

LAPORAN AKHIR PENELITIAN

**KUALITAS PELAYANAN PENDIDIKAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS MAHASISWA
PROGRAM STUDI AKUNTANSI DIPLOMA III**

Diajukan Oleh:

TIM PENELITIAN

**DIANA SARI SE,MS, Ak
BACTIAR ASIKIN SE., MS, Ak
MARIANA RACHMAWATI SE., MM**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2007**

**KUALITAS PELAYANAN PENDIDIKAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS MAHASISWA
PROGRAM STUDI AKUNTANSI DIPLOMA III**

Oleh :

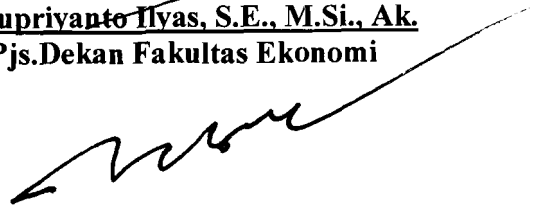
**DIANA SARI, S.E., M.Si., Ak.
BACHTIAR ASIKIN, S.E., M.M., Ak.
MARIANA RACHMAWATI, S.E., M.M.**



Diketahui oleh :



H. Supriyanto Ilyas, S.E., M.Si., Ak.
Pjs. Dekan Fakultas Ekonomi



Rafael G. Aida Wijaya, S.E., M.Si.
Ka. Bag. PPM Universitas Widyatama

Diterima di Perpustakaan Universitas Widyatama



Lia Amaliawati, S.E., M.Si.
Kepala Perpustakaan Universitas Widyatama

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS
WIDYATAMA

ABSTRAK

Perguruan Tinggi sebagai satu lembaga pendidikan tinggi, saat semakin dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para mahasiswanya. Melalui pemberian pelayanan yang sesuai dengan tuntutan para mahasiswanya maka diharapkan akan tercipta loyalitas yang tinggi dari para mahasiswanya. Namun pada kenyataannya dalam upaya meningkatkan loyalitas tersebut, masih tetap memiliki beberapa permasalahan yang seringkali menimbulkan ketidakpuasan para mahasiswa, dimana masalah tersebut bertumpu pada aspek pelayanan administrasi akademik, serta sarana dan prasarana yang dinilai mereka masih belum sepenuhnya memadai.

Sebagai ilustrasi dari hasil survey pendahuluan masalah-masalah yang dihadapi mahasiswa dewasa ini meliputi jadwal perwalian yang kurang jelas, jadwal kuliah yang tidak konsisten sehubungan dengan kesibukan dosen pengajar, pengumuman nilai ujian yang seringkali terlambat, dan sulitnya menghubungi dosen-dosen tertentu dalam melakukan bimbingan penyusunan tugas akhir sehingga hal ini memperlambat penyelesaian studi para mahasiswa.

Memelihara loyalitas mahasiswa pada era bisnis masa kini adalah merupakan tuntutan yang harus segera dilaksanakan, karena pada dasarnya dengan terpeliharanya loyalitas mahasiswa maka pihak perguruan tinggi akan senantiasa terpelihara kelangsungan hidupnya. Mahasiswa yang loyal ini diantaranya cenderung akan memanfaatkan ulang jasa pendidikan dan juga melakukan kegiatan *word of mouth* melalui pemberian rekomendasi kepada orang-orang terdekat mereka untuk menjadi mahasiswa di perguruan tinggi tersebut.

Atas dasar uraian di atas maka dirasakan perlu untuk melakukan penelitian tentang tingkat kualitas pelayanan pendidikan dalam upaya meningkatkan loyalitas mahasiswa di PTS. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey, dimana informasi responden (mahasiswa) dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan atau pendapat dari sebagian populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa secara keseluruhan, Dimensi Responsiveness perlu lebih ditingkatkan kinerjanya karena memperoleh skor terendah (3,52), diikuti oleh dimensi Tangible dan Emphaty. Sementara skor tertinggi diperoleh dimensi Reliability (3,87). Dari hasil pengujian melalui analisis jalur ternyata bahwa dimensi yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa adalah dimensi reliability dan assurance. Jadi untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa maka manajemen hendaknya mempertimbangkan dua aspek utama dalam mengembangkan kualitas layanan jasa pendidikan.

DAFTAR ISI

	Hal
Daftar Isi	i
Daftar Gambar	ii
Daftar Tabel	iii
Bab I	
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitia	4
1.4 Kegunaaan Penelitian	4
Bab II	
Pendekatan Masalah	6
Bab III	
Metode Penelitian	10
3.1 Objek Penelitian	10
3.2 Desain Penelitian	10
Bab IV	
Hasil Penelitian dan Pembahasan	19
4.1 Profil Responden	19
4.2 Pendapat Responden Mengenai Kualitas Layanan Program D3 Akuntansi	22
4.3 Pendapat Responden terhadap Kinerja dan Kepentingan Dimensi Kualitas Pelayanan	34
4.4 Tingkat Loyalitas Responden	40
4.5 Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa	43
4.6 Peningkatan Kualitas Jasa Pendidikan Program D3 Dalam Upaya Membentuk Loyalitas Mahasiswa	45
Bab V	
Kesimpulan dan Saran	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran-saran	51
Daftar Pustaka	53

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Model Pendekatan Penelitian	9
Gambar 4.1 SMU Asal Responden	19
Gambar 4.2 Alasan Mengikuti Program D3 Akuntansi	20
Gambar 4.3 Keputusan Memilih Program D3 Akuntansi	21
Gambar 4.4 Dimensi Tangible Program D3 Akuntansi	22
Gambar 4.5 Kinerja dan Harapan Responden terhadap Dimensi Tangibles Program D3 Akuntansi	23
Gambar 4.6 Dimensi Emphaty Program D3 Akuntansi	24
Gambar 4.7 Kinerja dan Harapan Responden terhadap Dimensi Emphaty Program D3 Akuntansi	25
Gambar 4.8 Dimensi Responsiveness Program D3 Akuntansi	26
Gambar 4.9 Kinerja dan Harapan Responden terhadap Dimensi Responsiveness Program D3 Akuntansi	27
Gambar 4.10 Dimensi Realibility Program D3 Akuntansi	28
Gambar 4.11 Kinerja dan Harapan Responden terhadap Dimensi Realibility Program D3 Akuntansi	29
Gambar 4.12 Dimensi Assurance Program D3 Akuntansi	30
Gambar 4.13 Kinerja dan Harapan Responden terhadap Dimensi Assurance Program D3 Akuntansi	31
Gambar 4.14 Dimensi Kualitas Pelayanan Program D3 Akuntansi	32
Gambar 4.15 Kinerja dan Harapan Responden terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan Program D3 Akuntansi	33
Gambar 4.16 Dimensi Tangible Program D3 Akuntansi	34
Gambar 4.17 Dimensi Emphaty Program D3 Akuntansi	35
Gambar 4.18 Dimensi Responsiveness Program D3 Akuntansi	36
Gambar 4.19 Dimensi Realibility Program D3 Akuntansi	37
Gambar 4.20 Dimensi Assurance Program D3 Akuntansi	38
Gambar 4.21 Dimensi Kualitas Pelayanan Program D3 Akuntansi	39
Gambar 4.22 Frekuensi Memberikan Sumbang Saran Kepada Program Diploma	40
Gambar 4.23 Frekuensi Merekomendasikan kepada Orang Terdekat untuk Menjadi Mahasiswa	41
Gambar 4.24 Sikap Penolakan Responden untuk Meneruskan Pendidikan di PTS Lain	42

DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	11
Tabel 4.1	Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.2	Koefisien Jalur dan Pengujian	43
Tabel 4.3	Pengaruh Langsung dan Tak Langsung service Quality Terhadap Loyalitas Mahasiswa	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Memasuki era milenium ke tiga, negara kita harus untuk mampu menyesuaikan diri terhadap segala perubahan di berbagai bidang. Seperti halnya dalam bidang pengembangan sumber daya manusia, sektor ini merupakan sektor yang sangat strategis terutama bila dikaitkan dalam upaya menghadapi tantangan era globalisasi yang diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat.

Kunci keberhasilan investasi di bidang sumber daya manusia yang dilakukan negara-negara yang telah berhasil mencapai kemajuannya adalah terletak pada kemampuan mereka mengembangkan sektor pendidikan. Negara-negara ini bisa dianggap berhasil dalam menciptakan sistem pendidikan yang bersifat lebih responsif terhadap kebutuhan pembangunan yaitu membina tingkat kesesuaian yang tinggi antara sektor pendidikan dengan kebutuhan di sektor lapangan kerja. Di samping itu terdapat kontrol yang sangat ketat dari Pemerintah terhadap kualitas pendidikan (M. Ryaas Rasyid, 1997 : 28).

Setiap lembaga perguruan tinggi, dewasa semakin dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para mahasiswanya. Melalui pemberian pelayanan yang sesuai dengan harapan para mahasiswanya maka diharapkan akan terbentuk loyalitas mahasiswa, karena mahasiswa yang loyal merupakan aset yang sangat berharga bagi pihak perguruan tinggi.

Memelihara loyalitas mahasiswa pada era bisnis masa kini adalah merupakan tuntutan yang harus segera dilaksanakan, karena pada dasarnya dengan terpeliharanya loyalitas mahasiswa maka pihak perguruan tinggi akan senantiasa terpelihara kelangsungan hidupnya. Mahasiswa yang loyal ini diantaranya cenderung akan memanfaatkan ulang jasa pendidikan dan juga melakukan kegiatan *word of mouth* melalui pemberian rekomendasi kepada orang-orang terdekat mereka untuk menjadi mahasiswa di perguruan tinggi tersebut.

Perguruan Tinggi sebagai satu lembaga pendidikan tinggi, saat semakin dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para mahasiswanya. Melalui pemberian pelayanan yang sesuai dengan tuntutan para mahasiswanya maka diharapkan akan tercipta citra Perguruan Tinggi yang baik dimata para mahasiswanya. Namun pada kenyataannya dalam upaya meningkatkan citranya, tersebut masih tetap memiliki beberapa permasalahan yang seringkali menimbulkan ketidakpuasan para mahasiswa, dimana masalah tersebut bertumpu pada aspek pelayanan administrasi akademik, serta sarana dan prasarana yang dinilai mereka masih belum sepenuhnya memadai.

Sebagai ilustrasi dari hasil survei pendahuluan masalah-masalah yang dihadapi mahasiswa dewasa ini meliputi jadwal perwalian yang kurang jelas, jadwal kuliah yang tidak konsisten sehubungan dengan kesibukan dosen pengajar, pengumuman nilai ujian yang seringkali terlambat, dan sulitnya menghubungi dosen-dosen tertentu dalam melakukan bimbingan penyusunan tugas akhir sehingga hal ini memperlambat penyelesaian studi para mahasiswa.

Atas dasar uraian di atas maka dirasakan perlu untuk melakukan penelitian tentang tingkat kualitas pelayanan pendidikan dalam upaya meningkatkan loyalitas mahasiswa di Perguruan Tinggi. Mahasiswa yang dijadikan sebagai responden di sini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi untuk Program Diploma yang dewasa ini cenderung memiliki permasalahan yakni diantaranya bahwa animo calon mahasiswa untuk program tersebut merupakan pilihan terakhir setelah tidak berhasil lolos seleksi untuk program S1 di Perguruan Tinggi Negeri. Di sisi lain di beberapa PTS disinyalir bahwa jumlah mahasiswa Program Diploma relatif lebih sedikit bila dibandingkan dengan program Strata satu (S1). Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei, dimana informasi responden (mahasiswa) dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan atau pendapat dari sebagian populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian. Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar dan bahan evaluasi bagi pihak Perguruan tinggi dalam rangka meningkatkan loyalitas mahasiswa melalui kualitas pelayanan bidang pendidikan khususnya untuk Program Diploma.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan dalam latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan Program Diploma Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan PTS di Kota Bandung dewasa ini.
2. Bagaimana perilaku loyalitas mahasiswa terhadap Program Diploma Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan PTS di Kota Bandung.

3. Upaya-upaya apa saja yang dapat dilakukan oleh pihak pengelola jasa pendidikan Program Diploma Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan PTS di Kota Bandung dewasa ini agar tercipta loyalitas mahasiswa.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan Perguruan tinggi dan tingkat loyalitas para mahasiswa. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan Program Diploma Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan PTS di Kota Bandung dewasa ini.
2. Perilaku loyalitas mahasiswa terhadap Program Diploma Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan PTS di Kota Bandung.
3. Upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh pihak pengelola jasa pendidikan Program Diploma Jurusan Akuntansi yang diselenggarakan PTS di Kota Bandung dewasa ini agar tercipta loyalitas mahasiswa.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Kepentingan bagi penulis, yaitu dapat memberikan tambahan ilmu dan pengetahuan serta wawasan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan perguruan tinggi terhadap loyalitas para mahasiswa.

2. Kepentingan akademis, yaitu untuk pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan serta pengukuran loyalitas mahasiswa yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi kalangan dunia perguruan tinggi.
3. Kepentingan praktis, terutama bagi pengelola perguruan tinggi yang bersangkutan sebagai bahan rekomendasi dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan perguruan tinggi demi terwujudnya loyalitas mahasiswa.

BAB II

PENDEKATAN MASALAH

Dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, setiap perusahaan baik perusahaan yang bergerak di bidang jasa, seperti halnya jasa pendidikan senantiasa harus berusaha untuk memiliki *Competitive Advantage* (keunggulan dalam bidang tertentu untuk memenangkan persaingan), dimana dalam hal ini dapat berupa keunggulan dalam pemberian pelayanan (*service*) kepada para mahasiswa. Demikian pula halnya dengan perguruan tinggi swasta yang sangat memperhatikan kepentingan dan kepercayaan mahasiswanya, melaksanakan program peningkatan kualitas pelayanan dengan tujuan akhir untuk menciptakan loyalitas mahasiswa.

Service (jasa) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak atau pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan sesuatu produk fisik (Kotler, 2003: 98). Jasa dibandingkan dengan barang mempunyai empat ciri, yaitu : (a) jasa tidak dapat dirasakan sebelum dibeli oleh mahasiswa / *intangibility* , (b) proses operasi jasa harus bersamaan waktunya dengan saat pemakaian mahasiswa / *inseparability*, (c) unsur jasa sangat bervariasi / *variability*, dan (d) jasa tidak dapat disimpan / *perishability* (Kotler, 2003 : 99). Berdasarkan pengertian dan ciri-ciri tersebut, maka pemasaran jasa sangat berbeda dengan pemasaran barang.

Menurut Lovelock (2002 : 13-14), “ jasa merupakan suatu proses dan suatu sistem”. Arti *service* sebagai suatu proses adalah bahwa jasa dihasilkan dari tiga proses input, yaitu : *people (consumer)*, material, dan informasi. Sebagai suatu sistem, bisnis

jasa merupakan kombinasi antara *Service Operating System* dan *Service Delivery System*. Pemasaran jasa menekankan pada *service delivery system*, yaitu bagaimana suatu perusahaan menyampaikan jasa kepada mahasiswa. Ketepatan kualitas pemasaran jasa dari suatu perusahaan ditentukan oleh kualitas jasa (*perceived service quality*) yang ditawarkan dan diukur oleh *service performance/ perceived* (jasa yang dirasakan mahasiswa) dan *consumer expectation* (jasa yang diharapkan mahasiswa). Kualitas jasa keseluruhan merupakan totalitas dari setiap unsur bauran jasa.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan dapat ditingkatkan melalui unsur kualitas jasa (*service quality elements/determinants*). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Beteson (1997 : 516) dan dalam Lovelock (2002 : 367), “lima unsur yang menentukan kualitas jasa yaitu : *tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy*”. *Tangibles* mencerminkan fasilitas fisik jasa seperti gedung kantor, ruangan, dan petugas. *Reliability* mencakup konsistensi dari penampilan dan keandalan jasa. *Responsiveness* meliputi kesiapan dan kecepat-tanggapan petugas untuk menyediakan jasa. *Assurance* meliputi keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan, keamanan dalam penggunaan jasa. *Empathy* mencakup kemudahan, komunikasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan mahasiswa. Dengan demikian kualitas pelayanan akan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menampilkan unsur-unsur kualitas jasa. Pada dasarnya unsur-unsur dari kualitas pelayanan akan menciptakan kepuasan bagi para mahasiswa. Dimana menurut Siat (1997:11) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan (mahasiswa).

Mahasiswa yang memperoleh kepuasan dalam kualitas pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas mahasiswa. Mahasiswa yang loyal adalah aset yang paling berharga bagi perguruan tinggi dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Griffin (2002 : 4) mengatakan bahwa :

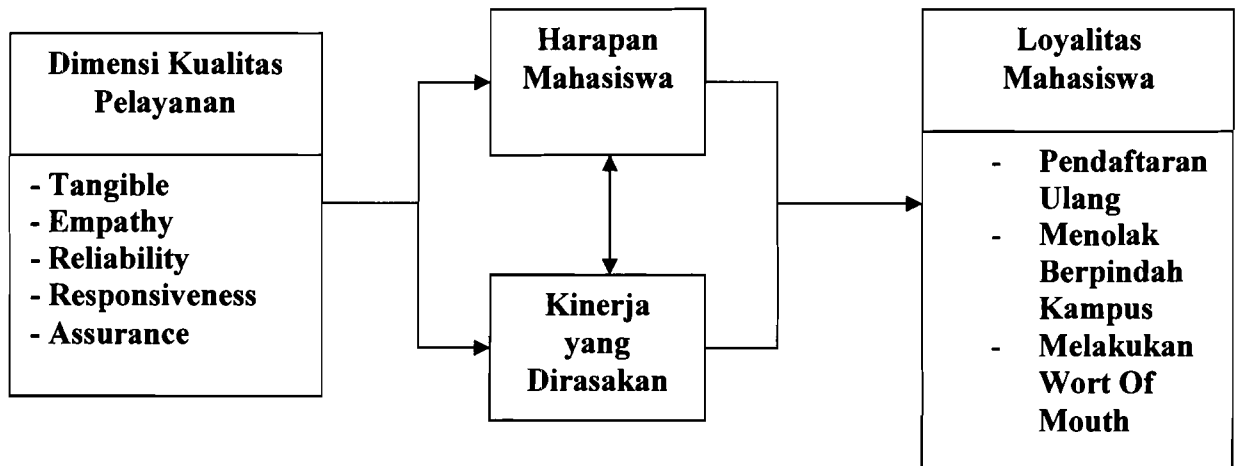
“Loyalty is based on behaviour and defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit”.

Kemudian Griffin juga mengungkapkan (2002 : 18) :

“ A first-time buyer goes through five steps : First, a customer becomes aware of a product and second, makes initial purchase. Next, the buyer moves through two attitude formation phases, one called “postpurchase evaluation “and the other termed “decision to purchase”. If the decision to repurchase is “yes”, the fifth step, repurchase, ultimately follows”.

Dari dua ungkapan di atas, dapat terlihat bahwa loyalitas lebih mengarah pada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Karakteristik pembeli yang loyal antara lain adalah melakukan pembelian (jasa) yang berulang-ulang, hanya membeli produk (jasa) dari perusahaan tersebut, menolak produk (jasa) lain, dan menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk (jasa) sejenis dari perusahaan pesaing.

Gambar 2.1. Model Pendekatan Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa mengenai pengaruh kualitas pelayanan perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai independen variabel (variabel bebas) adalah kualitas pelayanan Program Diploma Jurusan Akuntansi yang terdiri dari lima buah sub variabel yaitu sebagai berikut : pertama, pelayanan yang berbentuk fasilitas fisik (*tangibles*), kedua; konsistensi dan keandalan jasa Program Diploma Jurusan Akuntansi (*reliability*), ketiga; kesiapan dan kecepatan pelayanan petugas (*responsiveness*), keempat; jaminan/kepastian pelayanan jasa Program Diploma Jurusan Akuntansi (*assurance*), dan kelima; keterampilan dan keramahan petugas Program Diploma Jurusan Akuntansi (*empathy*). Sedangkan objek penelitian yang merupakan dependen variabel (variabel terikat) adalah loyalitas mahasiswa.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel kualitas pelayanan jasa Program Diploma Jurusan Akuntansi. Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian

yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Seperti yang terungkap di dalam objek penelitian, bahwa pokok masalah yang diteliti adalah bersumber pada dua hal yaitu kualitas pelayanan jasa Program Diploma Jurusan Akuntansi sebagai variabel bebas (variabel X) dan loyalitas mahasiswa sebagai variabel terikat (variabel Y). Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel untuk menjawab identifikasi masalah nomor 1, sampai dengan identifikasi masalah nomor 2, dapat terlihat pada pada Tabel 3.1. sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
<i>Kualitas Pelayanan (X) :</i> • <i>Tangibles</i>	Meliputi fasilitas fisik, pegawai, dan sarana komunikasi Program Diploma	Sarana parkir, interior ruangan, Program Diplomaing hall, penampilan karyawan	Tanggapan mahasiswa terhadap fasilitas yang disediakan Program Diploma	Ordinal
• <i>Reliability</i>	Konsistensi dan keandalan pelayanan jasa Program Diploma	Ketepatan dan kesesuaian serta kecepatan pelayanan dengan standar yang ada	Tingkat ketepatan dan kesesuaian	Ordinal

• <i>Responsiveness</i>	Kesiapan dan kecepatan petugas	Kecepatan merespon setiap keluhan dari mahasiswa	Tingkat kecepatan dalam merespon kebutuhan mahasiswa	Ordinal
• <i>Assurance</i>	Keterampilan dan keramahan petugas dalam melayani mahasiswa	Keterampilan dan keramahan petugas	Tingkat keterampilan dan keramahan petugas dalam melayani mahasiswa	Ordinal
• <i>Empathy</i>	Kemampuan dalam memahami kebutuhan mahasiswa	Kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa	Tingkat pemahaman petugas dalam memahami kebutuhan mahasiswa	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator Sub Variabel	Ukuran	Skala
Loyalitas Mahasiswa (Y)	Pembelian rutin konsumen yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan	Pembelian ulang	Tingkat minat mahasiswa untuk melanjutkan studi di PT yang sama	Ordinal
		Tidak terpengaruh oleh daya tarik produk pesaing	Tingkat kekebalan mahasiswa atas daya tarik produk pesaing	Ordinal
		Penciptaan prospek	Frekuensi merekomendasikan	Ordinal

3.2.3 Teknik Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini ukuran sampel ditentukan dapat ditentukan melalui rumus ukuran sampel minimal untuk koefisien korelasi yang dilakukan secara iteratif (perhitungan berulang-ulang) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Iterasi pertama mempergunakan rumus:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U'_p)^2} + 3$$

sedangkan

$$U'_p = \frac{1}{2} \ln \left\{ \frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right\}$$

2. Pada iterasi kedua rumus yang digunakan adalah:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U_p)^2} + 3$$

sedangkan

$$U_p = \frac{1}{2} \ln \left\{ \frac{1 + \rho}{1 - \rho} \right\} + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

Keterangan:

ρ = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan

$Z_{1-\alpha}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

α = kekeliruan type I

β = kekeliruan type II

Dengan melakukan penelitian pendahuluan untuk memperoleh parameter ρ dimana penelitian dengan topik yang sama belum pernah dilakukan, maka diperoleh ρ (koefisien korelasi terkecil) = 0,654. Sehingga dengan $\rho = 0,654$, $\alpha = 0,15$ dan $\beta = 0,10$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 97.

Unit observasi utama dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Program Diploma yang terdiri dari mahasiswa jurusan Akuntansi, di Perguruan Tinggi di Kota Bandung. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik stratifikasi. Kemudian jumlah responden masing-masing cluster mahasiswa ditarik dengan cara *proportional to size* berdasarkan populasi riilnya, dengan rumus :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Keterangan:

n_i = Ukuran sampel tiap stratum

N_i = Ukuran populasi tiap stratum

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

Sedangkan pemilihan sampel dari masing-masing *cluster* dilakukan dengan menggunakan teknik “ *simple random sampling* “ (pengambilan sampel secara acak).

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh penulis dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Wawancara, sebagai tehnik komunikasi langsung untuk memperoleh data-data yang diperlukan serta ditunjukkan kepada pihak mahasiswa maupun pejabat atau karyawan lain yang berwenang di Program Diploma Jurusan Akuntansi.
2. Kuesioner, daftar pernyataan yang dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan tertutup yang diberikan kepada pihak responden (mahasiswa Program Diploma Jurusan Akuntansi), sehingga memperoleh data yang berhubungan dengan judul tesis.
3. Observasi, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang tengah diteliti.

3.2.5. Metode Analisis

Pengolahan data dilakukan dengan dengan 3 (tiga) langkah, yaitu sebagai berikut:

1. Editing data

Proses editing dilakukan dalam 2 (dua) tahap; tahap pertama pada kuesioner sebelum datanya di-*entry* dan tahap kedua sesudah proses *data entry*. Pada dasarnya penyuntingan data dimaksudkan untuk mengurangi kesalahan pada data secara individual, mengurangi sifat keanekaragaman (*heterogenity*) dan terakhir untuk mempermudah dalam pengolahannya.

2. Data entry

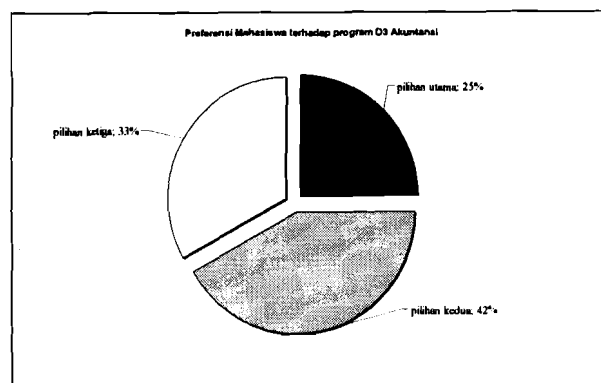
Proses data entry dilakukan secara manual dengan bantuan program database *Fox Pro*.

3. Tabulating

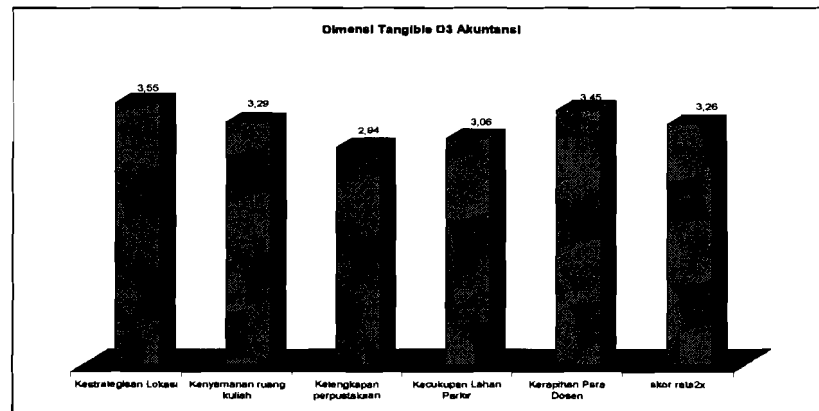
Menyiapkan tabel sebagai 'wadah' dari data yang sudah melalui proses diatas. Penyiapan tabel dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excell*.

Data yang telah ditabulasi kemudian dikelompokkan menurut dimensi atau unsur variabel, serta disajikan dalam daftar frekuensi, diagram dan gambar. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menggali perilaku faktor penyebab. Rancangan analisis dan penyajian hasil dilakukan dengan model sebagai berikut:

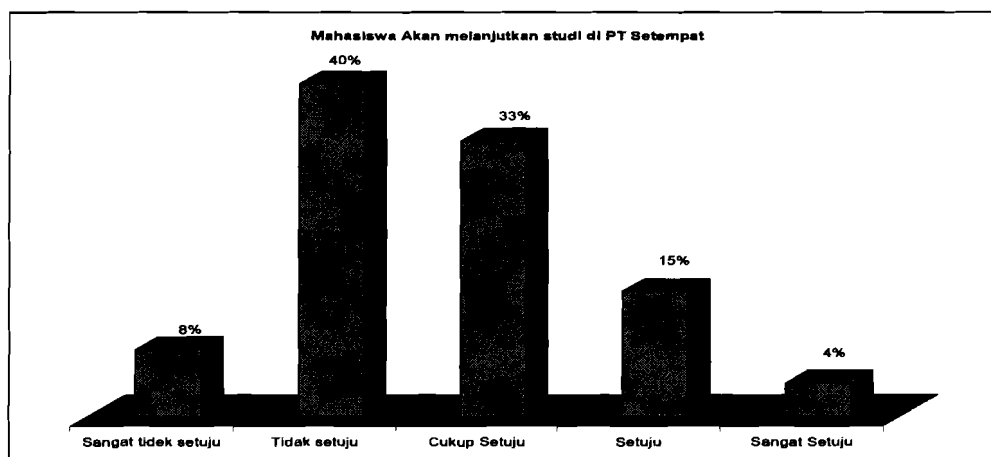
- a. Deskripsi profil mahasiswa D-III di kota Bandung, contoh tampilannya adalah sebagai berikut:



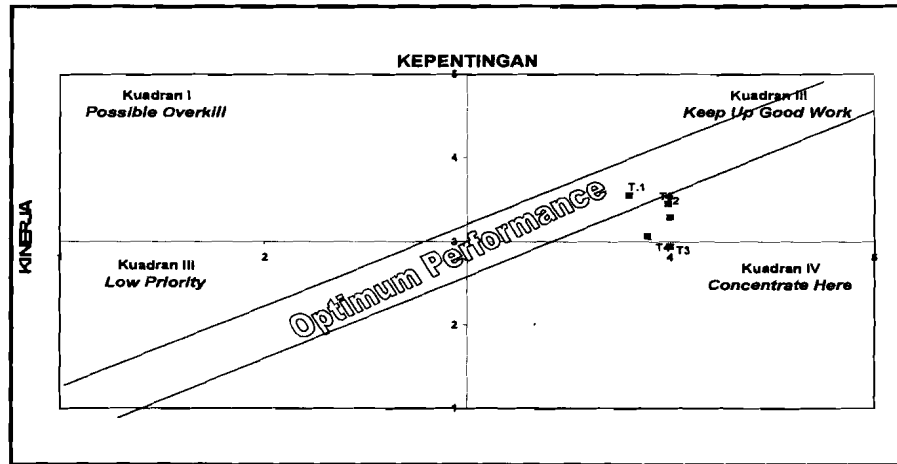
- b. Deskripsi persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan Program Diploma, contoh model penyajian data sebagai berikut :



- c. Deskripsi perilaku loyalitas mahasiswa terhadap program contoh model penyajian data sebagai berikut :



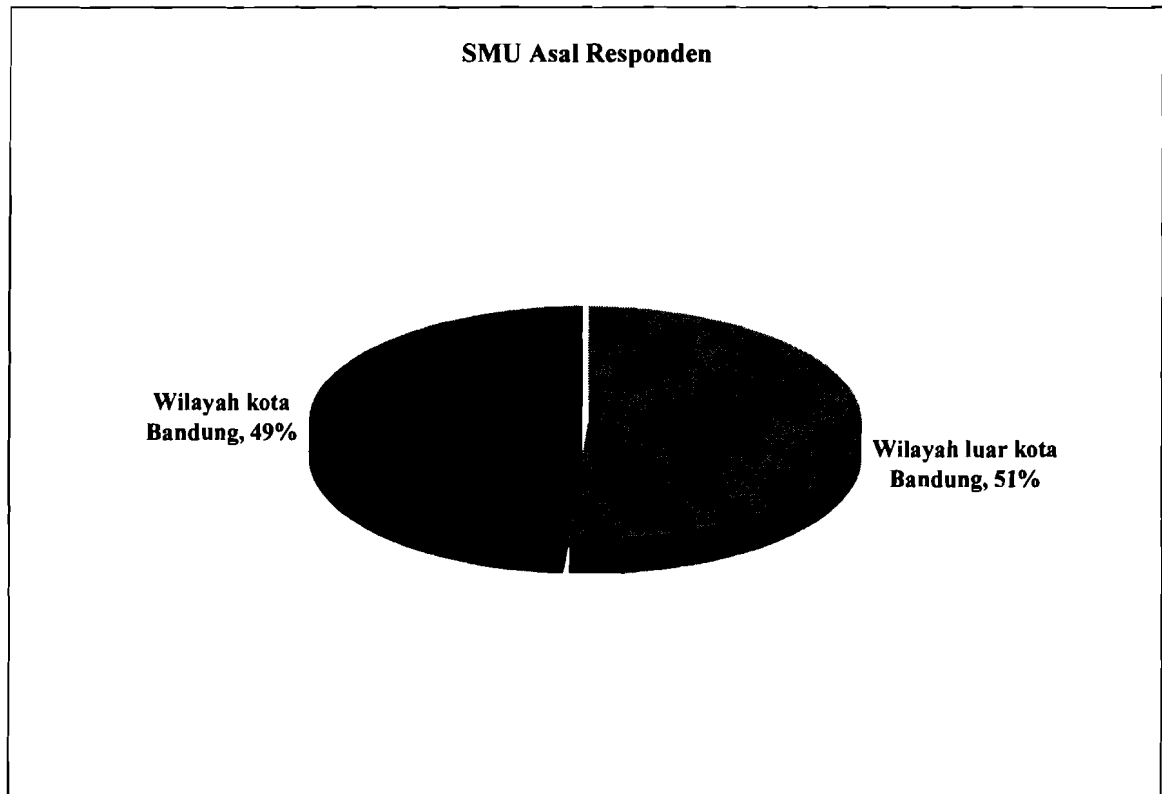
d. Deskripsi Prioritas Penanganan Layanan Pendidikan D3 Akuntansi sebagai berikut :



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

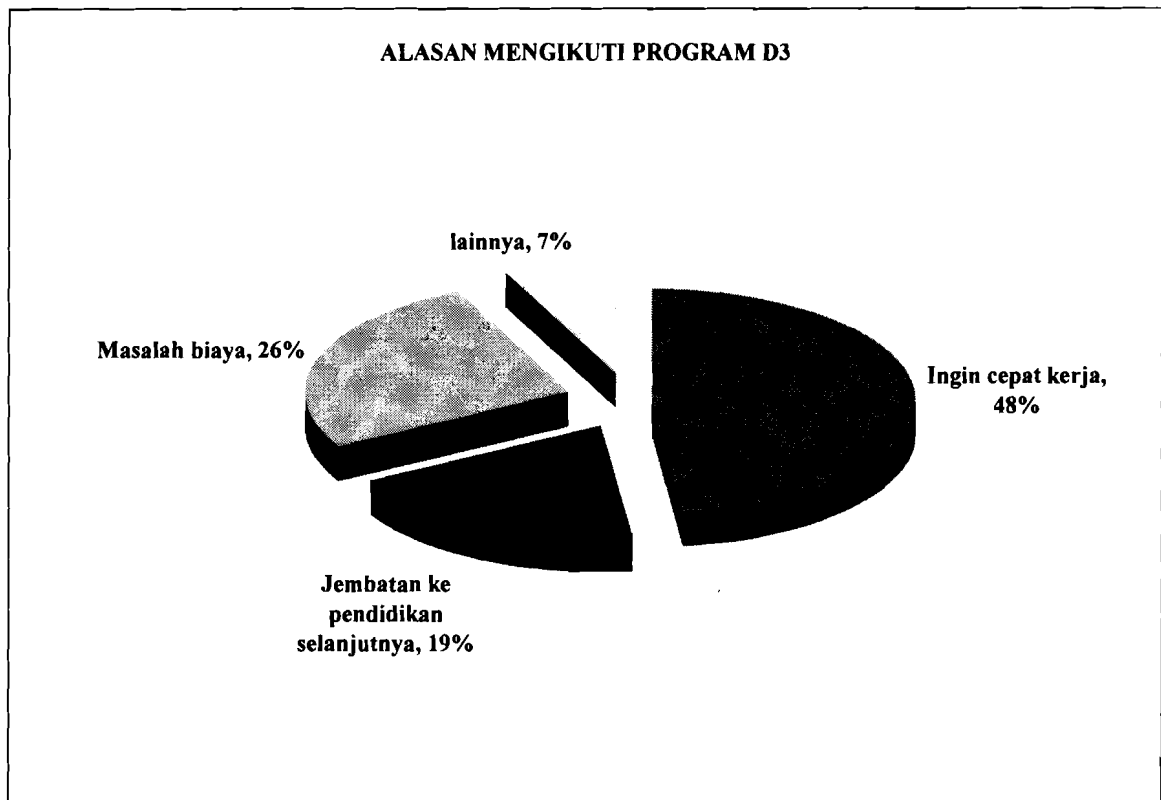
4.1 Profil Responden



Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.1 SMU Asal Responden

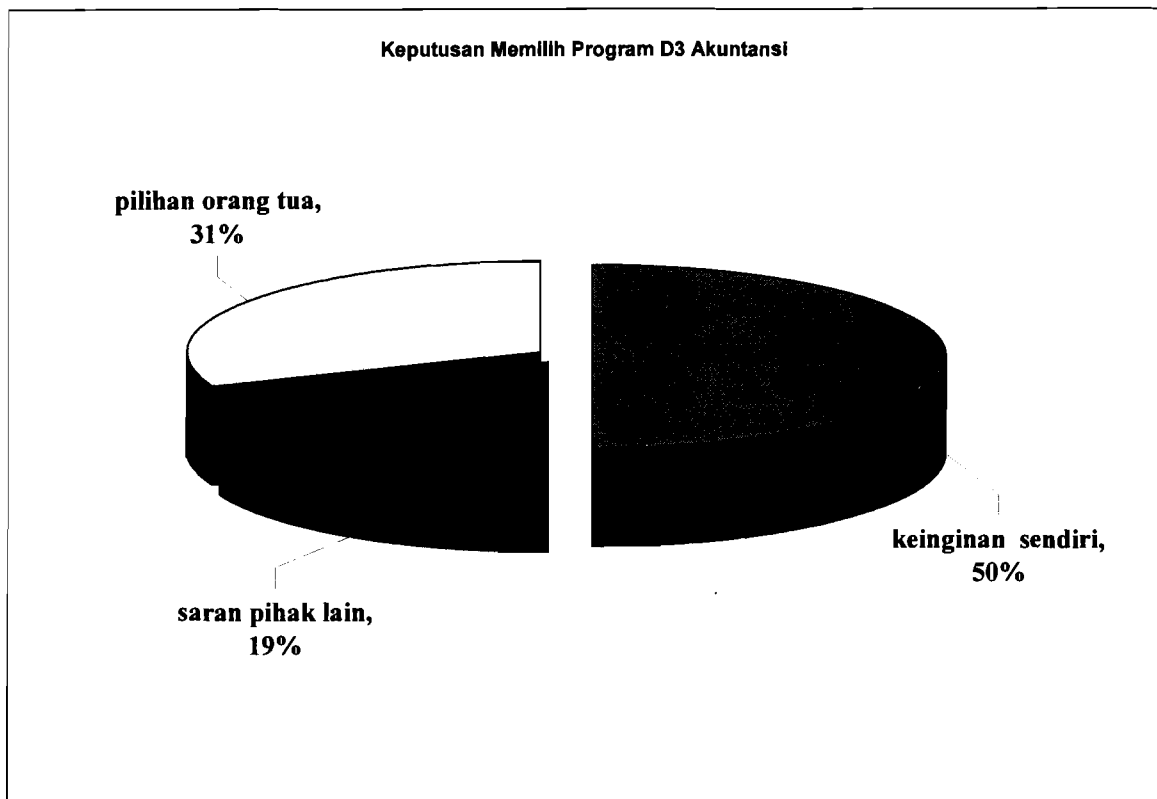
Sebagian responden berasal dari SMU di luar wilayah kota Bandung (51%) dan 49% berasal dari wilayah kota Bandung. Banyaknya mahasiswa yang berasal dari luar wilayah Bandung menunjukkan bahwa kota ini merupakan kota pelajar dan PT yang ada dapat dipercaya sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan.



Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.2 Alasan Mengikuti Program D3 Akuntansi

Ketika ditanyakan alasan responden memilih mengikuti program D3 sebanyak 48% responden mengatakan ingin cepat kerja, 26% sebagai jembatan ke pendidikan selanjutnya, 19% mengakui masalah biaya dan 7% lainnya. Program D3 menawarkan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan yang dapat diterapkan di tempat kerjanya kelak.



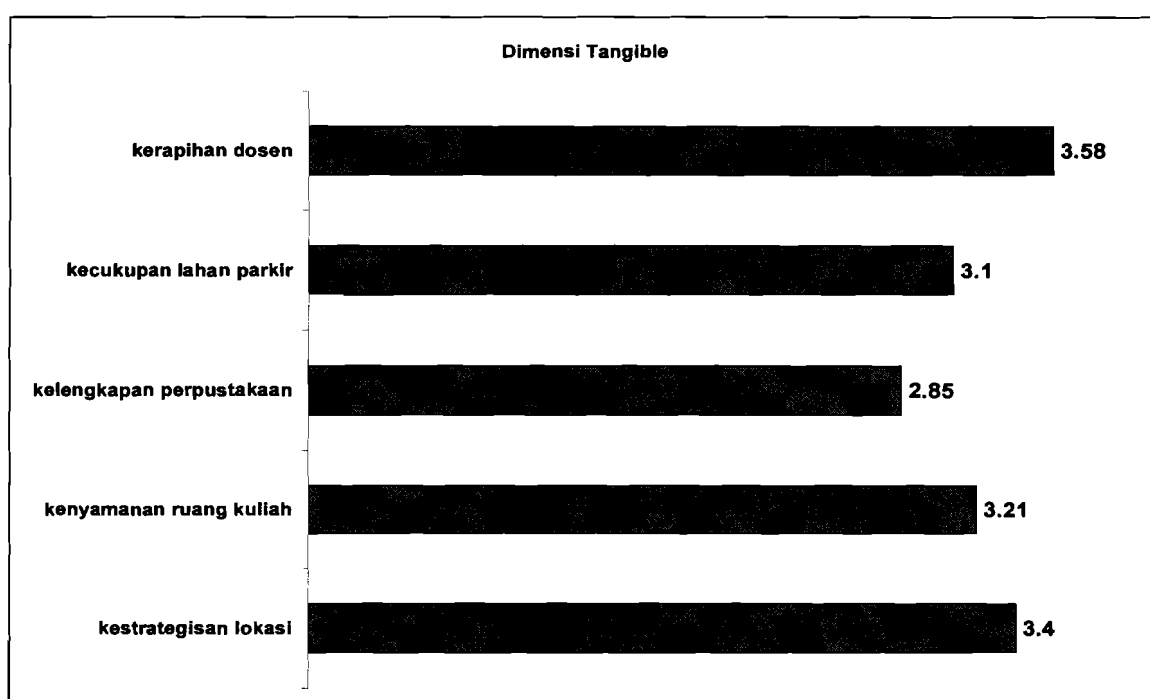
Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.3 Keputusan Memilih Program D3 Akuntansi

Dalam mengambil keputusan memilih program D3, responden mengakui bahwa keputusan tersebut diambil lebih banyak karena keinginan sendiri (50%), pilihan orang tua (31%) dan saran dari pihak lain (19%). Kebanyakan responden memilih pilihannya sendiri tentang pendidikan tinggi, karena menyadari pentingnya memperoleh pendidikan yang baik.

4.2 Pendapat Responden Mengenai Kualitas Layanan Program D3 Akuntansi

Dimensi kualitas pelayanan pendidikan tersebut adalah sebagai berikut : Pertama, pelayanan yang berbentuk fasilitas fisik (*tangibles*), kedua; keterampilan dan keramahan SDM (*empathy*), ketiga; kesiapan dan kecepatan pelayanan petugas (*responsiveness*), keempat; konsistensi dan keandalan jasa program D3 Akuntansi (*reliability*), dan kelima; jaminan/kepastian pelayanan jasa (*assurance*).



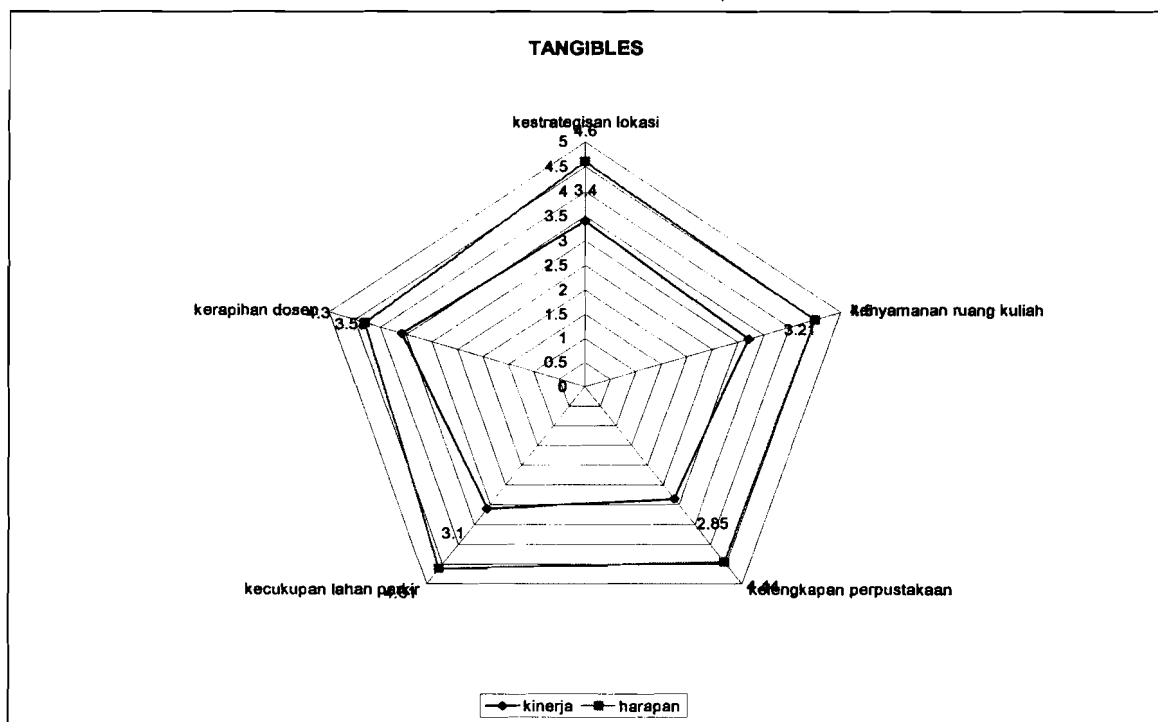
Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.4 Dimensi Tangible Program D3 Akuntansi

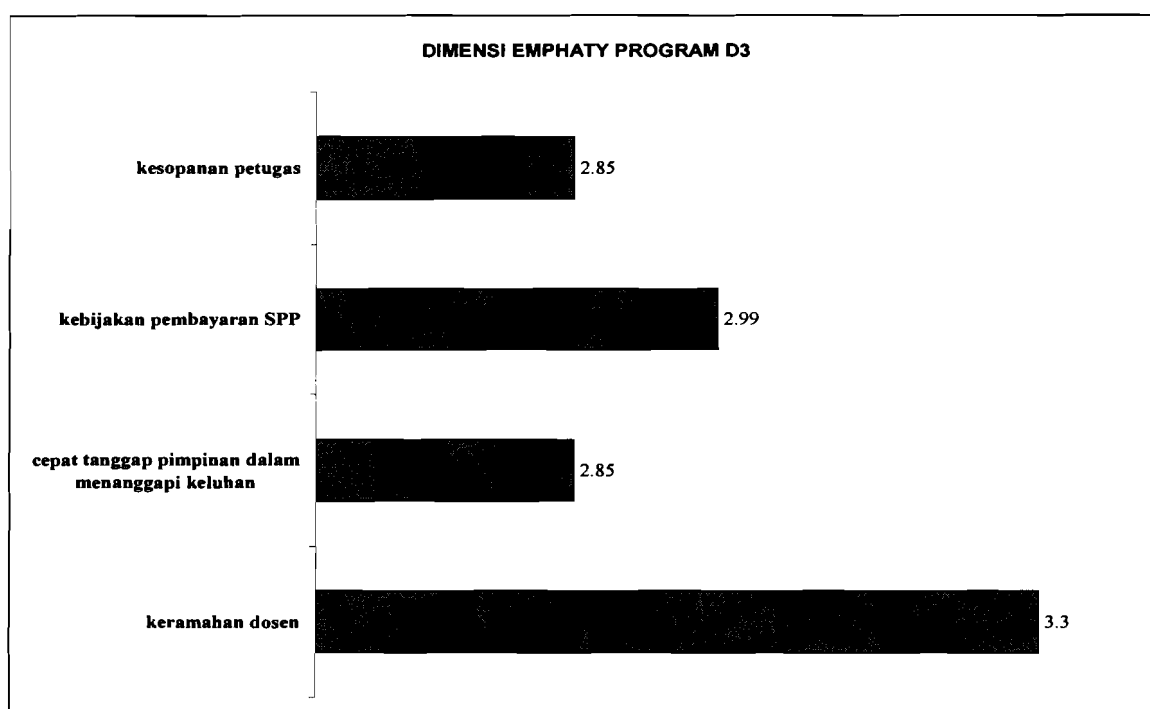
Berdasarkan gambar diatas dapat dikatakan bahwa kelengkapan perpustakaan memperoleh skor kinerja terendah yakni 2.85 atau kurang baik, jauh dibawah skor unsur lainnya. Hal ini karena menurut responden dari segi kelengkapan buku-buku dan jurnal

kurang lengkap, demikian juga fasilitas internet terbatas. Skor lainnya yang memperoleh nilai rendah kedua adalah kecukupan lahan parkir, dan ketiga adalah kenyamanan ruang kuliah. Sementara skor tertinggi kinerjanya diperoleh unsur kerapihan dosen cukup baik, melebihi skor unsur lainnya.

Penampilan SDM, khususnya kerapihan dosen dapat dikatakan sudah mendekati harapan responden, sementara kelengkapan perpustakaan dan kecukupan lahan parkir masih jauh dari harapan responden. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut yang menggambar kinerja dan harapan responden terhadap unsur-unsur tangibles:



Gambar 4.5 Kinerja dan Harapan Responden Terhadap Dimensi Tangibles Program D3 Akuntansi

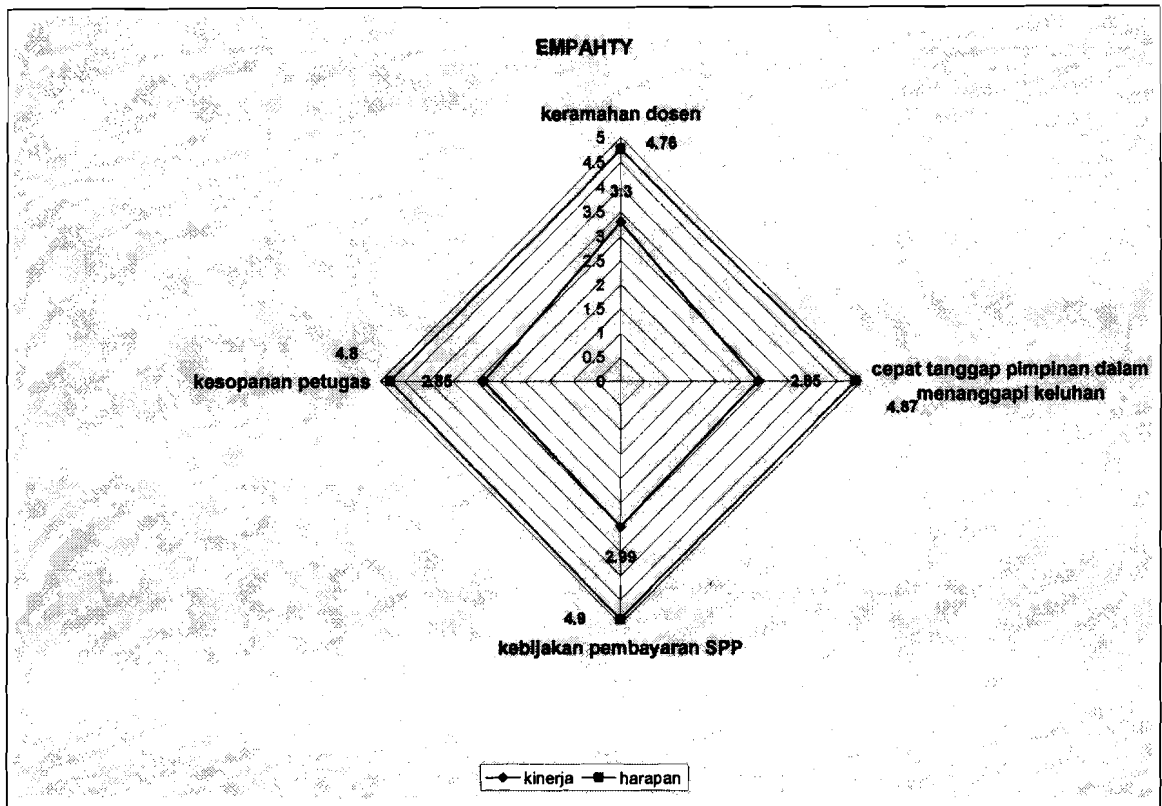


Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.6 Dimensi Emphaty Program D3 Akuntansi

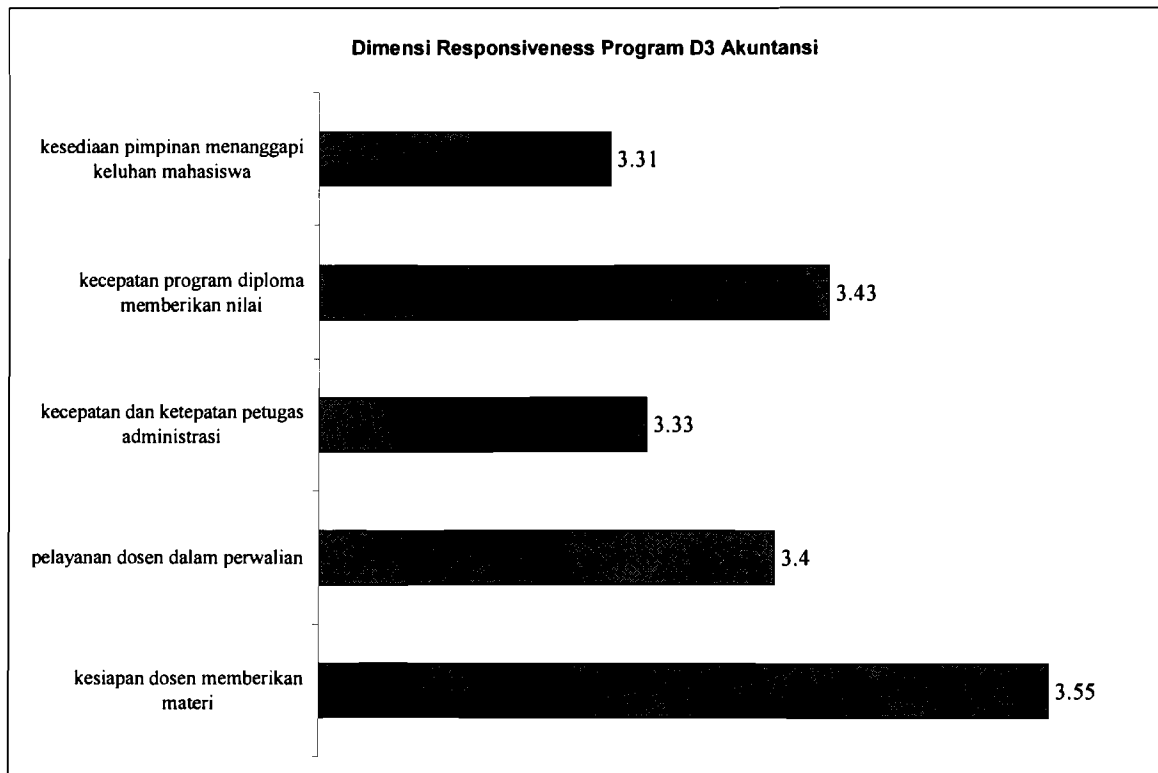
Secara keseluruhan dari dimensi empati, ternyata 2 unsur memperoleh skor kinerja yang kurang baik, yakni kesopanan petugas (2.85) dan kecepattanggapan pimpinan dalam menanggapi keluhan (2.85). Pimpinan dianggap kurang tanggap dalam menangani keluhan. Skor yang paling tinggi yakni 3.30 atau cukup baik diperoleh dari unsur keramahan dosen..

Pada gambar dibawah terlihat bahwa kesenjangan yang cukup besar terjadi pada unsur kesopanan petugas dan kecepattanggapan pimpinan serta kebijakan pembayaran SPP, unsur-unsur ini menurut responden perlu diperbaiki karena harapan mereka cukup tinggi.



Sumber: Data Olahan 2005

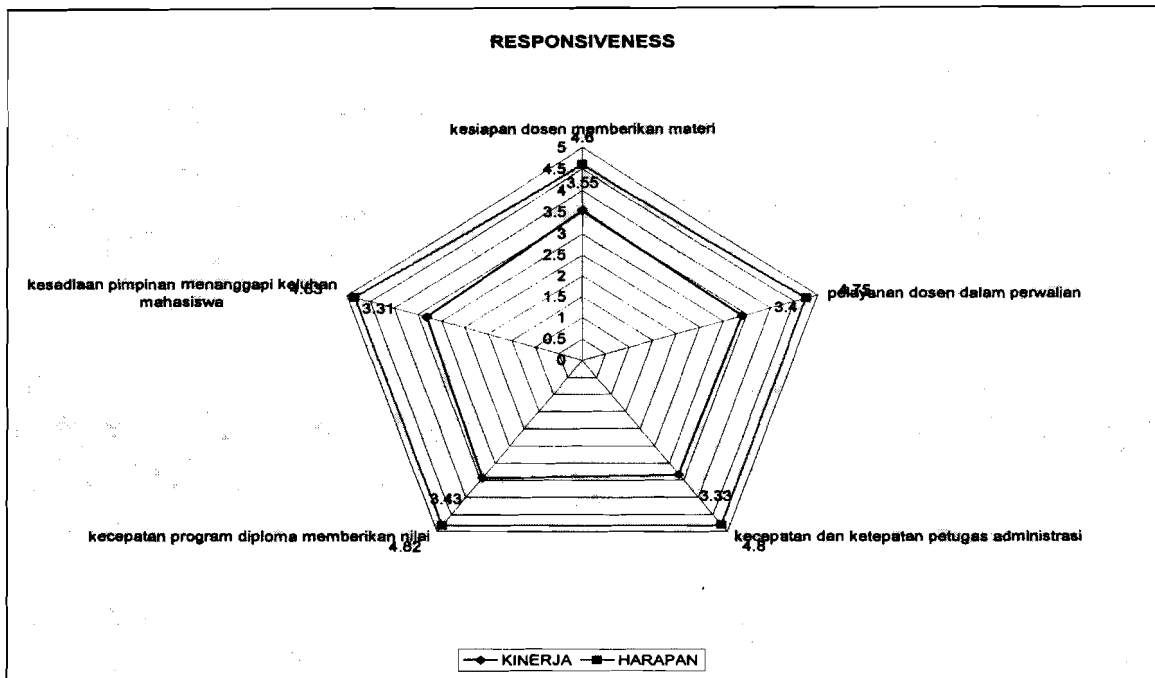
Gambar 4.7 Kinerja dan Harapan Responden Terhadap Dimensi Emphaty Program D3 Akuntansi



Sumber: Data Olahan 2005

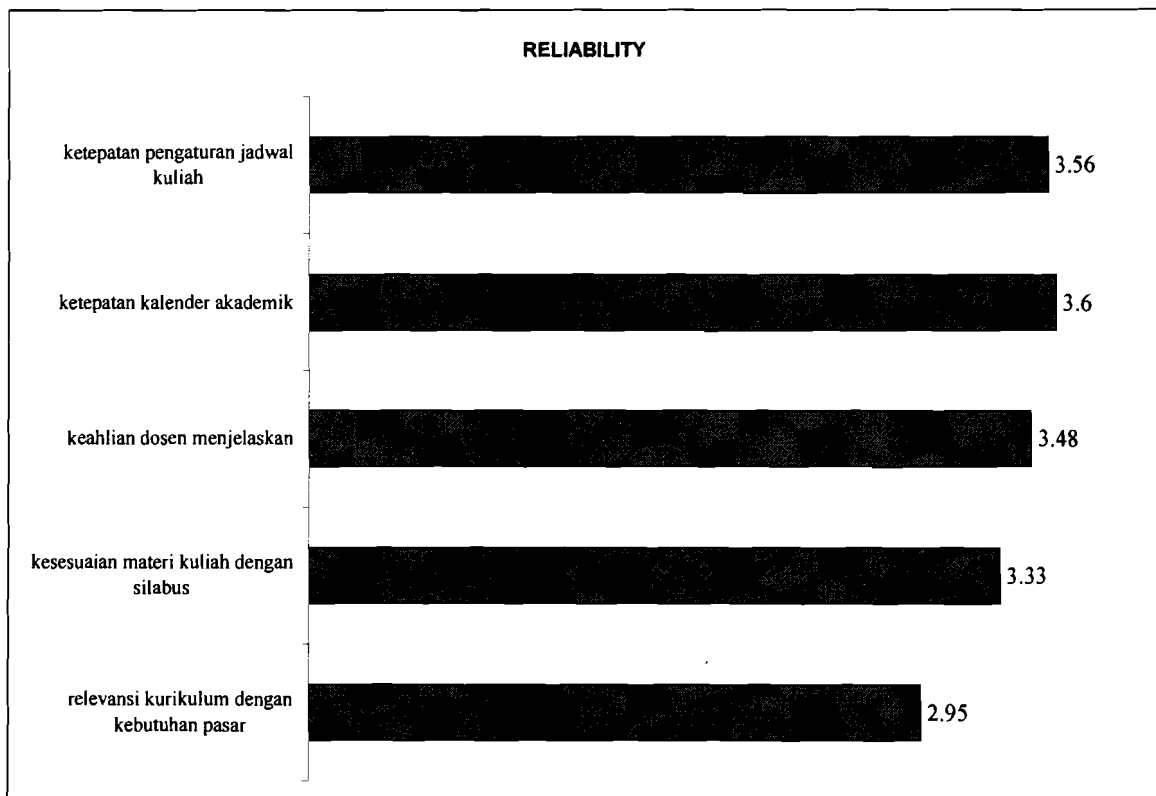
Gambar 4.8 Dimensi Responsiveness Program D3 Akuntansi

Dilihat dari kinerja dimensi responsiveness, maka dapat dikatakan bahwa aspek kesediaan pimpinan dalam menanggapi keluhan mahasiswa memperoleh skor kinerja terendah yakni 3,31 atau cukup baik, dan juga kecepatan dan ketepatan petugas Administrasi memperoleh skor rata-rata 3.33. Sementara skor tertinggi kinerjanya diperoleh unsur kesiapan dosen dalam memberikan materi perkuliahan (3,55) diikuti oleh pelayanan dosen dalam perwalian dengan mahasiswanya. Harapan responden belum dapat dipenuhi oleh kinerja kesediaan pimpinan dan kecepatan petugas administrasi sehingga terdapat kesenjangan yang cukup lebar, sebagaimana yang terlihat pada gambar berikut:



Sumber: Data Olahan 2005

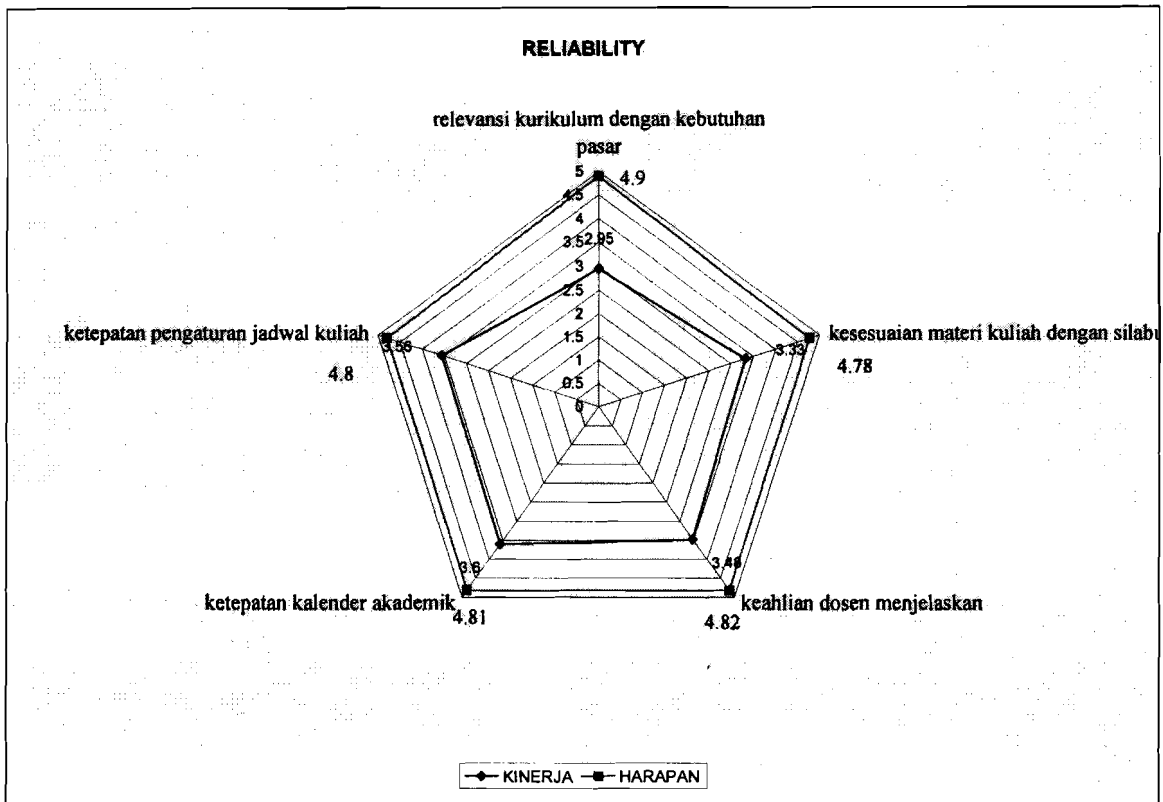
Gambar 4.9 Kinerja dan Harapan Responden Terhadap Dimensi Responsiveness Program D3 Akuntansi



Sumber: Data Olahan 2005

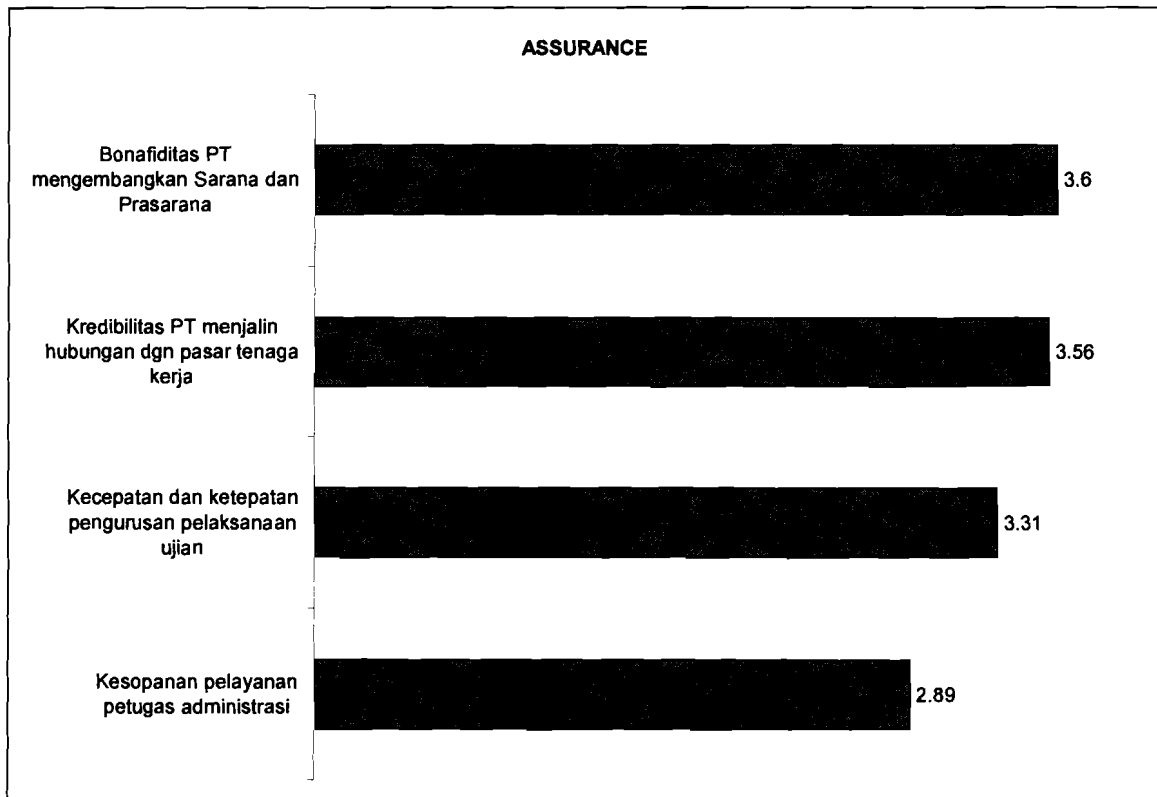
Gambar 4.10 Dimensi Reliability Program D3 Akuntansi

Dari dimensi reliabilitas, ternyata skor tertinggi diberikan pada unsur ketepatan kalender akademik dengan skor 3.60 atau cukup baik berada diatas unsur lainnya, sementara relevansi kurikulum dengan kebutuhan pasar memperoleh skor terendah dengan nilai 2.95 atau kurang baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa kurikulum masih perlu direvisi sehingga sesuai dengan kebutuhan pasar, responden memiliki harapan yang tinggi terhadap unsur ini tetapi kinerja yang ada belum dapat mendekati harapan tersebut.



Sumber: Data Olahan 2005

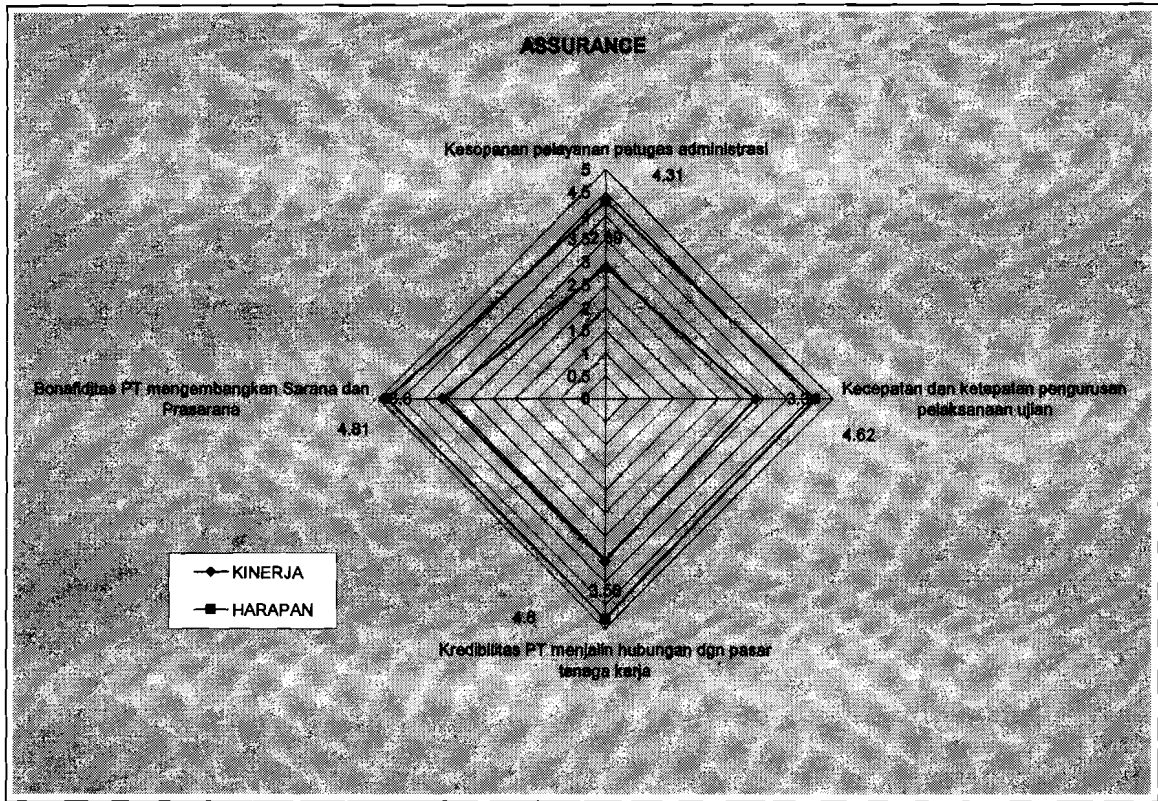
Gambar 4.11 Kinerja dan Harapan Responden Terhadap Dimensi Reliability Program D3 Akuntansi



Sumber: Data Olahan 2005

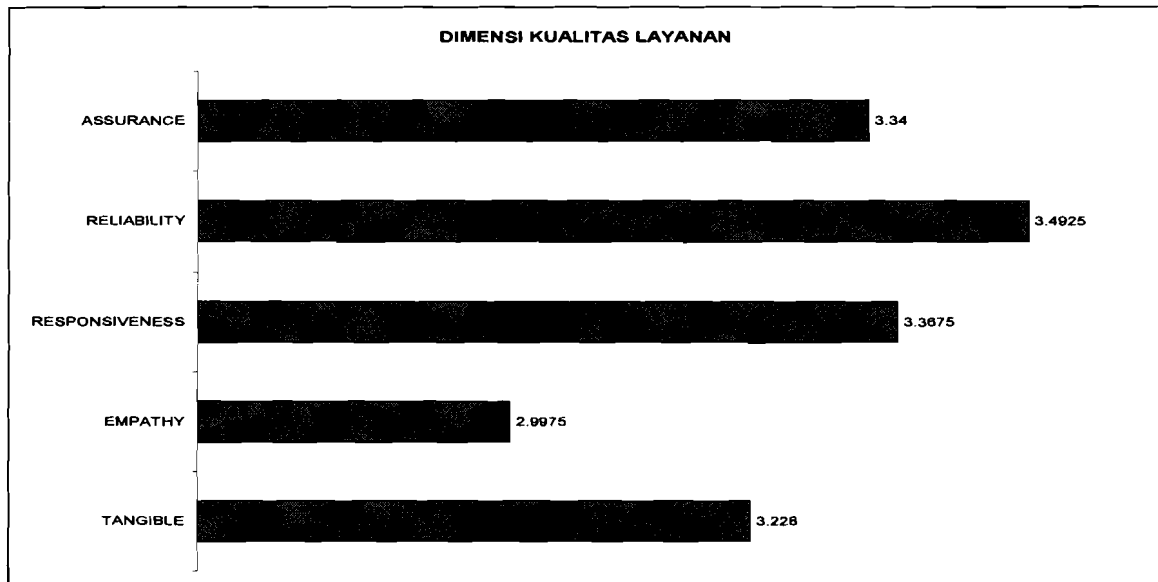
Gambar 4.12 Dimensi Assurance Program D3 Akuntansi

Secara keseluruhan dari dimensi assurance, ternyata kesopanan pelayanan petugas administrasi memperoleh skor rata-rata kinerja yang kurang baik, yakni 2,89 sementara bonafiditas perguruan tinggi dalam mengembangkan saran dan prasarana memperoleh skor tertinggi yakni 3,60. Responden juga menyatakan mereka memiliki harapan yang tinggi terhadap unsur kesopanan petugas administrasi, namun harapan ini belum dapat dipenuhi oleh kinerja yang ada saat ini.



Sumber: Data Olahan 2005

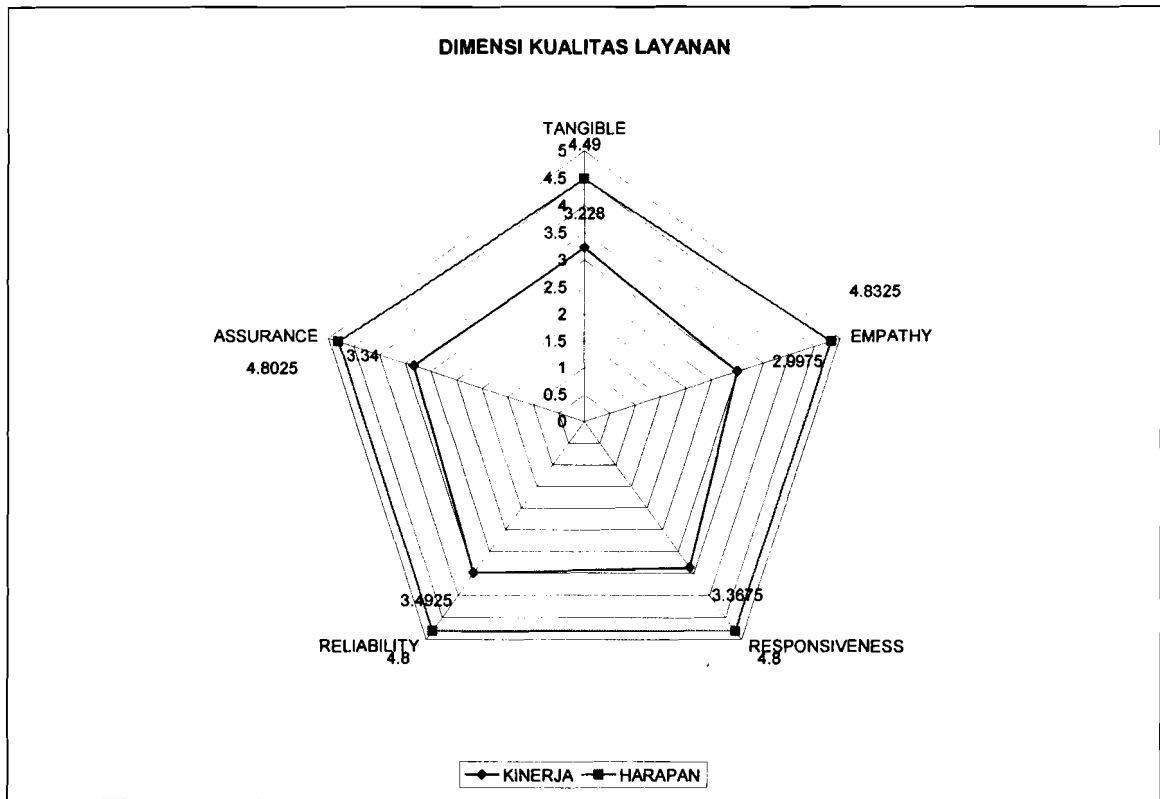
**Gambar 4.13 Kinerja dan Harapan Responden Terhadap Dimensi Assurance
Program D3 Akuntansi**



Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.14 Dimensi Kualitas Pelayanan Program D3 Akuntansi

Dilihat dari keseluruhan dimensi kualitas pelayanan, ternyata kinerja yang memperoleh skor terendah berada pada unsur empathy (2,99), diikuti dengan responsiveness (3,31). Kecenderungan responden memberikan skor rata-rata yang rendah menunjukkan bahwa SDM perguruan tinggi masih mementingkan sisi fisik/tangible dari pelayanan pendidikan. Padahal responden memiliki harapan yang cukup tinggi terhadap unsur empathy, namun kinerja yang ada belum dapat memenuhi harapan tersebut.

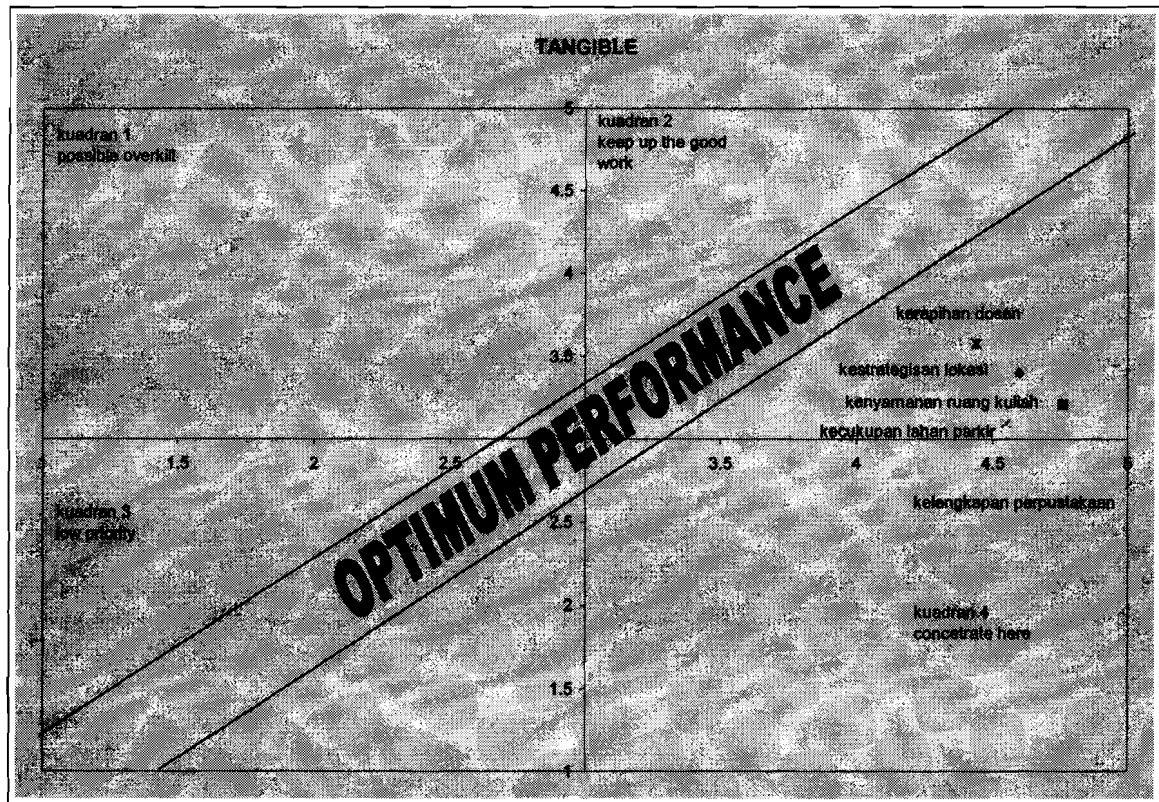


Sumber: Data Olahan 2005

**Gambar 4.15 Kinerja dan Harapan Responden Terhadap
Dimensi Kualitas Pelayanan Program D3 Akuntansi**

4.3 Pendapat Responden terhadap Kinerja dan Kepentingan Dimensi Kualitas Pelayanan

4.3.1 Pendapat Responden terhadap Kinerja dan Kepentingan Dimensi Tangible

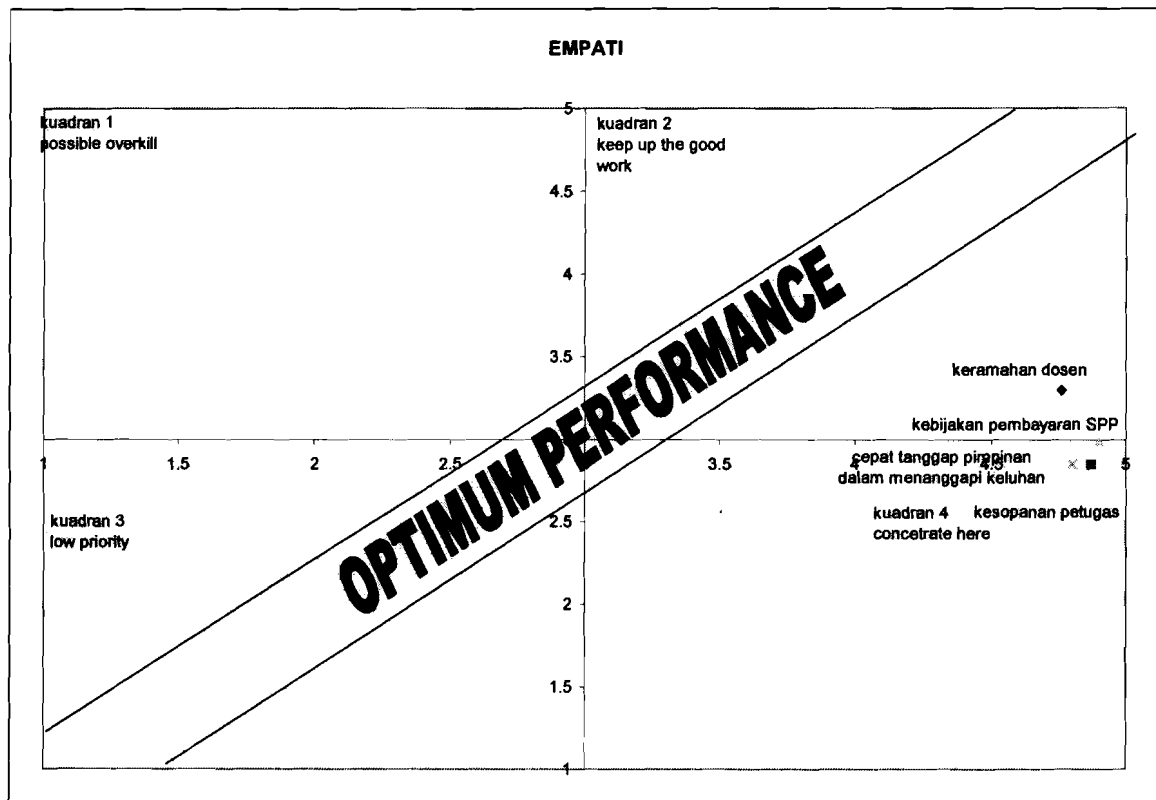


Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.16 Dimensi Tangible Program D3 Akuntansi

Dilihat dari tingkat kepentingan dan kinerja, ternyata hampir semua unsur terdapat pada kuadran II, yaitu kinerja perlu tetap dipertahankan dan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut responden. kelengkapan perpustakaan kinerjanya kurang baik namun memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, sehingga unsur ini perlu diperbaiki oleh pihak manajemen.

4.3.2 Pendapat Responden terhadap Kinerja dan Kepentingan Dimensi Emphaty



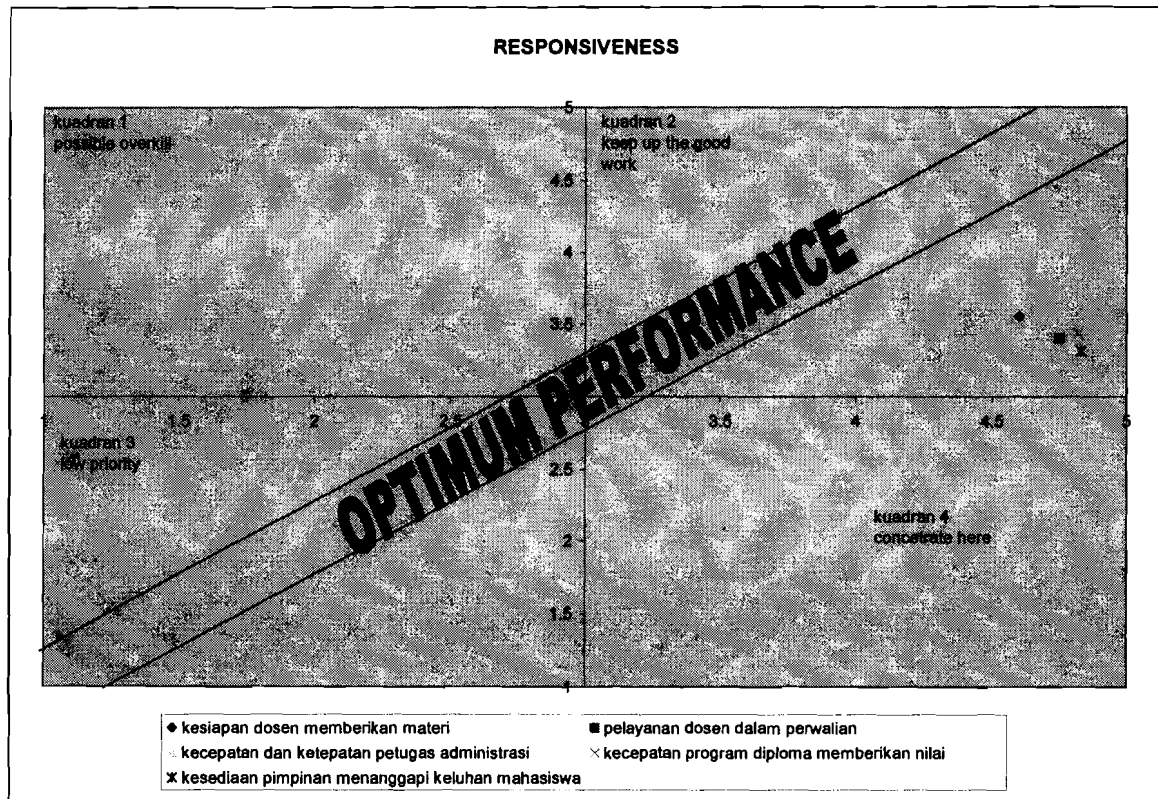
Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.17 Dimensi Emphaty Program D3 Akuntansi

Pada gambar diatas dapat diketahui tingkat kepentingan dan kinerja dimensi emphaty, ternyata hampir semua unsur terdapat pada kuadran IV, yaitu kinerja perlu diperbaiki dan memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi menurut responden yaitu kesopanan petugas kinerjanya kurang baik dibandingkan dengan unsur lainnya namun memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, sehingga unsur ini perlu diperbaiki oleh pihak manajemen.

4.3.3 Pendapat Responden terhadap Kinerja dan Kepentingan Dimensi

Responsiveness

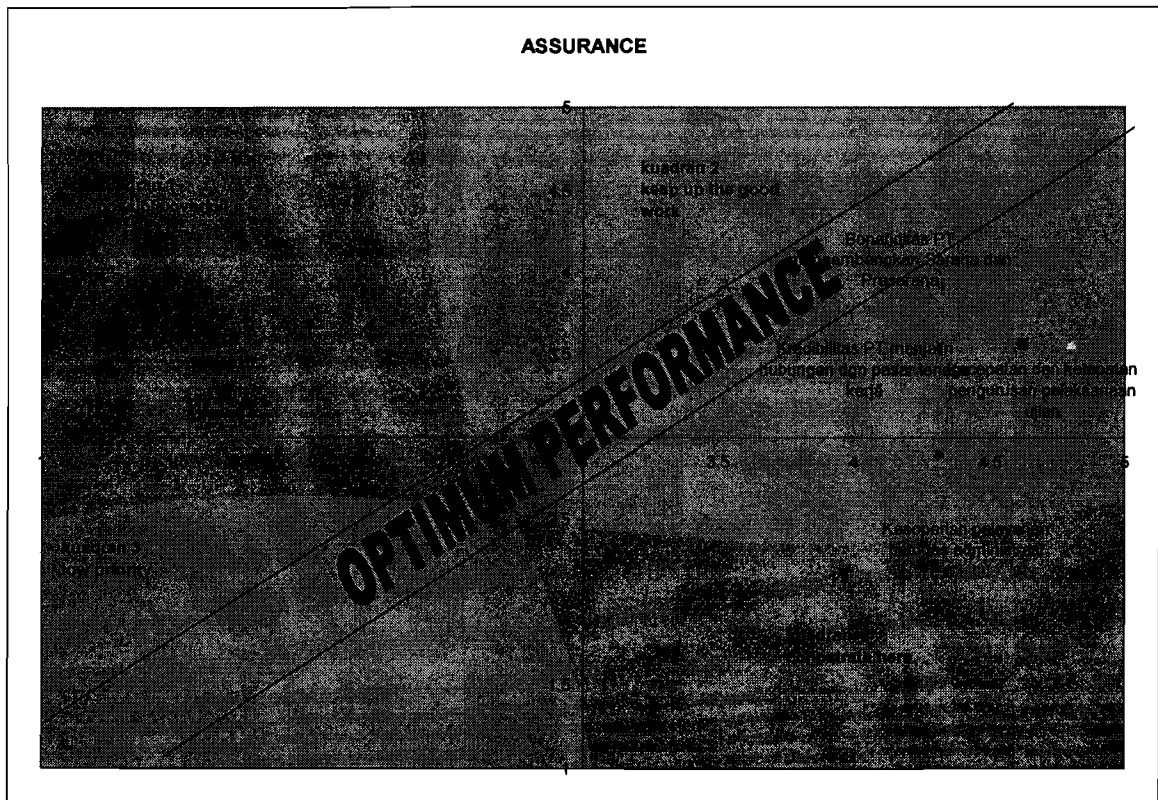


Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.18 Dimensi Responsiveness Program D3 Akuntansi

Pendapat responden mengenai tingkat kepentingan dan kinerja dimensi Responsiveness, ternyata hampir semua unsur terdapat pada kuadran II, yaitu kinerja perlu tetap dipertahankan dan memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi menurut responden. yaitu kesediaan pimpinan menanggapi keluhan perlu lebih ditingkatkan dibandingkan dengan unsur lainnya tingkat kepentingannya tinggi, sehingga unsur ini perlu diperbaiki oleh pihak manajemen.

4.3.5 Pendapat Responden terhadap Kinerja dan Kepentingan Dimensi Assurance



Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.20 Dimensi Assurance Program D3 Akuntansi

Pendapat responden mengenai tingkat kepentingan dan kinerja dimensi Assurance, ternyata hampir semua unsur terdapat pada kuadran II, yaitu kinerja perlu tetap dipertahankan dan memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi. Namun atribut kesopanan petugas berada pada kuadran IV yaitu kinerjanya rendah dibandingkan dengan unsur lainnya, tetapi tingkat kepentingannya tinggi, sehingga unsur ini perlu diperbaiki oleh pihak manajemen.

KINERJA DAN KEPENTINGAN KUALITAS LAYANAN

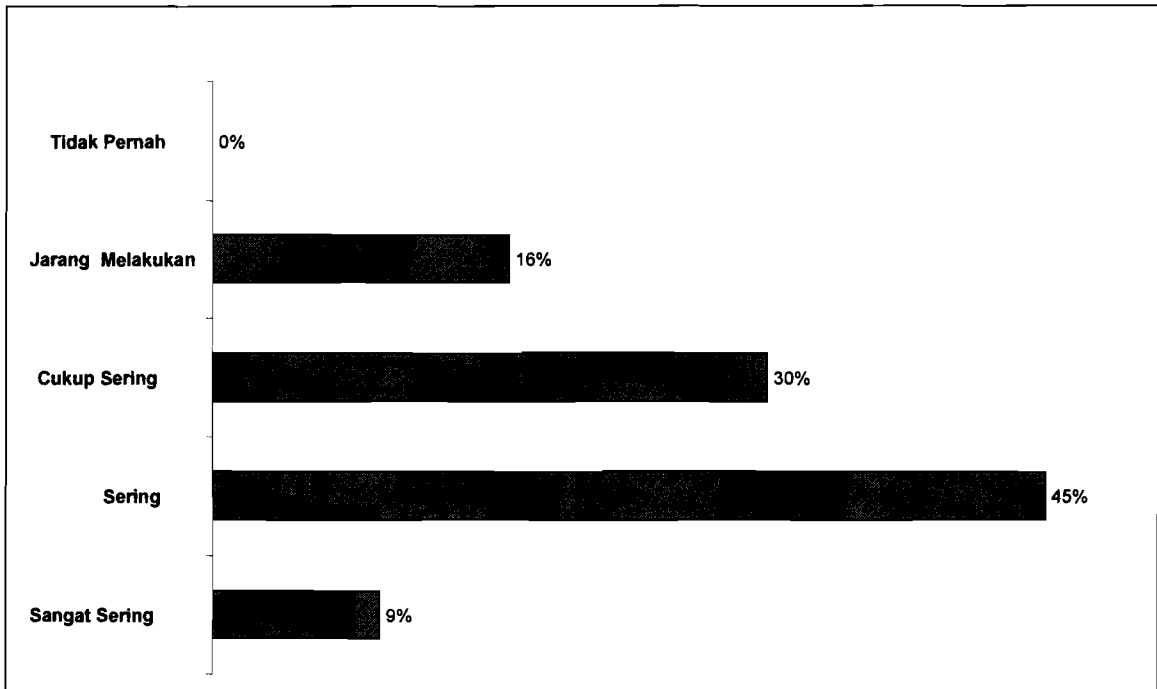


Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.21 Dimensi Kualitas Pelayanan Program D3 Akuntansi

Pendapat responden mengenai tingkat kepentingan dan kinerja dimensi kualitas layanan, ternyata semua unsur terdapat pada kuadran II, yaitu kinerja perlu tetap dipertahankan dan memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi. Namun atribut *Empathy* berada pada tepi garis sehingga dapat dikatakan kinerjanya lebih rendah dibandingkan dengan unsur lainnya, tetapi tingkat kepentingannya tinggi, sehingga unsur ini perlu diperbaiki oleh pihak manajemen.

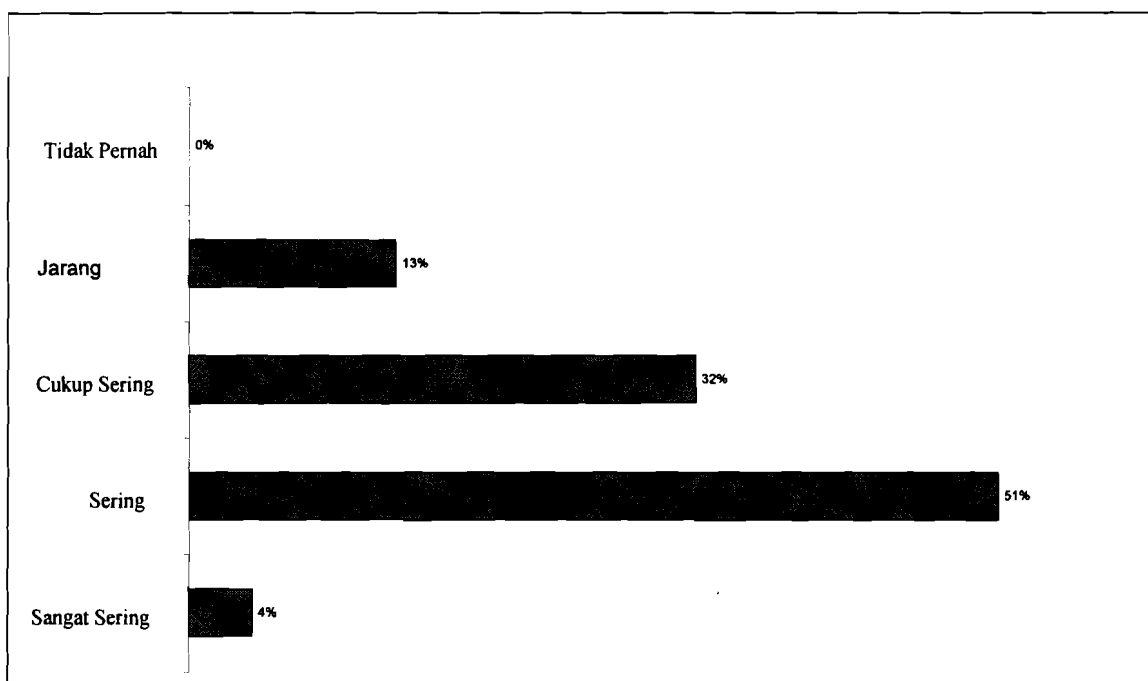
4.4 Tingkat Loyalitas Responden



Sumber: Data Olahan 2005

Gambar 4.22 Frekuensi Memberikan Sumbang Saran Kepada Program Diploma

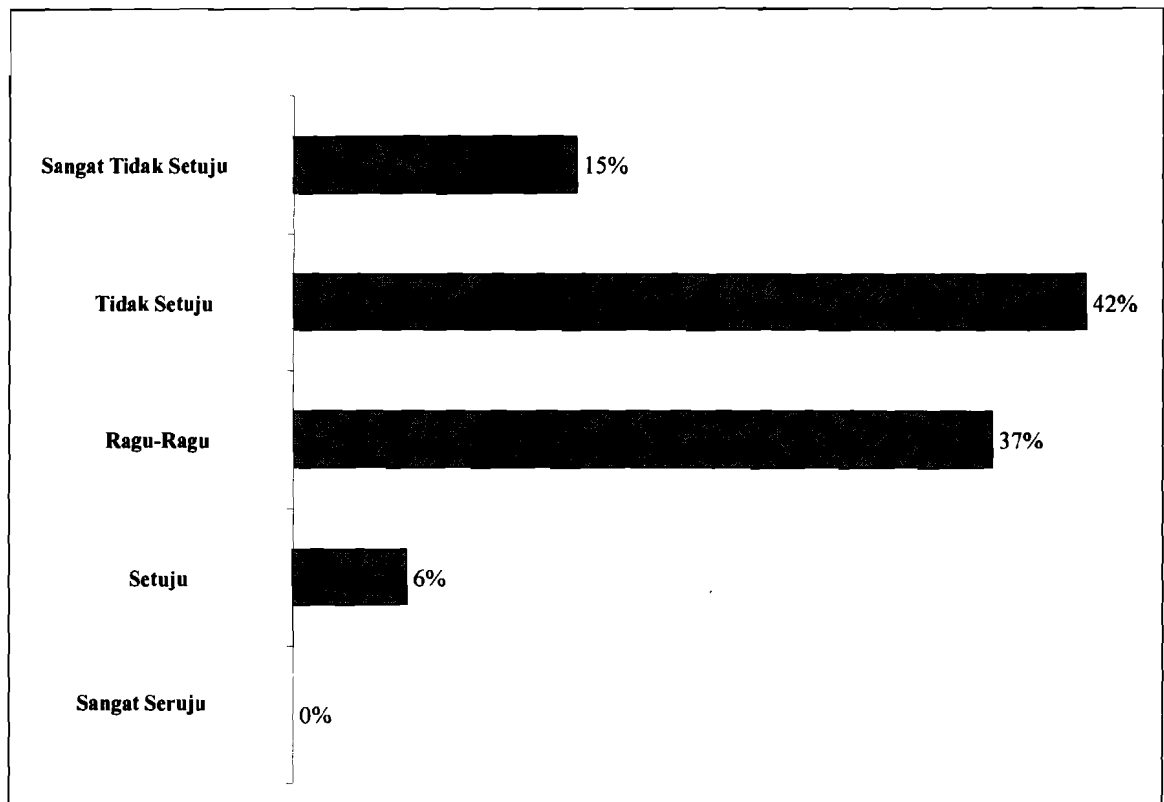
Ketika ditanyakan pada responden mengenai frekuensi memberikan sumbang saran kepada Program Diploma, sebanyak 45% mengatakan sering dan 30% mengatakan cukup sering serta 16% mengatakan jarang melakukan, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa program D3 Akuntansi relatif memiliki tingkat loyalitas yang cukup tinggi terhadap almamater.



Sumber: Data Olahan 2005

**Gambar 4.23 Frekuensi Merekomendasikan Kepada Orang Terdekat
untuk Menjadi Mahasiswa**

Salah satu dimensi loyalitas mahasiswa lainnya adalah Frekuensi merekomendasikan kepada orang terdekat untuk menjadi mahasiswa. Sebanyak 51% responden sering merekomendasikan, dan sebanyak 32% mengatakan cukup sering. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa sebagian responden dapat dikatakan cukup sering memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk mengikuti perkuliahan di Widyatama.



Sumber: Data Olahan 2005

**Gambar 4.24 Sikap Penolakan Responden
Untuk Meneruskan Pendidikan Di PTS Lain**

Dari hasil wawancara diperoleh gambaran bahwa tingkat penolakan atau tingkat imunitas mahasiswa terhadap daya tarik perguruan tinggi lain ternyata dapat dikatakan cukup rendah, tingkat rentanitas mahasiswa dapat terungkap bahwa sebanyak 45% dapat dikatakan tidak loyal, dan sebanyak 37% rentan atau dengan kata lain memiliki tingkat penolakan yang rendah terhadap daya tarik PTS lain.

4.5 Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa

Tabel 4.1
Koefisien Korelasi

	Tangible	Emphaty	Reliability	Responsiveness	Assurance	Loyalitas Mahasiswa
Tangible	1.000	0.207	0.159	0.060	0.456	0.437
Emphaty	0.207	1.000	0.370	0.180	0.164	0.419
Reliability	0.159	0.370	1.000	0.099	0.131	0.538
Responsiveness	0.060	0.180	0.099	1.000	0.292	0.358
Assurance	0.456	0.164	0.131	0.292	1.000	0.501
Loyalitas Mahasiswa	0.437	0.419	0.538	0.358	0.501	1.000

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 11.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.2
Koefisien Jalur dan Pengujian

	Koef. Jalur	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.	Kesimpulan
Tangible	0.207	2.688	1.986	0.009	Signifikan
Emphaty	0.150	2.014	1.986	0.047	Signifikan
Reliability	0.395	5.420	1.986	0.000	Signifikan
Responsiveness	0.201	2.805	1.986	0.006	Signifikan
Assurance	0.272	3.422	1.986	0.001	Signifikan

* $\alpha = 0,05$ ** Hasil SPSS

Pengaruh secara keseluruhan variabel-variabel *Service Quality* terhadap loyalitas mahasiswa adalah $R^2_{yx_1x_2x_3} = 0,574$ artinya variable-variabel di atas mempunyai pengaruh sebesar 57,4% terhadap loyalitas mahasiswa. Dan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak masuk ke dalam variabel penelitian.

Dengan menggunakan SPSS diperoleh tabel ANOVA sebagai berikut :

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2032.748	5	406.550	25.304	.000 ^a
	Residual	1510.252	94	16.067		
	Total	3543.000	99			

a. Predictors: (Constant), Assurance, Reliability, Responsiveness, Emphaty, Tangible

b. Dependent Variable: customer loyalty

Dengan derajat bebas $v_1 = k=4$ dan $v_2 = n-k-1=88$ diperoleh F tabel sebesar 2,311 sehingga F hitung > F tabel maka H_0 ditolak artinya secara keseluruhan *Service Quality* diatas berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa.

Dari hasil pengujian diatas diketahui bahwa nilai uji t dari semua variable bebas lebih besar dari t tabel atau dengan menggunakan program SPSS diperoleh bahwa nilai-nilai variable tersebut lebih kecil dari $\alpha(=0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable-variabel *Service Quality* tersebut berpengaruh signifikans terhadap loyalitas mahasiswa pada tingkat keyakinan 95%.

Pengaruh langsung dan tak langsung dari variabel-variabel *Service Quality* terhadap loyalitas mahasiswa ditampilkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pengaruh Langsung dan Tak Langsung *Service Quality* Terhadap Loyalitas Mahasiswa

variabel	Langsung	Tak Langsung	Jumlah
Tangible	4.285	4.760	9.045
Emphaty	2.250	4.047	6.297
Reliability	15.603	5.686	21.288
Responsiveness	4.040	3.175	7.215
Assurance	7.398	6.240	13.639
Jumlah			57.484

Dari table di atas diketahui bahwa Reliability mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas mahasiswa yaitu sebesar 21,288% disusul oleh Assurance sebesar 13,639% dan Tangible sebesar 9,045%.

4.6 Peningkatan Kualitas Jasa Pendidikan Program D3 Dalam Upaya membentuk Loyalitas Mahasiswa

Atas dasar pemetaan antara kinerja layanan dan tingkat kepentingan mahasiswa tentang jasa pendidikan Program D3 Akuntansi, maka dapat disusun sebuah rangkuman tentang upaya peningkatan kualitas layanan pendidikan yang dapat dikelompok dalam 4 bagian utama yaitu (1) mengembangkan produk layanan jasa pendidikan (2) meningkatkan kualitas proses pendidikan, (3) meningkatkan kelengkapan dan kualitas fasilitas pendidikan (4) dan mengembangkan SDM pendidikan, dan (5) meningkatkan komunikasi dengan lingkungan.

1) Mengembangkan Produk Pendidikan

- a. Untuk dapat menyusun kurikulum yang baik, perlu dilakukan studi kompetensi tenaga D3 Akuntansi yang diperlukan oleh pasar tenaga kerja dengan melibatkan pihak eksternal seperti pemakai lulusan, lembaga asosiasi di bidang D3 Akuntansi. Studi yang dilakukan bukan untuk menjawab tantangan dan kebutuhan pasar tenaga kerja saat ini tetapi berorientasi pada masa depan (3-5 tahun kedepan) dengan memperhatikan banyak aspek, terutama terhadap perkembangan teknologi informasi dan aplikasinya di tingkat nasional maupun internasional.
- b. Melakukan usaha-usaha nyata dalam meningkatkan jaminan pendidikan terutama jaminan setelah mahasiswa selesai studi, misalnya dengan melakukan kerjasama

dengan perusahaan agar dapat mengenal kualitas lulusan PTS. D3 Akuntansi di Bandung. Dengan meningkatkan daya serap lulusan, akan memberikan nilai jasa yang tinggi bagi lulusan sekaligus ada rasa aman (terjamin) bagi mahasiswa yang sedang kuliah. Kerjasama dengan pemakai lulusan dapat dilakukan dalam bentuk magang kerja sebelum mahasiswa lulus maupun penempatan mahasiswa dalam kerja praktek.

- c. Mengembangkan kelompok bidang ilmu yang terdiri atas dosen dan asisten yang berminat dalam bidang ilmu yang sama, sehingga bisa melakukan upaya-upaya perbaikan kurikulum, bahan ajar, dan penelitian secara lebih terarah. Mahasiswa dapat dilibatkan sebagai *associate member* dalam kelompok bidang ilmu ini. Kelompok bidang ilmu bukanlah organisasi yang bersifat struktural, tetapi lebih bersifat *partnership* yang memberikan tempat bagi para senior dan junior untuk berintraksi mengembangkan pengetahuan.
- d. Mengembangkan produk pendidikan yang dapat disampaikan kepada mahasiswa dengan metode pembelajaran "student active learning", sehingga intensitas komunikasi mahasiswa dengan dosen dapat berjalan dengan lebih lancar.

2) Meningkatkan Kualitas Proses Pendidikan

- a. Perlu menyusun standar prosedur dan standar kualitas untuk proses perkuliahan, praktikum, ujian, tugas akhir dan sistem penilaian yang kesemuanya harus dilaksanakan sekonsisten mungkin.
- b. Perlu disusun sistem evaluasi dan monitoring yang terkait dengan kedisiplinan dan kecukupan waktu belajar bagi mahasiswa.

- c. Perlu melakukan survey kepuasan mahasiswa secara periodik terhadap proses pendidikan yang sedang berjalan dan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengungkapkan berbagai keluhan dan menampung sumbang sara mereka, sehingga dapat diambil langkah-langkah perbaikan yang sesuai dengan tuntutan mereka.

3) Meningkatkan Kelengkapan dan Kualitas Fasilitas Pendidikan

Program D 3 dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga pendidikan tinggi dewasa ini sangat membutuhkan sarana dan prasarana yang memadai khususnya mengenai peralatan perkuliahan, perpustakaan dan fasilitas praktikum. Namun disadari tidak semua perguruan tinggi memiliki dana investasi yang mencukupi untuk hal tersebut, maka upaya-upaya yang dapat dilakukan adalah diantaranya :

- a. Melakukan *relationship* dengan lembaga terkait baik secara vertikal (*backward & forward intergratio nasional*) maupun horizontal (dengan pesaing) khususnya untuk cakupan lokal nasional.
- b. Mendayagunakan unit-unit kerja di lingkungan perguruan tinggi melalui perubahan orientasi dari semula kebijakan parsial menjadi kebijakan terpadu pihak manajemen. Namun hal ini dilakukan hanya bersifat sementara sebelum Program D3 di perguruan tinggi tersebut mampu mandiri.

4) Pengembangan SDM Pendidikan

- a. Dalam mengembangkan SDM, pihak perguruan tinggi harus mempertimbangkan komposisi dosen tetap dan dosen tidak tetap. Dalam penempatan dosen dalam perkuliahan, sebaiknya dosen senior ditempatkan di semester awal yang diharapkan mampu menjadi motivator mahasiswa dan

diharapkan dosen tersebut akan mampu menempa kedisiplinan para mahasiswa baru.

- b. Pihak pimpinan perlu memetakan komposisi antara kompetensi dan komitmen dosen dalam melaksanakan tugas di program D3. Tingginya kompetensi dosen tidak hanya diukur dari tingkat pendidikannya (S1,S2, atau S3), namun lebih diutamakan pada kemampuan dosen dalam melakukan transfer ilmu kepada para mahasiswanya. Sedangkan dalam mengukur komitmen dosen dapat dilihat dari tingkat kedisiplinan dosen dalam mengajar, melakukan komunikasi yang aktif dengan mahasiswa, dan senantiasa berperilaku sebagai pendidik (tidak hanya sebagai penyampai materi kuliah) hal ini diperlukan mengingat kondisi mahasiswa program D3 cenderung khas.
- c. Pihak pimpinan program D3, ada baiknya juga mulai mengembangkan kemampuan melayani untuk para petugas administrasi yang dewasa ini dinilai para mahasiswa masih bersifat kurang friendly dan tidak komunikatif. Untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang lebih kongkrit seperti mengingatkan dan meminta para petugas sekretariat untuk bersikap peduli terhadap para mahasiswa.

5) Mengembangkan Komunikasi dengan Lingkungan

Perguruan tinggi adalah merupakan lembaga yang memiliki banyak stakeholder, dalam upaya meningkatkan reputasi lembaga pihak perguruan tinggi perlu melakukan even-even yang bersifat produktif dengan lingkungannya. Adapun upaya yang dapat ditempuh dapat berupa :

- a. Melakukan program pemberdayaan masyarakat sekitar yang melibatkan unsur mahasiswa maupun para alumninya agar tercipta fanatisme almamater, dimana

program tersebut dapat berupa bakti sosial, pelatihan kewirausahaan atau bentuk kegiatan lain yang akan memberikan sisi positif bagi masyarakat.

- b. Dalam upaya memfasilitasi alumni untuk mempermudah mendapatkan pekerjaan maka pihak pimpinan perlu menjajaki kerjasama dengan beberapa perusahaan terkemuka yang berupa kegiatan magang mahasiswa tingkat akhir, disamping itu dapat diupayakan untuk terbentuknya kondisi *link and match* agar para alumni dapat tersebut di dunia kerja sebagaimana yang diharapkan.
- c. Dalam upaya memfasilitasi para alumni untuk memperoleh kesempatan kerja yang lebih luas maka perlu disediakan fasilitas yang berupa pusat informasi dan pengembangan diri alumni yang dikelola secara profesional.
- d. Perlu dilakukan penyusunan data base alumni yang dikelola dengan baik dan mengefektifkan kegiatan organisasi alumni sehingga dapat lebih menjalin kerja sama dengan para lulusan terbaru.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Pada dimensi tangible, ternyata skor terendah ada pada kelengkapan perpustakaan yang dirasakan oleh mahasiswa kurang lengkap, dimana saat ini sudah banyak buku teks yang belum ada dalam koleksi perpustakaan. Skor tertinggi ada pada item kestrategisan kampus, dimana kampus umumnya berada di pusat kota dan mudah diakses oleh kendaraan.
2. Reliability merupakan salah satu dimensi layanan jasa dimana skor terendah berada pada keahlian dosen dalam memberikan penjelasan dan kesesuaian materi kuliah dengan silabus dan kurikulum, sementara tertinggi pada ketepatan pengaturan jadwal kuliah.
3. Kecepatan dan ketepatan petugas administrasi dan kesediaan pimpinan dalam menanggapi keluhan memperoleh skor terendah dibandingkan dengan item lainnya, dan kesiapan dosen dalam memberikan materi memperoleh skor tertinggi, item ini merupakan bagian dari dimensi layanan responsiveness.
4. Pada aspek assurance, nilai terendah diperoleh item kredibilitas Perguruan Tinggi dalam menjalani hubungan baik dengan pasar tenaga kerja dan bonafiditas perguruan tinggi, sementara skor tertinggi ada pada item kesopanan petugas administrasi.
5. Dapat dilihat bahwa skor terendah ada pada item kecepatangapan pimpinan dalam menanggapi keluhan dan kebijakan pembayaran SPP. Hal ini dapat dipahami karena

pada umumnya mahasiswa ingin memperoleh lebih banyak fleksibilitas waktu dalam membayar SPP.

6. Secara keseluruhan, Dimensi Responsiveness perlu lebih ditingkatkan kinerjanya karena memperoleh skor terendah (3,52), diikuti oleh dimensi Tangible dan Emphaty. Sementara skor tertinggi diperoleh dimensi Reliability (3,87).
7. Loyalitas mahasiswa dan alumni dapat dikatakan relatif masih rendah hal ini ditunjukkan pada salah satu indikator utama tingkat loyalitas yakni tingkat kekebalan mahasiswa terhadap daya tarik perguruan tinggi lain, masih rendah.
8. Dari hasil pengujian melalui analisis jalur ternyata bahwa dimensi yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa adalah dimensi reliability dan assurance. Jadi untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa maka manajemen hendaknya mempertimbangkan dua aspek utama dalam mengembangkan kualitas layanan jasa pendidikan.

5.2. Saran-saran

1. Melakukan usaha-usaha nyata dalam meningkatkan jaminan pendidikan terutama jaminan setelah mahasiswa selesai studi, misalnya dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan agar dapat mengenal kualitas lulusan PTS. D3 Akuntansi di Bandung.
2. Mengembangkan kelompok bidang ilmu yang terdiri atas dosen dan asisten yang berminat dalam bidang ilmu yang sama, sehingga bisa melakukan upaya-upaya perbaikan kurikulum, bahan ajar, dan penelitian secara lebih terarah.

3. Mengembangkan produk pendidikan yang dapat disampaikan kepada mahasiswa dengan metode pembelajaran "*student active learning*", sehingga intensitas komunikasi mahasiswa dengan dosen dapat berjalan dengan lebih lancar.
4. Mendayagunakan unit-unit kerja di lingkungan perguruan tinggi melalui perubahan orientasi dari semula kebijakan parsial menjadi kebijakan terpadu pihak manajemen. Namun hal ini dilakukan hanya bersifat sementara sebelum Program D3 di perguruan tinggi tersebut mampu mandiri.
5. Pihak pimpinan perlu memetakan komposisi antara kompetensi dan komitmen dosen dalam melaksanakan tugas di program D3. Tingginya kompetensi dosen tidak hanya diukur dari tingkat pendidikannya (S1, S2, atau S3), namun lebih diutamakan pada kemampuan dosen dalam melakukan transfer ilmu kepada para mahasiswanya.
6. Dalam upaya memfasilitasi alumni untuk mempermudah mendapatkan pekerjaan maka pihak pimpinan perlu menjajaki kerjasama dengan beberapa perusahaan terkemuka yang berupa kegiatan magang mahasiswa tingkat akhir, disamping itu dapat diupayakan untuk terbentuknya kondisi link and match agar parta alumni dapat tersebut di dunia kerja sebagaimana yang diharapkan.
7. Dalam upaya memfasilitasi para alumni untuk memperoleh kesempatan kerja yang lebih luas maka perlu disediakan fasilitas yang berupa pusat informasi dan pengembangan diri alumni yang dikelola secara profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Bateson John E.G., 1997, **Managing Services Marketing**, Second Edition, Dryden Press, Orlando.
- Berkowicz, Eric N, 1996, **Essential Of Health Care Marketing**, Aspen Publisher Inc.,Geetherburg Maryland, USA.
- Berry Leonard L. and Parasuraman A., 1995 **Marketing Services**, Macmillan Inc., Englinton Avenue East, New York,.
- Tjiptono Fandi, 1997, **Strategi Pemasaran**, Yogyakarta : Andi Offset
- Hague Paul, 1995, **Merancang Kuesioner**, Bandung : PT. Pustaka Binaman Presindo
- J. Supranto, 1997, **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**, Jakarta :Rineka Cipta
- Kotler, Philip, 1997, **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**, Sevent Edition, Prentice Hall International, Inc. A Division of Simon & Scuster, Englewood Cliffs, Nj07632,.
- _____, 1996, **Principles at Marketing**, Third Edition, New Jersey Prentice Hall. A Division of Simon & Scuster, Inc.
- Lovelock Christopher H., 1996, **Services Marketing**, Third Edition, Prentice Hall International Edition, USA.
- Moch. Nazir. 1988, **Metode Penelitian**. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rust Roland, 1996, **Service Marketing**, Harper Collins College Publishes
- Sitepu Nirwana, 1994, **Analisis Jalur**, Bandung : UPT Jurusan Statistik, FMIPA UNPAD
- Stanton, William J. & Charles Futrell. 1994, **Fundamental Of Marketing** 8th edition. Singapore : McGrow Hill.
- Sugiyono, 1997, **Statistik Untuk Penelitian**, Bandung : ALFABETA