiswa akan tidak puas, (2) kalau kinerja sesuai dengan harapan, mahasiswa akan puas., (3) apabila kinerja melampaui harapan, mahasiswa akan merasa sangat puas, senang, atau bahagia. Perasaan tidak puas, puas atau sangat puas ini akan mempengaruhi tindakan selanjutnya. Mahasiswa yang merasa puas akan menyampaikan secara positif tentang jasa yang ia gunakan/konsumsi. Mahasiswa yang tidak puas akan bereaksi secara berlainan. Mahasiswa yang tidak puas akan mengambil satu dari dua tindakan berikut ini: (1) mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakpuasan tersebut dengan meninggalkan atau pindah ke program studi lain atau ke perguruan tinggi lain. (2) mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakpuasan dengan mencari informasi yang dapat memperkuat nilai tinggi jasa tersebut (menghindari informasi yang mungkin memperkuat nilai rendahnya). Pimpinan/manajemen dapat mengambil langkah untuk meminimalkan jumlah ketidakpuasan mahasiswa, misalnya de-

ngan mengadakan komunikasi secara periodik. Komunikasi dengan para mahasiswa dapat dilakukan dengan menyediakan forum komunikasi yang baik bagi keluhan mahasiswa dan menangani keluhan tersebut dengan cepat.

Harapan mahasiswa dibentuk oleh: komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji lembaga, dan pesaingnya. Apabila lembaga menaikkan harapan mahasiswa terlalu tinggi, mahasiswa mungkin akan kecewa jika lembaga gagal dalam memenuhinya. Di lain pihak jika lembaga menetapkan harapan mahasiswa terlalu rendah, maka lembaga tidak dapat menarik cukup banyak calon mahasiswa meskipun mahasiswa akan puas. Tingkat kepuasan atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional yang tinggi. Lembaga perlu membentuk budayanya sedemikian rupa sehingga orang dalam lembaga bertujuan menyenangkan mahasiswa.

E. ANALISIS KESENJANGAN ATAU GAP

Analisis gap atau kesenjangan digunakan untuk mengukur kepuasan. Simamora (2002) menyatakan bahwa gap adalah kesenjangan antara *expected service* dengan *perceived service*. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kesenjangan terjadi apabila stakeholder mempersepsikan apa yang diterima lebih tinggi atau lebih rendah daripada kepentingan stakeholder tersebut. Pada survai ini pengukuran gap difokuskan pada pengukuran kepuasan *stakeholders* yang dilakukan pengukuran pada tingkat harapan dan tingkat kepentingan.

Dari beberapa persepsi tingkat harapan *stakeholders* dapat dirumuskan harapan yang paling dominan. Selanjutnya, dapat dikaitkan harapan stakeholder pada variabel tertentu dengan beberapa kriteria sehingga didapat 4 buah rekomendasai terhadap kualitas layanan, yaitu prioritas utama; prioritas rendah; pertahankan dan berlebihan, Yang termasuk kategori

prioritas utama adalah daerah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh *stakeholders*, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor tersebut belum sesuai dengan apa yang diharapkan *stakeholders*. Kategori pertahankan adalah daerah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh *stakeholders* dan faktor yang dianggap sudah sesuai dengan yang dirasakan, sehingga kepuasan relative lebih tinggi. Yang termasuk kategori prioritas rendah adalah daerah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh *stakeholders* dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Terakhir, yang termasuk kategori berlebihan adalah daerah yang memuat faktor-faktor yang kurang penting oleh *stakeholders* dan dirasakan berlebihan.

Pelayanan yang baik menurut Sugiarto dalam Lupiyoadi (2006: 42) "dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain". Ikatan emosional tersebut merupakan wujud dari loyalitas yang

ditunjukkan konsumen kepada perusahaan sebagai bukti atas kepuasan atas kinerja produk yang diterimanya.

Penjual atau produsen jasa perlu menguasai unsur-unsur :

a. Kecepatan

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

b. Ketepatan

Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

c. Keamanan

Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasa.

d. Keramah tamahan

Dalam melayani pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramah tamahan sangat penting apalagi pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa.

e. Kenyamanan

Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

Hal ini berbeda dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang disampaikan oleh Kuswandi (2004:17) yang terdiri dari:

a. Mutu produk atau jasa

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

b. Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan

dikatakan tidak bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

c. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitive untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

d. Waktu Penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

e. Keamanan

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

F. PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN

Kepuasan konsumen merupakan salah satu parameter yang dapat digunakan untuk memperkirakan umpan balik yang akan dilakukan oleh konsumen pada masa yang akan datang setelah mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu pengukuran kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan untuk mengembangkan strategi peningkatan mutu yang akan dilakukan agar sesuai dengan harapan konsumen.

Kotler (1997:67) mengidentifikasikan 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran

Yaitu perusahaan member kesempatan kepada konsumen untuk mengutamakan saran maupun keluhan yang dirasakan. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain-lain.

2. Ghost Shopping

Yaitu mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli. Pada perusahaan pesaing, guna mengetahui kelebihan dan kelemahan dari perusahaan pesaing tersebut.

3. Lost Customer Analysis

Yaitu dengan cara menghubungi pengguna jasa-pengguna jasa yang telah berhenti membeli untuk mengetahui mengapa hal itu bisa terjadi.

4. Survey Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya kepuasan konsumen dapat tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terpenuhi. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen, akan memudahkan perusahaan dalam mengkonsumsikan produknya kepada target konsumennya.

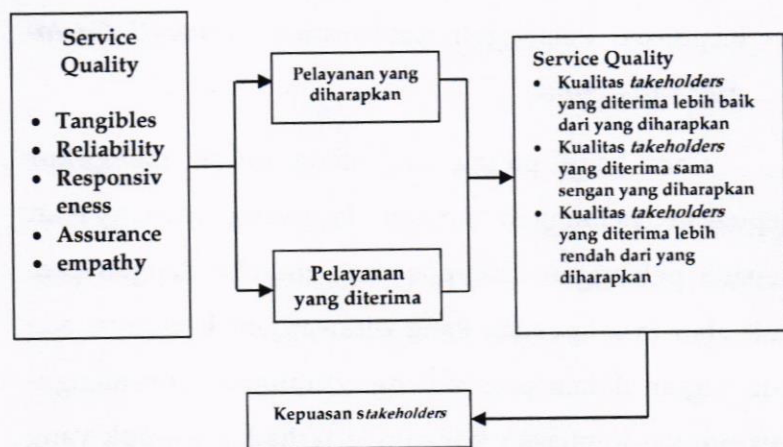
Menurut Tjiptono (2003), "ada enam konsep inti yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan", yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

G. KERANGKA PEMIKRAN

Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka dan penelitian-penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran teoritik disajikan dalam penelitian dapat dilihat pada gambar 1.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survai. Secara umum, pengertian survai dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi (Singarimbun, 1989). Dalam penelitian survai, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner (sebagai instrumen penelitian), yaitu daftar pertanyaan yang terstruktur. Pada kuisioner yang dirancang terdapat variabel penelitian yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian (kuesioner lampiran)

B. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian adalah yaitu seluruh mahasiswa reguler S1, D3 dan Program Pasca Sarjana IAIN Walisongo pada tahun 2014 yang berjumlah 8.239

mahasiswa. Sedangkan sampel penelitian Mahasiswa yang diambil sebagai sampel adalah mahasiswa dari berbagai fakultas dengan mewakili semua jurusan atau prodi dari masing - masing fakultas dan program pascasarjana di IAIN Walisongo. Sampel diambil secara acak dengan perincian 5% dari jumlah total mahasiswa IAIN Walisongo. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan jumlah mahasiswa dari masing-masing jurusan atau program studi pada masing-masing fakultas. Dalam penelitian survey ini data tidak terkumpul sesuai yang diharapkan sebanyak 286 responden. Total sampel dapat dilihat Tabel 3.1

Tabel 3.1. Penarikan Sampel 5% dari total Jumlah Mahasiswa (data tahun 2014)

NO	Fak/ Jur	Program Studi	Jumlah	Sampel (5%)	Sampel Yang Diharap kan
I. FAKULTAS DAKWAH			912	45.6	46
1	BPI	Bimbingan & Penyuluhan Islam	350	17.5	18
2	KPI	Komunikasi & Penyiaran Islam	345	17.25	17

NO	Fak/ Jur	Program Studi	Jumlah	Sampel (5%)	Sampel Yang Diharap kan
3	MD	Manajemen Dakwah	217	10.85	11
4	PMI	Pengembangan Masyarakat Islam	0	0	0
II. FAKULTAS SYARIAH			983	49.15	49
1	AS	Ahwalus Syahsiyah	432	21.6	22
2	SJ	Siyasah Jinayah	212	10.6	11
3	MU	Muamalah	339	16.95	17
4	FALAK				
III. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM			907	45.35	45
4	EI	Ekonomi Islam	684	34.2	34
5	PBS	Perbankan Syariah	223	11.15	11
III. FAKULTAS TARBIYAH			3189	159.45	159
1	PAI	Pendidikan Agama Islam	567	28.35	28
2	PBA	Pendidikan Bahasa Arab	268	13.4	13
3	KI	Kependidikan Islam	171	8.55	9
4	TBI	Tadris Bahasa Inggris	321	16.05	16
5	TM	Tadris Matematika	184	9.2	9
6	TF	Tadris Fisika	113	5.65	6

NO	Fak/ Jur	Program Studi	Jumlah	Sampel (5%)	Sampel Yang Diharap kan
7	TK	Tadris Kimia	122	6.1	6
8	TB	Tadris Biologi	162	8.1	8
9	PGMI	Pendidikan Guru MI	356	17.8	18
IV. FAKULTAS USHULUDDIN			950	47.5	48
1	AF	Aqidah Filsafat	139	6.95	7
2	TH	Tafsir Hadits	307	15.35	15
3	PA	Perbandingan Agama	33	1.65	2
4	TP	Tasawuf & Psikoterapi	171	8.55	9
JUMLAH TOTAL			5716	285.8	286

Sumber : data EMIS IAIN Walisongo diolah

Agar hasil analisis dapat dilakukan generalisasi, maka rancangan sampling yang digunakan adalah rancangan sampling acak stratifikasi dan cluster sampling dengan menggunakan kuesioner, yang dibagikan kepada mahasiswa pada masing-masing fakultas, dimana responden telah terpilih berdasarkan angkatan atau tahun masuk yang sudah ditentukan oleh

peneliti. Cara lain pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan langsung kuisioner ke mahasiswa yang menjadi target penelitian.

C. VARIABEL PENELITIAN

Variabel utama dalam penelitian ini adalah Kepuasan mahasiswa yang akan diukur dengan Indeks Kepuasan. Indeks adalah ukuran gabungan untuk suatu variabel. Pengukuran kepuasan melalui beberapa dimensi atau aspek. Dalam penelitian ini setiap pernyataan diberi bobot (*weight*) yang sama. Hal ini dikarenakan peneliti belum menentukan alasan yang kuat untuk menyangsikan ketidaksamaan bobot pernyataan dalam masing-masing dimensi.

Indeks kepuasan merupakan suatu hasil representasi dari skala kepuasan beberapa dimensi yang dibentuk dari beberapa indikator atau item atau atribut. Tingkat dan indeks kepuasan merupakan suatu nilai yang diberikan oleh *mahasiswa* atas pelayanan yang telah dilakukan oleh IAIN Walisongo. Item-item dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang

menggambarkan skala pengukuran kepuasan menurut persepsi responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 sampai dengan 5. Angka "1" menyatakan sangat tidak puas, "2" menyatakan tidak puas, angka "3" menyatakan cukup puas, dan angka "4" menyatakan puas dan angka "5" menyatakan sangat puas.

Konsekuensi dari skala pengukuran kepuasan tersebut, nilai tengah dari skala pengukuran skor kepuasan akan berada pada angka "3,0". Berdasarkan skor nilai yang diperoleh akan diklasifikasikan ke dalam 5 daerah (zona) tingkat kepuasan. Masing-masing zona dicirikan dengan kondisi berikut. Zona kritis, apabila rata-rata indeks berada pada range 1,00 - 1,80 memberi indikasi bahwa customer atau stakeholder merasa kurang puas terhadap IAIN Walisongo. Apabila tingkat atau indeks kepuasan berada pada zona sangat kritis dan kritis, maka diperlukan perhatian yang sangat serius dari pihak manajemen IAIN Walisongo. Selanjutnya, zona kepuasan rendah, apabila rata-rata indeks berada pada range 1,80 - 2,60 yang memberi

indikasi bahwa customer atau stakeholder sudah merasa cukup puas terhadap IAIN Walisongo. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah cukup baik tapi masih harus ditingkatkan. Zona kepuasan cukup, apabila rata-rata indeks berada pada range 2.60-3.40 yang member indikasi bahwa customer atau stakeholder sudah cukup merasa puas terhadap IAIN Walisongo. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah setara dengan yang diharapkan oleh responden. Zona kepuasan tinggi, apabila rata-rata indeks berada lebih dari 3.40 - 4.20 Nilai ini menggambarkan bahwa customer atau stakeholder sudah puas terhadap IAIN Walisongo. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah lebih dari yang diharapkan oleh responden. Terakhir, zona kepuasan tinggi sekali, apabila rata-rata indeks berada 4.20 - 5.00 Nilai ini menggambarkan bahwa customer atau stakeholder sudah sangat puas terhadap IAIN Walisongo. Kondisi ini menyiratkan bahwa pelayanan yang telah dilakukan sudah lebih dari yang diharapkan oleh responden.

D. INSTRUMEN KEPUASAN MAHASISWA

Berikut ini diberikan instrument atau alat ukur yang digunakan untuk mengukur indeks kepuasan mahasiswa. Menurut Simamora (2000), variabel kepuasan mahasiswa dibentuk dari lima dimensi yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Emphaty* (Empati), *Tangibles* (Bukti Langsung) dan *Assurance* (Jaminan). Dari hasil pra-survai, maka masing-masing dimensi diterjemahkan dalam beberapa indikator/ item/atribut. Untuk aspek atau dimensi keandalan (23 indikator); dimensi ketanggapan terdapat 25 indikator atau item; dimensi jaminan terdapat 21 indikator; indikator pada empati adalah sebanyak 20 item dan terakhir dimensi bukti langsung adalah sebanyak 22 item.

E. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel. Analisis data dengan menggunakan statistika deskriptif. Statistika deskriptif dipergunakan untuk mengorganisasikan dan meringkas data yang

diperoleh dari hasil pengumpulan data dalam bentuk tabulasi data, presentasi yang diwujudkan pada grafik-grafik atau gambar-gambar, serta perhitungan-perhitungan deskriptif, sehingga dapat diketahui ciri-ciri khusus dari data tersebut. Selanjutnya dapat diinterpretasikan sebagai informasi tegas dan jelas mengenai data tersebut

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA PENGUKURAN KEPUASAN

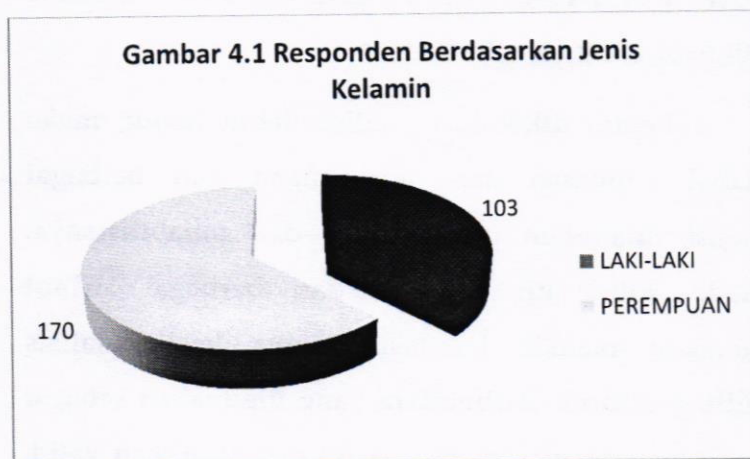
Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka variabel kepuasan dan kepentingan dari berbagai dimensi dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Metode untuk uji validitas dari berbagai atribut digunakan metode korelasi. Semua hasil analisis validitas, seluruh atribut/item yang digunakan sebagai pengukuran kepuasan *mahasiswa* menunjukkan valid. Demikian pula dengan uji reliabilitas, dengan metode alpha cronbach seluruh analisis menunjukkan nilai yang reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas dalam makalah ini tidak disertakan.

B. ANALISIS INDEKS KEPUASAN MAHASISWA

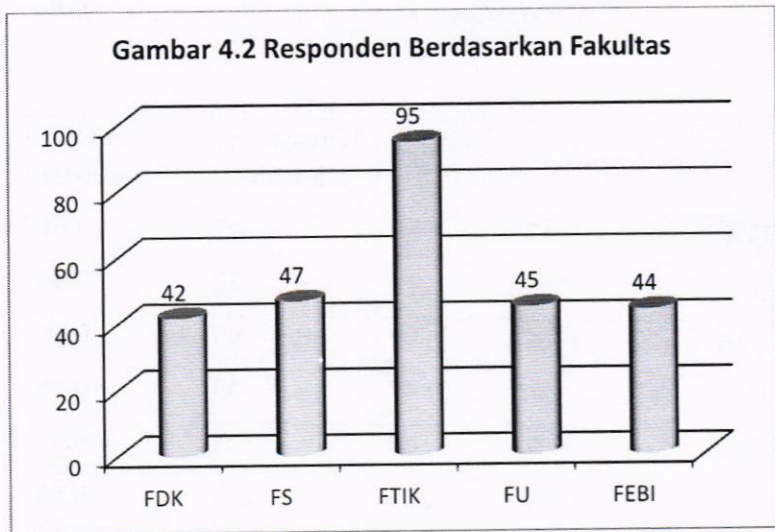
1. Karakteristik Responden

Gambaran tingkat kepuasan dari mahasiswa tidak terlepas dari karakteristik responden. Karak-

teristik responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, fakultas dan angkatan. Secara keseluruhan deskripsi dari karakteristik responden mahasiswa dapat dilihat pada Gambar 4.1, 4.2 dan 4.3



Gambar 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebesar 170 orang atau 62,27 persen sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 103 orang atau 37,73 persen.

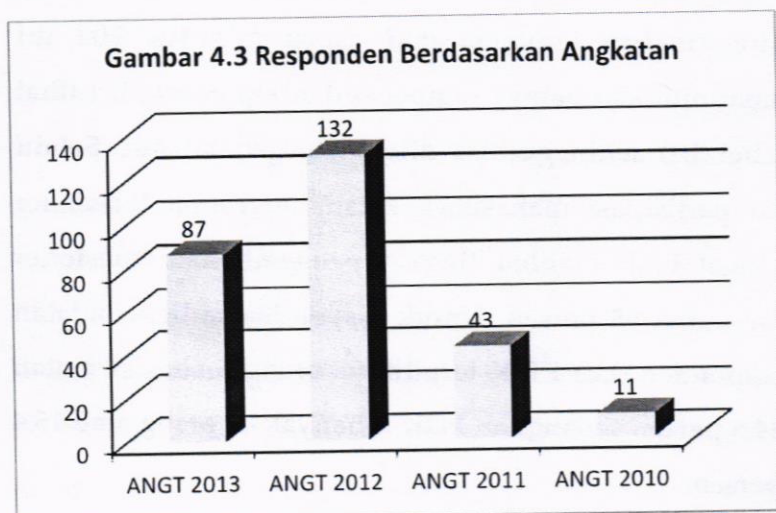


Dari Gambar 4.1 jelas terlihat bahwa gambaran karakteristik sudah sesuai dengan sampel yang direncanakan terutama dari aspek fakultas. Hal ini menunjukkan bahwa sampel sudah representatif (lihat tabel 4.1) sehingga bisa dilakukan generalisasi. Selain itu partisipasi mahasiswa dalam merespon kuesioner sangat baik melihat tingkat pengembalian kuesioner mencapai 95 persen. Untuk responden terbesar adalah responden dari FTIK terpilih 95 orang mahasiswa atau 34,8 persen sedangkan FDK sebanyak 42 orang atau 15,4 persen.

Tabel 4.1 Jumlah Populasi, sampel dan Kuesioner yang kembali

Fakultas	Populasi	Sampel (5%)	Kuesioner Kembali	Sampel Terealisasi
FDK	912	46	42	0.91
FS	983	49	47	0.96
FTIK	1964	99	95	0.96
FU	950	47	45	0.96
FEBI	907	45	44	0.98
	5716	286	273	0.95

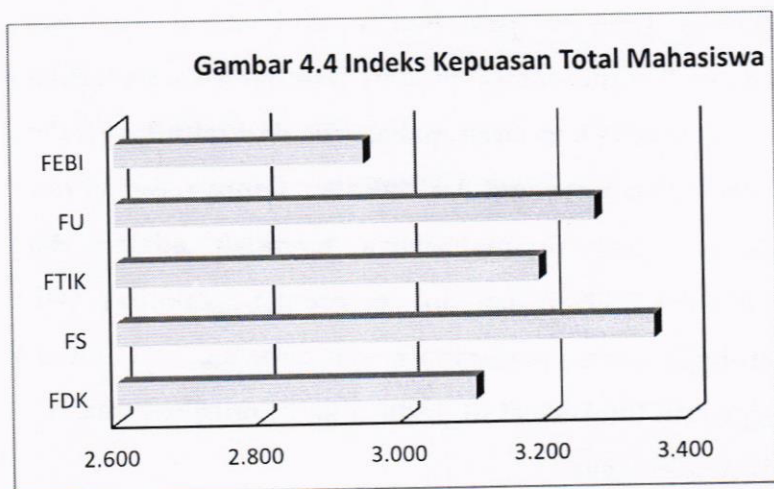
Sumber : data penelitian diolah



Gambar 4.3 menunjukkan bahwa sebaran responden berdasarkan angkatan sebagian besar berasal dari angkatan 2012 atau semester IV yaitu 132 responden atau 48,35 persen sedangkan angkatan 2010 (atau semester VIII).

2. Indeks Kepuasan mahasiswa

a. Indeks Kepuasan Mahasiswa Total



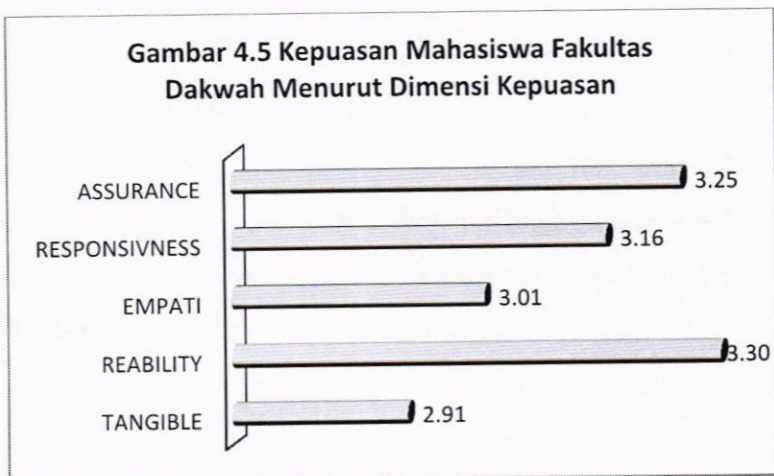
Analisis indeks kepuasan mahasiswa secara keseluruhan disajikan pada Gambar 4.4. Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas

pelayanan yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari *customer* dalam hal ini mahasiswa. Terlihat dari Gambar 4.4 bahwa indeks kepuasan mahasiswa IAIN Walisongo secara keseluruhan adalah sebesar 3.174 dan angka ini berada pada zona kepuasan cukup atau sedang. Tidak berbeda dengan indeks kepuasan di tingkat fakultas IAIN Walisongo, maka indeks kepuasan mahasiswa per fakultas juga tampak berada pada zona kepuasan sedang. Namun demikian, dari Gambar 4.4 juga terlihat bahwa indeks kepuasan mahasiswa dari fakultas FS dan FU relatif lebih tinggi dari fakultas lainnya. Sementara, indeks kepuasan mahasiswa terendah adalah dari mahasiswa FEBI, hal ini merupakan fakultas baru sehingga sarana prasarana masih terbatas.. Dari indeks kepuasan total tersebut perlu dikaji kontribusi masing-masing dimensi.

Indeks kepuasan total dibentuk dari kelima dimensi kualitas layanan. Berikut ini dilakukan analisis lebih rinci tentang indeks kepuasan mahasiswa

menurut dimensi. Indeks kepuasan mahasiswa menurut dimensi kualitas pelayanan dan fakultas dapat dilihat pada Gambar 4.4 Ditinjau secara keseluruhan, indeks kepuasan berbagai dimensi di IAIN Walisongo, terlihat bahwa hampir semua dimensi telah mempunyai indeks kepuasan diatas 3,174. Ini berarti, kelima dimensi, yaitu *responsiveness*, *reability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan cukup. Hanya, pada dimensi *tangibles*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya.

b. Indeks Kepuasan Mahasiswa Menurut Dimensi



Gambar 4.5 menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) adalah 3,13 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability dan assurance merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible dan empathy merukan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Oleh karena itu perlu ditingkatkan khususnya dimensi tangible dan empathy. Untuk dimensi tangible ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa antara lain :

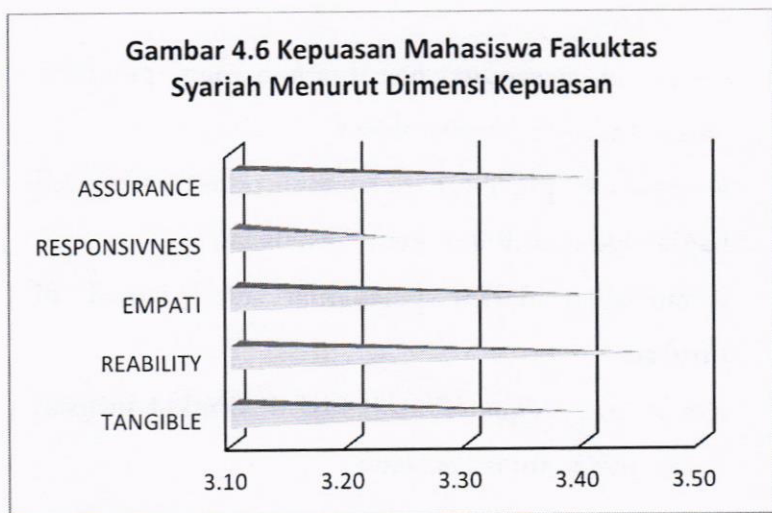
1. Kemudahan parkir di kampus
2. Keberadaan lapangan parkir di berbagai tempat
3. Keberadaan kantin
4. Keberadaan fasilitas olah raga
5. Kelengkapan fasilitas di ruang perkuliahan
6. Kelengkapan bahan bacaan di ruang perpustakaan fakultas dan pusat
7. Kenyamanan ruang tunggu pelayanan

8. Kelengkapan fasilitas di ruang tunggu pelayanan
9. Kenyamanan ruang dosen
10. Keberadaan toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan
11. Kenyamanan musholla
12. Kebersihan musholla
13. Kondisi jalan di kampus
14. Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari
15. Layanan internet di kampus
16. Keberadaan hot spot/wifi
17. Kemudahan memperoleh informasi akademik

Untuk meningkatkan dimensi empathy dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa adalah :

1. Kepedulian petugas keamanan terhadap masalah keamanan
2. Kesediaan petugas ruang baca di tingkat fakultas dan pusat dalam membantu mendapatkan referensi buku
3. Kepedulian petugas kebersihan terhadap kebersihan ruang perkuliahan

4. Kesedian pegawai di jurusan membantu menyelesaikan masalah administrasi mahasiswa
5. Kesedian pegawai di fakultas membantu menyelesaikan masalah administrasi mahasiswa
6. Jam layanan akademik (perpustakaan, laboratorium, konseling/bimbingan, dll) sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
7. Kecukupan jumlah dosen dalam melayani mahasiswa
8. Dosen dan karyawan menanggapi keluhan dan saran dengan baik
9. Dosen mau meluangkan waktu di luar jam kerja untuk melayani mahasiswa
10. Jam layanan organisasi kemahasiswaan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
11. Koperasi mahasiswa sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
12. Penghargaan bagi mahasiswa berprestasi dibidang bakat dan minat



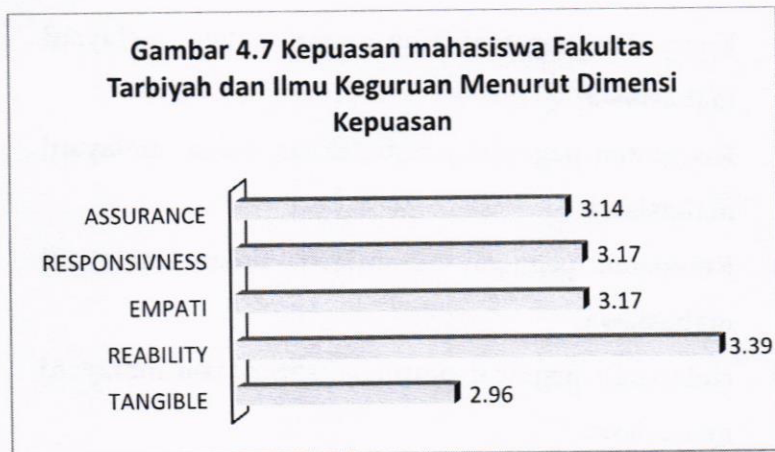
Gambar 4.6 menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Syariah adalah 3,38 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Syariah cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability dan assurance merupakan dimensi yang paling besar sedangkan responsivness merukan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Syariah

- 1 Ketanggapan pelayanan pegawai di laboratorium
- 2 Ketanggapan pelayanan pegawai di perpustakaan
- 3 Ketanggapan dosen dan pegawai i dalam melayani

mahasiswa

- 4 Kejelasan prosedur peminjaman dan pengembalian buku di perpustakaan
- 5 Kesesuaian prosedur pelayanan administrasi di bagian akademik dan kemahasiswaan
- 6 Kemudahan dalam pelayanan administrasi di jurusan
- 7 Kemauan petugas administrasi di tingkat jurusan dalam melayani mahasiswa
- 8 Kemampuan dosen menyampaikan materi di kelas
- 9 Kemudahan dalam pelayanan administrasi di jurusan
- 10 Kemudahan dalam pelayanan administrasi di perpustakaan
- 11 Kemudahan dalam pelayanan laboratorium
- 12 Kejelasan prosedur pelayanan akademik di fakultas
- 13 Ketanggapan pegawai pelayanan administrasi
- 14 Ketanggapan pegawai pelayanan di laboratorium
- 15 Ketanggapan pegawai pelayanan administrasi di perpustakaan

- 16 Kecepatan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa
- 17 Kecepatan pegawai perpustakaan dalam melayani mahasiswa
- 18 Ketepatan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa
- 19 Ketepatan pegawai perpustakaan dalam melayani mahasiswa
- 20 Kejelasan pegawai memberikan informasi pelayanan akademik
- 23 Kemudahan mengikuti kegiatan organisasi kemahasiswaan
- 24 Keluhan (saran dan kritik) diselesaikan dengan baik oleh organisasi kemahasiswaan
- 25 Kemudahan dalam mengikuti kegiatan bimbingan dan konseling kemahasiswaan

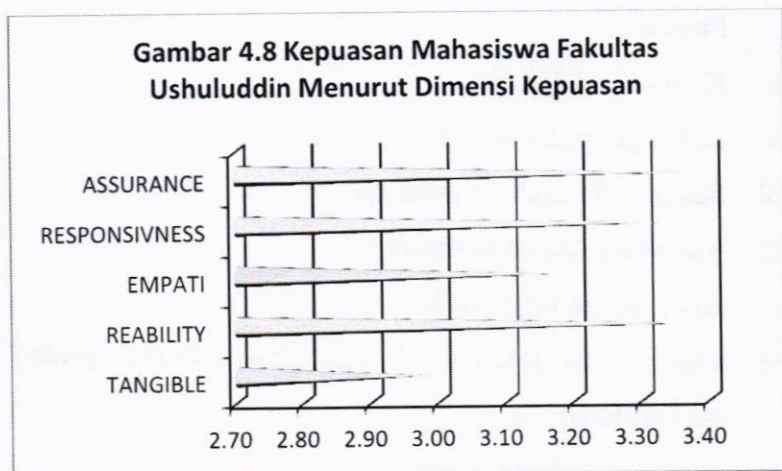


Gambar 4.7 menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) adalah 3,17 ini berarti bahwa mahasiswa FTIK cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merukan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FTIK, oleh karena itu perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa. Adapun strategi peningkatan dimensi tangible dapat dilakukan dengan beberapa hal antara lain:

- 1 Kenyamanan ruang kelas
- 2 Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas
- 3 Ruang baca perpustakaan
- 4 Kelengkapan koleksi buku di perpustakaan
- 5 Fasilitas ruang laboratorium di fakultas
- 6 Area parkir di kampus
- 7 Keberadaan taman-taman dan *public space* di Fakultas
- 8 Kebersihan kantin
- 9 Kelengkapan Fasilitas olah raga
- 10 Fasilitas Ibadah (musholla)
- 11 Kondisi jalan di kampus
- 12 Kebersihan toilet-toilet
- 13 Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari
- 14 Fasilitas Anjungan komputer
- 15 Layanan internet di kampus
- 16 Keberadaan hot spot/ wifi
- 17 Kelengkapan buku panduan akademik
- 18 Fasilitas dan kenyamanan ruang tunggu pelayanan
- 19 Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD,

Laptop, Komouter, OHP, dan lain-lain)

- 20 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan institut
- 21 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan fakultas
- 22 Keberadaan Koperasi mahasiswa



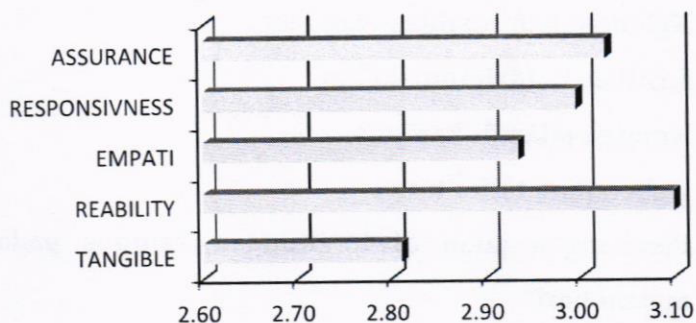
Gambar 4.8 menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Ushuluddin adalah 3,25 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Ushuluddin cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang

paling besar sedangkan tangible merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Ushuluddin. Oleh karena itu dimensi ini perlu di tingkatkan antara lain :

- 1 Kenyamanan ruang kelas
- 2 Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas
- 3 Ruang baca perpustakaan
- 4 Kelengkapan koleksi buku di perpustakaan
- 5 Fasilitas ruang laboratorium di fakultas
- 6 Area parkir di kampus
- 7 Keberadaan taman-taman dan *public space* di Fakultas
- 8 Kebersihan kantin
- 9 Kelengkapan Fasilitas olah raga
- 10 Fasilitas Ibadah (musholla)
- 11 Kondisi jalan di kampus
- 12 Kebersihan toilet-toilet
- 13 Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari
- 14 Fasilitas Anjungan komputer
- 15 Layanan internet di kampus

- 16 Keberadaan hot spot/ wifi
- 17 Kelengkapan buku panduan akademik
- 18 Fasilitas dan kenyamanan ruang tunggu pelayanan
- 19 Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD, Laptop, Komouter, OHP, dan lain-lain)
- 20 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan institut
- 21 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan fakultas
- 22 Keberadaan Koperasi mahasiswa

Gambar 4.9 Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Menurut Dimensi



Gambar 4.9 menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah 2,97 ini berarti bahwa mahasiswa FEBI cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merukan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FEBI. Hal ini dapat dimaklumi karna FEBI merupakan Fakultas Baru Berdiri (tahun 2014) sehingga seluruh sarana dan prasarana sangat terbatas termasuk dimensi tangible. Oleh karna itu untuk FEBI perlu meningkatkan dimensi-dimensi yang ada untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa. Untuk dimensi tangible, responsive dan empathy.

Untuk dimensi empathy ada beberapa hal yang mendapat perhatian anatara lain :

- 1 Kepedulian petugas laboratorium dalam melayani mahasiswa
- 2 Kepedulian dosen dan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa
- 3 Kepedulian petugas keamanan terhadap masalah

- keamanan
- 4 Kesedian petugas ruang baca di tingkat fakultas dan pusat dalam membantu mendapatkan referensi buku
 - 5 Kepedulian petugas kebersihan terhadap kebersihan ruang perkuliahan
 - 6 Kesedian pegawai di jurusan membantu menyelesaikan masalah administrasi mahasiswa
 - 7 Kesedian pegawai di fakultas membantu menyelesaikan masalah administrasi mahasiswa
 - 8 Jam layanan akademik (perpustakaan, laboratorium, konseling/ bimbingan, dan lain-lain) sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
 - 9 Kecukupan jumlah dosen dalam melayani mahasiswa
 - 10 Pegawai dan dosen memberi motivasi mahasiswa untuk meningkatkan prestasi akademik
 - 11 Kemudahan menghubungi dan ketersediaan dosen dalam membimbing mahasiswa
 - 12 Dosen dan karyawan memahami kebutuhan mahasiswa

- 13 Dosen dan karyawan menanggapi keluhan dan saran dengan baik
- 14 Dosen mau meluangkan waktu di luar jam kerja untuk melayani mahasiswa
- 15 Komunikasi dosen, pegawai dan mahasiswa terjalin dengan baik
- 16 Kemudahan menghubungi dosen dalam membimbing/konseling untuk kegiatan kemahasiswaan
- 17 Ketersediaan organisasi kemahasiswaan dalam kegiatan bakat minat mahasiswa
- 18 Jam layanan organisasi kemahasiswaan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
- 19 Koperasi mahasiswa sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
- 20 Penghargaan bagi mahasiswa berprestasi dibidang bakat dan minat

Untuk dimensi responsiveness yang harus ditingkatkan antara lain:

- 1 Ketanggapan pelayanan pegawai di laboratorium
- 2 Ketanggapan pelayanan pegawai di perpustakaan

- 3 Ketanggapan dosen dan pegawai i dalam melayani mahasiswa
- 4 Kejelasan prosedur peminjaman dan pengembalian buku di perpustakaan
- 5 Kesesuaian prosedur pelayanan administrasi di bagian akademik dan kemahasiswaan
- 6 Kemudahan dalam pelayanan administrasi di jurusan
- 7 Kemauan petugas administrasi di tingkat jurusan dalam melayani mahasiswa
- 8 Kemampuan dosen menyampaikan materi di kelas
- 9 Kemudahan dalam pelayanan administrasi di jurusan
- 10 Kemudahan dalam pelayanan administrasi di perpustakaan
- 11 Kemudahan dalam pelayanan laboratorium
- 12 Kejelasan prosedur pelayanan akademik di fakultas
- 13 Ketanggapan pegawai pelayanan administrasi
- 14 Ketanggapan pegawai pelayanan di laboratorium

- 15 Ketanggapan pegawai pelayanan administrasi perpustakaan
- 16 Kecepatan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa
- 17 Kecepatan pegawai perpustakaan dalam melayani mahasiswa
- 18 Ketepatan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa
- 19 Ketepatan pegawai perpustakaan dalam melayani mahasiswa
- 20 Kejelasan pegawai memberikan informasi pelayanan akademik
- 23 Kemudahan mengikuti kegiatan organisasi kemahasiswaan
- 24 Keluhan (saran dan kritik) diselesaikan dengan baik oleh organisasi kemahasiswaan
- 25 Kemudahan dalam mengikuti kegiatan bimbingan dan konseling kemahasiswaan

Sedangkan dimensi tangible yang harus ditingkatkan adalah :

- 1 Kenyamanan ruang kelas
- 2 Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas
- 3 Ruang baca perpustakaan
- 4 Kelengkapan koleksi buku di perpustakaan
- 5 Fasilitas ruang laboratorium di fakultas
- 6 Area parkir di kampus
- 7 Keberadaan taman-taman dan *public space* di Fakultas
- 8 Kebersihan kantin
- 9 Kelengkapan Fasilitas olah raga
- 10 Fasilitas Ibadah (musholla)
- 11 Kondisi jalan di kampus
- 12 Kebersihan toilet-toilet
- 13 Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari
- 14 Fasilitas Anjungan komputer
- 15 Layanan internet di kampus
- 16 Keberadaan hot spot/wifi
- 17 Kelengkapan buku panduan akademik
- 18 Fasilitas dan kenyamanan ruang tunggu pelayanan
- 19 Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD,

- Laptop, Komouter, OHP, dll)
- 20 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan institut
 - 21 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan fakultas
 - 22 Keberadaan Koperasi mahasiswa

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Indeks kepuasan total dibentuk dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles*. Kelima dimensi tersebut menggambarkan kepuasan dari *customer* dalam hal ini mahasiswa. Rata-rata indeks kepuasan mahasiswa IAIN Walisongo secara keseluruhan adalah sebesar 3.174 dan angka ini berada pada zona kepuasan cukup atau sedang.
2. Kelima dimensi untuk mengukur kepuasan mahasiswa yaitu *responsiveness*, *reability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* berada pada zona kepuasan cukup. Hanya, pada dimensi *tangibles*, indeks kepuasan paling rendah jika dibandingkan dengan dimensi lainnya

3. Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) rata rata indeks kepuasan mahasiswa adalah 3,13 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability dan assurance merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible dan empathy merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
4. Fakultas Syariah menunjukkan bahwa indeks rata rata kepuasan mahasiswa adalah 3,38 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Syariah cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability dan assurance merupakan dimensi yang paling besar sedangkan responsivness merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Syariah
5. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) menunjukkan bahwa indeks rata rata kepuasan mahasiswa adalah 3,17 ini berarti bahwa mahasiswa FTIK cukup puas dengan pelayanan yang disediakan

oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FTIK, oleh karena itu perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa

6. Fakultas Ushuluddin menunjukkan bahwa rata rata kepuasan mahasiswa adalah 3,25 ini berarti bahwa mahasiswa Fakultas Ushuluddin cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merupakan dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan Fakultas Ushuluddin
7. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) menunjukkan bahwa indeks rata rata kepuasan mahasiswa adalah 2,97 ini berarti bahwa mahasiswa FEBI cukup puas dengan pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Dimensi reability merupakan dimensi yang paling besar sedangkan tangible merupakan

dimensi yang paling kecil menjelaskan kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FEBI.

B. SARAN

Untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa ada beberapa saran yang harus diperhatikan terutama pada dimensi tangible, diman dimensidi semua Fakultas di lingkungan IAIN walisongo memiliki indeks terendah. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

- 1 Kenyamanan ruang kelas
- 2 Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas
- 3 Ruang baca perpustakaan
- 4 Kelengkapan koleksi buku di perpustakaan
- 5 Fasilitas ruang laboratorium di fakultas
- 6 Area parkir di kampus
- 7 Keberadaan taman-taman dan *public space* di Fakultas
- 8 Kebersihan kantin
- 9 Kelengkapan Fasilitas olah raga
- 10 Fasilitas Ibadah (musholla)

- 11 Kondisi jalan di kampus
- 12 Kebersihan toilet-toilet
- 13 Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari
- 14 Fasilitas Anjungan komputer
- 15 Layanan internet di kampus
- 16 Keberadaan hot spot/ wifi
- 17 Kelengkapan buku panduan akademik
- 18 Fasilitas dan kenyamanan ruang tunggu pelayanan
- 19 Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD, Laptop, Komouter, OHP, dan lain lain)
- 20 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan institut
- 21 Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan fakultas
- 22 Keberadaan Koperasi mahasiswa

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1992 *Strategic Market Management*,
Third Edition. New York: John Wiley & Sons,
Inc.
- Basu Swasta Dharmesta, (1999), "Loyalitas Pelanggan :
Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Paduan Bagi
Peneliti ", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*
Vol 14 No. 3 hal. 73 - 88.
- Basu Swastha dan Irawan. 1997. *Menejemen Pemasaran*.
Yogyakarta: Liberty.
- Berry, LL (1995), *On great service : A framework for
action* New York, NY The Free Press.
- Bitner, Marry Jo, (1990), "Evaluating Service Encontes :
The Efects of Fhysical Surroundins and Employee
Respones ", *Journal of Marketing*, Vol 54 (April)
No. 2 hal. 69 - 82.
- Cronin Joseoh & Steven A. Taylor, (1992) "Measuring
Service Quality : a Reeexamination and Extension
", *Journal of Marketing*, Vol 56 No. 3 hal. 55 - 68.

- Davis, K dan Newstroom John. 1985. *Human Behavior at Work: Organizational Behaviour*. Seven Edition. Mc. Grow-Hill, Inc.
- Engel, JF., (1994), " Perilaku Konsumen ", Ed. 6 Bima Rupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, (2000), " Prinsip - Prinsip Total Quality Service ", Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Fitzsimmons, JA & Fitzsimmons, MJ, (1994) Service management for competitive advantage, New York, NY, McGraw-Hill Inc.
- Fornel, C and Wernefelt, B (1987), " Defensif Marketing Strategy by Customer Complaint Management : A Theoretical Analysis: ", Journal of Service Research.
- Goitlieb, Grewel & Brown, (1994), " An Assesment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction of Customer Purchase Intention ", Journal of Retailing, Vol 70 No. 2 hal. 163 - 178.

- Gregory T. Gunlach, Ravi S Achrol & John T. Mentzer, (1995), " The Structure of Comitment in Exchange ", *Journal of Marketing*, Vol 59 (Januari), hal. 78 - 92.
- Hadibroto, H.S. 1993. Peranan Fungsi Pengawasan Dalam Manajemen. *Forum Komunikasi SPI*. Medan: Bahan-Bahan Seminar: 7.
- Handoko, T. Hani, 2000. *Manajemen Personalia Dan Manajemen Sumber Daya Manusia*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P., 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Huley, Robert and Mary (1998) Alternative index for Monitoring Customer Perception of Service Quality, A Comperative Evaluation in a Retail Context :, *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol 23 N0, 3, 1998 halaman 209-221

- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE. Yogyakarta
- Indriyo Gitosudarmo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Istijanto, 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jemslu, hutabarak, (1997) Visi Kualitas Jasa, Usahawan No.5 TH XXVI Mei, LPM FE UI Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid I*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip., (1997), " Marketing Management : Analysis, Planing, Implementation and Control ", ed 9, Engloewod Cliffs, New Jersey, Pretince Hall Inc.
- Locke, E.A. 1976. *The Nature and Causes of Job Satisfaction*. Dalam M.D. Dunnete. *Handbook of Industrial and Organizational Psychologi*. Halaman 1319-28. Chicago: Rand McNally.

- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Rosdakarya, Bandung.
- Masri Singarimbun & Sofyan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi. Jakarta: LP3S.
- Mautz, R. K. & Hussein A. Sharaf. 1993. *The Philosophy of Auditing*. American Accounting Association.
- Mowen, J.C, (1995), " Customer Behaviour ", Printice Hall Inc, New Jersey.
- Nick Johns & Phil Tyas, (1997), " Customer Perception os Service Operations : Getalt, Incident of Myfhology ", The Service Industries Journal, Vol. 17 No. 3 (Juli). hal. 474 - 488.
- Oliver Richard, (1993), " Cognitive, Affectife and Attribut & Bases far the Stisfsction Respone ", Journal of Consumer Research, Vol. 20 (Desember) hal. 418 - 430.
- Paul Peter J dan Jerry C. Olson 2000 *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (alih bahasa Damos Sihombing) Jakarta: Erlangga.

- Purba, Ferry Allan. 2005. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Dan Peningkatannya*. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia. Universitas Kristen Krida Wacana. Jakarta
- Rivai, Veithzal dan Ella Juavani Sagala. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta
- Rokeach, M. (1968), *Belief, Attitude and Values*, Jossey Bass Inc, San Fransisco.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business, A Skill Building Approach*. 4th Edition. USA: John Wiley & Sons, In
- Setiawan, E.2005, *Metodologi Bisnis, Yayasan Widya Manggala Indonesia*, Semarang
- Simamora, Henry. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta.
- Sopiah. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.


Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfa Beta, Bandung.

Supriyanto, John, 2000. *Penilaian Kinerja dan Pengembangan Tenaga kependidikan* . BPFE UGM, Yogyakarta.

Supriyanto, John, 2000. *Penilaian Kinerja dan Pengembangan Tenaga kependidikan* . BPFE UGM, Yogyakarta.

Sutrisno, Edy 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Prenada Media Group, Jakarta.

Umar, Husein, 1997. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

 IAIN WALISUNGU SEMARANG	FORMULIR	Kode
	KUESIONER KEPUASAN MAHASISWA	Tanda Tangan Responden

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : (tidak harus diisi)
2. NIM :
3. Jenis Kelamin : L/P
4. Umur :
4. Program Studi :
5. Fakultas :
6. Angkatan/Semester :

B. Berikan tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan :

Keterangan:

Kinerja

- | | |
|---|-----------------------------|
| 5 | = Sangat Baik / Sangat Puas |
| 4 | = Baik / Puas |
| 3 | = Cukup Baik / Netral |
| 2 | = Kurang Baik / Kurang Puas |
| 1 | = Tidak Baik / Tidak Puas |

A. Dimensi Tangible

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
1	Kenyamanan ruang kelas					
2	Fasilitas dan media perkuliahan ruang kelas					
3	Ruang baca perpustakaan					
4	Kelengkapan koleksi buku di perpustakaan					
5	Fasilitas ruang laboratorium di fakultas					
6	Area parkir di kampus					
7	Keberadaan taman-taman dan <i>public space</i> di Fakultas					
8	Kebersihan kantin					
9	Kelengkapan Fasilitas olah raga					
10	Fasilitas Ibadah (musholla)					
11	Kondisi jalan di kampus					
12	Kebersihan toilet-toilet					
13	Penerangan jalan di lingkungan kampus pada malam hari					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
14	Fasilitas Anjungan komputer					
15	Layanan internet di kampus					
16	Keberadaan hot spot/ wifi					
17	Kelengkapan buku panduan akademik					
18	Fasilitas dan kenyamanan ruang tunggu pelayanan					
19	Keberadaan fasilitas pendukung lainnya (LCD, Laptop, Komouter, OHP, dll)					
20	Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan institut					
21	Fasilitas ruang di organisasi kemahasiswaan fakultas					
22	Keberadaan Koperasi mahasiswa					

B. Dimensi *Reability* (Kehandalan)

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
1	Kejelasan pemberian informasi pelayanan akademik (Jadwal Perwalian, pendaftaran mata kuliah, pembayaran SPP, Praktikum, PPL, KKL, KKN dll)					
2	Kedisiplinan dosen dan pegawai dalam melayani mahasiswa					
3	Ketepatan waktu pelayanan akademik					
4	Ketersediaan modul/buku ajar					
5	Ketersediaan Silabus/sap yang mendukung proses pembelajaran					
6	Kemudahan mendapatkan layanan akademik (dosen wali, bimbingan skripsi, konsultasi judul skripsi dll)					
7	Kemudahan mendapatkan pelayanan administrasi (ijin riset, ijin cuti, surat keterangan masih kuliah, dll)					
8	Kurikulum disusun dengan baik, terstruktur dan sesuai dengan					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
	lapangan kerja					
9	Jadwal kuliah tersusun dengan baik (jarang tabrakan)					
10	Kehadiran dosen sesuai dengan jadwal perkuliahan					
11	Kemampuan dosen ketika mengajar di kelas					
12	Materi yang disampaikan berkualitas dan sesuai dengan perkembangan					
13	Sikap dan kemampuan petugas pelayanan administrasi di jurusan					
14	Sikap dan kemampuan pelayanan administrasi di fakultas					
15	Sikap dan kemampuan pelayanan petugas Laboratorium					
16	Sikap dan kemampuan petugas perpustakaan					
17	Lembaga memberi kesempatan pada kegiatan-kegiatan kemahasiswaan					

No	P E R N Y A T A A N	K I N E R J A				
		5	4	3	2	1
18	Dudukungan lembaga pada kegiatan penelitian mahasiswa					
19	Kinerja organisasi kemahasiswaan tingkat institut					
20	Kinerja organisasi kemahasiswaan tingkat fakultas					
21	Kemudahan kegiatan bimbingan dan konseling mahasiswa					
22	Keaktifan mahasiswa dalam kegiatan ekstrakurikuler					
23	Ketersediaan organisasi bakat minat mahasiswa					

C. Dimensi Empaty

No	P E R N Y A T A A N	K I N E R J A				
		5	4	3	2	1
1	Kepedulian petugas laboratorium dalam melayani mahasiswa					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
2	Kepedulian dosen dan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa					
3	Kepedulian petugas keamanan terhadap masalah keamanan					
4	Kesedian petugas ruang baca di tingkat fakultas dan pusat dalam membantu mendapatkan referensi buku					
5	Kepedulian petugas kebersihan terhadap kebersihan ruang perkuliahan					
6	Kesedian pegawai di jurusan membantu menyelesaikan masalah administrasi mahasiswa					
7	Kesedian pegawai di fakultas membantu menyelesaikan masalah administrasi mahasiswa					
8	Jam layanan akademik (perpustakaan, laboratorium, konseling/ bimbingan, dll) sesuai dengan kebutuhan mahasiswa					

No	P E R N Y A T A A N	K I N E R J A				
		5	4	3	2	1
9	Kecukupan jumlah dosen dalam melayani mahasiswa					
10	Pegawai dan dosen memberi motivasi mahasiswa untuk meningkatkan prestasi akademik					
11	Kemudahan menghubungi dan ketersediaan dosen dalam membimbing mahasiswa					
12	Dosen dan karyawan memahami kebutuhan mahasiswa					
13	Dosen dan karyawan menanggapi keluhan dan saran dengan baik					
14	Dosen mau meluangkan waktu di luar jam kerja untuk melayani mahasiswa					
15	Komunikasi dosen, pegawai dan mahasiswa terjalin dengan baik					
16	Kemudahan menghubungi dosen dalam membimbing / konseling untuk kegiatan kemahasiswaan					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
17	Ketersediaan organisasi kemahasiswaan dalam kegiatan bakat minat mahasiswa					
18	Jam layanan organisasi kemahasiswaan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa					
19	Koperasi mahasiswa sesuai dengan kebutuhan mahasiswa					
20	Penghargaan bagi mahasiswa berprestasi dibidang bakat dan minat					

D. Dimensi Responsivness

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
1	Ketanggapan pelayanan pegawai di laboratorium					
2	Ketanggapan pelayanan pegawai di perpustakaan					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
3	Ketanggapan dosen dan pegawai i dalam melayani mahasiswa					
4	Kejelasan prosedur peminjaman dan pengembalian buku di perpustakaan					
5	Kesesuaian prosedur pelayanan administrasi di bagian akademik dan kemahasiswaan					
6	Kemudahan dalam pelayanan administrasi di jurusan					
7	Kemauan petugas administrasi di tingkat jurusan dalam melayani mahasiswa					
8	Kemampuan dosen menyampaikan materi di kelas					
9	Kemudahan dalam pelayanan administrasi di jurusan					
10	Kemudahan dalam pelayanan administrasi di perpustakaan					
11	Kemudahan dalam pelayanan					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
	laboratorium					
12	Kejelasan prosedur pelayanan akademik di fakultas					
13	Ketanggapan pegawai pelayanan administrasi					
14	Ketanggapan pegawai pelayanan di laboratorium					
15	Ketanggapan pegawai pelayanan administrasi di perpustakaan					
16	Kecepatan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa					
17	Kecepatan pegawai perpustakaan dalam melayani mahasiswa					
18	Ketepatan pegawai administrasi dalam melayani mahasiswa					
19	Ketepatan pegawai perpustakaan dalam melayani mahasiswa					
20	Kejelasan pegawai memberikan informasi pelayanan akademik					

No	P E R N Y A T A A N	K I N E R J A				
		5	4	3	2	1
23	Kemudahan mengikuti kegiatan organisasi kemahasiswaan					
24	Keluhan (saran dan kritik) diselesaikan dengan baik oleh organisasi kemahasiswaan					
25	Kemudahan dalam mengikuti kegiatan bimbingan dan konseling kemahasiswaan					

E. Dimensi Assurance

No	P E R N Y A T A A N	K I N E R J A				
		5	4	3	2	1
1	Reputasi Lembaga					
2	Akreditasi program studi					
3	Kemampuan pegawai dalam melayani mahasiswa					
4	Kemampuan dosen menyampaikan materi perkuliahan					

No	P E R N Y A T A A N	KINERJA				
		5	4	3	2	1
5	Standar jumlah mahasiswa dalam kelas					
6	Keamanan parkir di tempat-tempat parkir					
7	Keamanan di kampus pada malam hari terjaga dengan baik					
8	Kesiapan kampus dalam kegiatan tanggap darurat (misal: kebakaran)					
9	Keamanan di kampus pada siang hari terjaga baik.					
10	Keberadaan satpam (petugas keamanan) di kampus					
11	Kesesuaian materi kuliah dengan RP atau Rencana Pembelajaran					
12	Susana kelas kondusif untuk belajar					
13	Rasa aman selama mengikuti perkuliahan di kelas					
14	Kebebasan melakukan kegiatan ilmiah di kampus					

No	P E R N Y A T A A N	K I N E R J A				
		5	4	3	2	1
15	Kemudahan mendapatkan informasi non akademik dan lainnya					
16	Kemudahan informasi akademik melalui media informasi komunikasi (papan pengumuman/spanduk/media lain)					
17	Kemudahan mendapatkan informasi tentang bea siswa					
18	Kejelasan prosedur penerimaan bea siswa					
19	Dukungan lembaga terhadap kegiatan organisasi kemahasiswaan di luar jam kerja					
20	Dukungan lembaga terhadap kegiatan bakat minat mahasiswa					
21	Kebebasan mengikuti kegiatan organisasi kemahasiswaan					



**Lembaga Penelitian dan Pengabdian
Kepada Masyarakat
IAIN Walisongo Semarang**