

EVALUASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BIMBINGAN SKRIPSI
STUDI PADA: UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA

Dra. Salamatun Asakdiyah, M.Si

Fakultas Ekonomi, Universitas Ahmad Dahlan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan bimbingan skripsi terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada mahasiswa yang sedang mengambil skripsi di Fakultas Ekonomi dan Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta Sampel ditentukan dengan metode convenience sampling dan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang berisi tentang persepsi kualitas pelayanan yang diterima mahasiswa dan kepuasan mahasiswa. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa digunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil pengujian koefisien regresi secara serempak dengan uji F menunjukkan bahwa Variabel-variabel bebas yang mencakup University Staff, Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cost, Advice dan Schedule secara bersama-sama signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Variabel-variabel bebas ini mampu menjelaskan variabel kepuasan mahasiswa sebesar 63,8% dan sisanya 36,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil pengujian koefisien regresi secara parsial dengan t menunjukkan bahwa variabel University Sta. Facilities, Reputation dan Schedule signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Sedangkan variabel Recreational Activities, Campus Environment, Cost, dan Advice secara parsial tidak signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

A. PENDAHULUAN

Globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia mengakibatkan perubahan yang cepat pada lingkungan bisnis. Penyesuaian diri dengan perubahan yang ada merupakan tuntutan utama bagi setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, sehingga perusahaan dapat bersaing di pasar global. Untuk dapat memenangkan persaingan ini setiap perusahaan haruslah mempunyai keunggulan kompetitif. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah melalui peningkatan kualitas barang dan jasa. Peningkatan kualitas barang dan jasa merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi penentuan pemilihan barang dan jasa bagi pelanggan. Sedangkan tujuan perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Dengan demikian kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas barang dan jasa yang diberikan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Salah satu lembaga yang merasakan dampak perkembangan ekonomi global adalah Perguruan Tinggi. Perguruan Tinggi memperoleh tantangan yang paling berat, karena perguruan tinggi dipercaya sebagai lembaga yang berkompeten untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang unggul (Suara Pembaruan, 1998). Selain itu perguruan tinggi merupakan tempat untuk membentuk dan mempersiapkan sumberdaya manusia yang berkualitas melalui proses belajar mengajar. Dalam proses belajar mengajar akan melibatkan berbagai unsur antara lain: dosen, mahasiswa, karyawan, orang tua, pemerintah, sarana dan prasarana, serta pihak-pihak lain yang akan menentukan keberhasilan perguruan tinggi dalam menghasilkan sarjana-sarjana yang berkualitas sesuai dengan tuntutan dan kemajuan zaman (Arcaro, 1995). Djojonegoro (1994) mengemukakan bahwa salah satu tema pokok pembangunan pendidikan adalah peningkatan kualitas pendidikan, yang mencakup peningkatan kualitas proses dan hasil pendidikan. Sistem pendidikan disebut

bermutu dari segi proses, apabila proses belajar mengajar berlangsung secara efektif dan peserta didik mengalami proses pembelajaran yang bermakna dan ditunjang oleh sumberdaya yang memadai, sehingga proses pendidikan yang berkualitas akan menghasilkan pendidikan yang bermutu dan relevan dengan pembangunan.

Keberhasilan perguruan tinggi tidak hanya dilihat dari lulusan yang diukur secara akademik saja, melainkan melalui keseluruhan program yang menghasilkan kualitas tinggi yang didukung oleh akuntabilitas yang ada, bukti prestasi, penilaian sertifikasi kualitas, keberhasilan alumni dalam memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan bidang ilmunya, serta hasil evaluasi untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat. Untuk itu perguruan tinggi melalui program studinya haruslah memperoleh kepercayaan dari masyarakat yang mencakup: jaminan kualitas (quality assurance), pengendalian kualitas (quality control), dan perbaikan kualitas (quality improvement). Hal ini dapat diberikan kepada perguruan tinggi yang telah dievaluasi secara cermat melalui proses akreditasi secara nasional (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, 1998). Perguruan tinggi sebagai organisasi jasa di bidang pendidikan perlu melakukan evaluasi atas kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, utamanya kepada mahasiswa. Evaluasi kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara mengetahui persepsi kualitas pelayanan yang diterima oleh mahasiswa. Berdasarkan persepsi ini, maka dapat diketahui terpenuhi tidaknya harapan mahasiswa. Kepuasan terjadi ketika harapan-harapannya terpenuhi, dan sebaliknya ketidakpuasan akan terjadi ketika harapan harapannya tidak terpenuhi (Brown dan Swartz, 1989). Oleh karena itu kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik bukan hanya dilihat dari persepsi penyedia jasa saja, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan.

Sedangkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Kualitas pelayanan perguruan tinggi dapat dilaksanakan baik pada level Universitas, Fakultas maupun Jurusan. Kualitas pelayanan perguruan tinggi mencakup kualitas pelayanan di bidang akademik dan non akademik. Kualitas pelayanan di bidang akademik berupa pelayanan di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan layanan jurusan. Sedangkan kualitas pelayanan di bidang non akademik berupa sarana, prasarana, sumberdaya jurusan dan organisasi jurusan berikut unit internalnya.

Salah satu bentuk pelayanan fakultas di bidang akademik adalah pelayanan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas bimbingan skripsi. Bimbingan skripsi merupakan proses belajar mengajar dalam bentuk konsultasi yang dilakukan oleh mahasiswa dengan Dosen Pembimbingnya dalam rangka untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir berupa skripsi. Skripsi merupakan karya ilmiah yang wajib ditempuh dan disusun oleh mahasiswa guna pemenuhan sebagian persyaratan untuk mencapai derajat sarjana S1. Peningkatan kualitas pelayanan bimbingan skripsi mempunyai peran penting dalam rangka pelaksanaan program peningkatan efisiensi internal berupa peningkatan kualitas proses akademik untuk memperpendek masa penyelesaian tugas akhir dan sekaligus untuk memperpendek masa studi mahasiswa. Dengan demikian peningkatan kualitas pelayanan bimbingan skripsi akan mendukung mahasiswa dapat menyelesaikan kuliahnya dengan tepat waktu. Hal ini berarti dengan tepat waktunya mahasiswa menyelesaikan kuliahnya akan mempengaruhi pencapaian kepuasan mahasiswa.

Mengingat arti pentingnya kualitas pelayanan bimbingan skripsi dalam rangka pencapaian kepuasan mahasiswa, maka studi ini berupaya untuk menganalisis faktor-faktor kualitas pelayanan

yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi pada Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas

Terdapat beberapa definisi tentang kualitas, definisi yang dikemukakan akan sangat tergantung pada orang yang mengartikannya. Beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain:

(1) Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, (2) Kecocokan untuk pemakaian, (3) Perbaikan berkelanjutan, (4) Bebas dari kerusakan atau cacat, (5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat. (6) Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, dan (7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan (Tjiptono, 1997).

Sementara Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) mendefinisikan kualitas sebagai pemenuhan harapan pelanggan. Sedangkan Goeth dan Davis mendefinisikan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian kualitas tidak hanya diartikan dari segi hasilnya saja, akan tetapi meliputi proses, lingkungan dan manusia (Tjiptono, 1996)

Kualitas dapat juga dibedakan berdasarkan pandangan produsen dan konsumen (Krajewski dan Ritzman, 1990). Definisi kualitas menurut pandangan produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi dimana produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk dimensi-dimensi kritis dari tiap bagian yang dihasilkan Sedangkan menurut pandangan konsumen kualitas berarti nilai, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa yang disajikan sesuai dengan harga yang dibayar konsumen. Selain itu kualitas juga dapat diartikan kesesuaian dengan penggunaan, yaitu

seberapa baik kinerja suatu produk. Dengan demikian ada 3 aspek penting yang diperhatikan konsumen dalam menilai kualitas, yaitu meliputi perangkat keras yang berupa wujud fisik atau peralatan, pendukung produk dan kesan secara psikologis.

Berdasarkan beberapa definisi kualitas yang ada, maka pengertian kualitas dalam penelitian ini mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeitham dan Berry (1985) yang menyatakan bahwa kualitas sebagai pemenuhan terhadap harapan-harapan pelanggan.

Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Service Quality merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan pelanggan (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 1994; Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988). Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu. Sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan memuaskan (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 1994). Dengan demikian Service Quality merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988).

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) melakukan penelitian pada beberapa perusahaan jasa, dan berhasil mengidentifikasi 10 faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yang meliputi: (1) Reliability, (2) Responsiveness, (3) Competence, (4) Access, (5) Courtesy. (6) Comunication (7) Credibility. (8) Security (9) Understanding/Knowing the Customer, dan (10) Tangible.

Kemudian pada tahun 1988, Parasuraman, Zeithaml dan Berry menemukan bahwa 10 dimensi atau 10 faktor utama yang ada dapat dirangkum menjadi 5 dimensi pokok sebagai berikut: (1)

Tangibles merupakan bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi, (2) Reliability merupakan keandalan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (3) Responsiveness merupakan daya tanggap, yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap (4) Assurance merupakan jaminan, yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, dan (5) Empathy merupakan meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan untuk mengukur atau menganalisis kualitas pelayanan, ada beberapa model yang dapat digunakan. Pemilihan terhadap model yang digunakan tergantung pada tujuan pengukuran, jenis perusahaan serta situasi pasar (Tjipton, 1996). Salah satu model pelayanan adalah model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikenal dengan model PZB. Ketiga peneliti ini mengidentifikasi adanya 5 gap (kesenjangan) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa. Kelima gap ini meliputi : (1) gap antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen perusahaan, (2) gap antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa, (3) gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, (4) gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal, dan (5) gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985).

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) berhasil menyimpulkan bahwa : (1) penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa adalah hasil dari perbandingan antara harapan (sebelum menerima jasa) dan pengalamannya setelah menerima jasa). Jika harapannya tidak terpenuhi, maka mereka tidak puas dan persepsinya negatif, dan apabila kinerja jasa melebihi harapannya, hal ini berarti mereka bahagia, (2) penilaian pelanggan pada kualitas jasa dipengaruhi oleh proses

penyampaian jasa dan output dari jasa, (3) kualitas jasa ada dua macam, yaitu kualitas jasa normal dan kualitas dari deviasi jasa yang normal, dan (4) apabila timbul masalah, perusahaan harus meningkatkan kontakannya dengan pelanggan.

Analisis SERVQUAL

Analisis SERVQUAL merupakan analisis untuk mengukur kualitas jasa, yaitu: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. Meskipun analisis SERVQUAL secara empirik telah diuji pada jasa bank, jasa telepon, dan sebagainya, akan tetapi analisis SERVQUAL tidak selalu berhasil diterapkan pada jasa pendidikan. Oleh karena itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Joseph, Yakhou dan Stone (2005) diajukan beberapa faktor kualitas jasa pendidikan. Ketiga peneliti ini mengukur kualitas jasa pendidikan dengan menggunakan delapan faktor kualitas jasa pendidikan yang terdiri dari 29 item. Kedelapan faktor kualitas jasa pendidikan tersebut mencakup: University Staff, Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cost, Advice dan Schedule. Hasil studi ketiga peneliti ini menunjukkan bahwa kedelapan faktor ini dapat mengarahkan dan memberikan keyakinan terhadap kualitas jasa pendidikan berdasarkan perspektif mahasiswa.

Kepuasan Pelanggan

Sejumlah pakar mendefinisikan apa yang disebut dengan kepuasan pelanggan Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sementara itu Kotler (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan

harapannya. Dari kedua definisi tersebut di atas, maka terdapat kesamaan, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Tjiptono, 1996).

Sedangkan menurut model indek kepuasan pelanggan Amerika, kepuasan pelanggan keseluruhan ditentukan oleh faktor nilai yang dirasakan, kualitas yang dirasakan dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan keseluruhan mempunyai konsekuensi perilaku berupa komplain pelanggan dan kesetiaan pelanggan (Fomell, et.al., 1996).

Selain itu, Kelsey dan Bond (2001) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai hasil yang dicapai ketika jasa atau barang yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan untuk jangka waktu panjang. Dalam studinya Kelsey dan Bond (2001) menemukan beberapa penentu kepuasan pelanggan pada jasa pendidikan yang terdiri dari 32 item. Pengukuran kepuasan pelanggan dalam studi ini memfokuskan pada kepuasan dari kualitas jasa yang dihantarkan.

Mengacu pada beberapa definisi tentang kepuasan pelanggan yang telah dikemukakan oleh beberapa pakar, maka dapatlah dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kesuksesan perusahaan di masa yang akan datang. Untuk mewujudkan dan membangun kepuasan pelanggan secara konsisten dibutuhkan investasi yang besar dan jangka waktu yang panjang, karena pada hakekatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang dan manfaatnya dapat bertahan lama. Oleh karena itu kepuasan pelanggan perlu diikuti dengan customer delight dan loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan harus

dapat diterjemahkan ke dalam volume penjualan yang lebih besar, aset yang lebih produktif dan Return on investment yang lebih tinggi (Tjiptono, 2000).

Model SERVQUAL (Service Quality) merupakan model populer dan sampai saat ini masih dipergunakan sebagai acuan dalam riset pemasaran. Model ini dikembangkan oleh tiga peneliti Amerika yaitu: Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985). Model SERVQUAL ini meliputi analisis terhadap lima gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa. Model tersebut berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi (Oliver, 1997). Model SERVQUAL ini menganalisis gap antara dua variabel pokok yaitu: jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Jasa yang diharapkan merupakan harapan pelanggan sebelum membeli dan mengkonsumsi suatu jasa sebagai standard atau acuan dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan. Sedangkan jasa yang dipersepsikan merupakan keyakinan konsumen mengenai jasa yang diterima atau jasa yang dialami (Brown dan Swartz, 1989).

Cronin dan Taylor (1992) mengartikan persepsi terhadap kualitas sebagai kinerja (performance). Cronin dan Taylor (1992) membuktikan bahwa kualitas jasa ditentukan oleh kinerja jasa tersebut. Menurut Cronin dan Taylor (1992) kinerja minus harapan bukan merupakan dasar yang cocok untuk mengukur kualitas jasa. Bahkan Carman (1990) mengungkapkan hasil penelitian yang berkaitan dengan persepsi dan harapan terhadap kualitas jasa, dan Carman menyimpulkan bahwa perbedaan persepsi dan harapan sulit untuk dianalisis, hal ini disebabkan responden harus memberikan persepsi dan harapan pada waktu bersamaan berdasarkan pengalaman masa lalu. Akan tetapi hasil penelitian ini disanggah oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1994), dan mereka masih tetap mempertahankan hasil penelitian mereka (1985).

Berdasarkan dua pendapat tersebut, maka pada penelitian ini menggunakan pendekatan yang digunakan oleh Cronin dan Taylor (1992). Selain itu Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985, 1988) berpendapat pula bahwa semakin tinggi tingkat kualitas jasa yang dipersepsikan, maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Cronin dan Taylor (1994) yang menyatakan bahwa kualitas jasa adalah antecedent bagi kepuasan konsumen.

Brown dan Swartz (1989) mengaplikasikan model SERVQUAL dengan mengadakan penelitian tentang analisis gap pada usaha jasa profesional yaitu pada usaha praktek dokter privat. Besarnya gap dapat diketahui dengan cara mencari selisih antara harapan pasien dengan pengalaman yang dirasakan oleh pasien. Hasil penelitian menunjukkan masih terdapatnya gap antara harapan pasien dengan persepsi atau pengalaman pasien. Kemudian Brown dan Swartz (1989) menganalisis pengaruh antara gap-gap dimensi service quality dengan kepuasan pasien secara menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang negatif dan signifikan antara pap dimensi service quality dengan kepuasan pasien. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi gapnya, maka akan menurunkan kepuasan pasien. Demikian juga hasil penelitian dari Hampton (1993) yang menunjukkan adanya pengaruh yang negatif dan signifikan antara gap-gap service quality pada jasa pendidikan tinggi dengan kepuasan mahasiswa.

Hipotesis Penelitian

Kesimpulan sementara yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : Kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi dipengaruhi secara bersama-sama oleh University Staff, Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cost, Advice dan Schedule.
- H_{2a} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh University Staff.
- H_{2b} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Recreational Activities.
- H_{2c} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Facilities.
- H_{2d} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Camp Environment.
- H_{2e} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Reputation.
- H_{2f} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Cost.
- H_{2g} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Advice.
- H_{2h} : Kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Schedule.

C. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Mantra dan Kasto, 1989). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang sedang menulis skripsi.

Sampel ditentukan dengan metode Convenience sampling dan metode purposive sampling. Convenience sampling merupakan suatu metode untuk memilih anggota populasi yang paling mudah untuk ditemui dan dimintai informasi (Hadi, 1987). Sedangkan purposive sampling

merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Cooper dan Emory, 1995, Babbic, 1995). Adapun kriterianya schagai berikut:

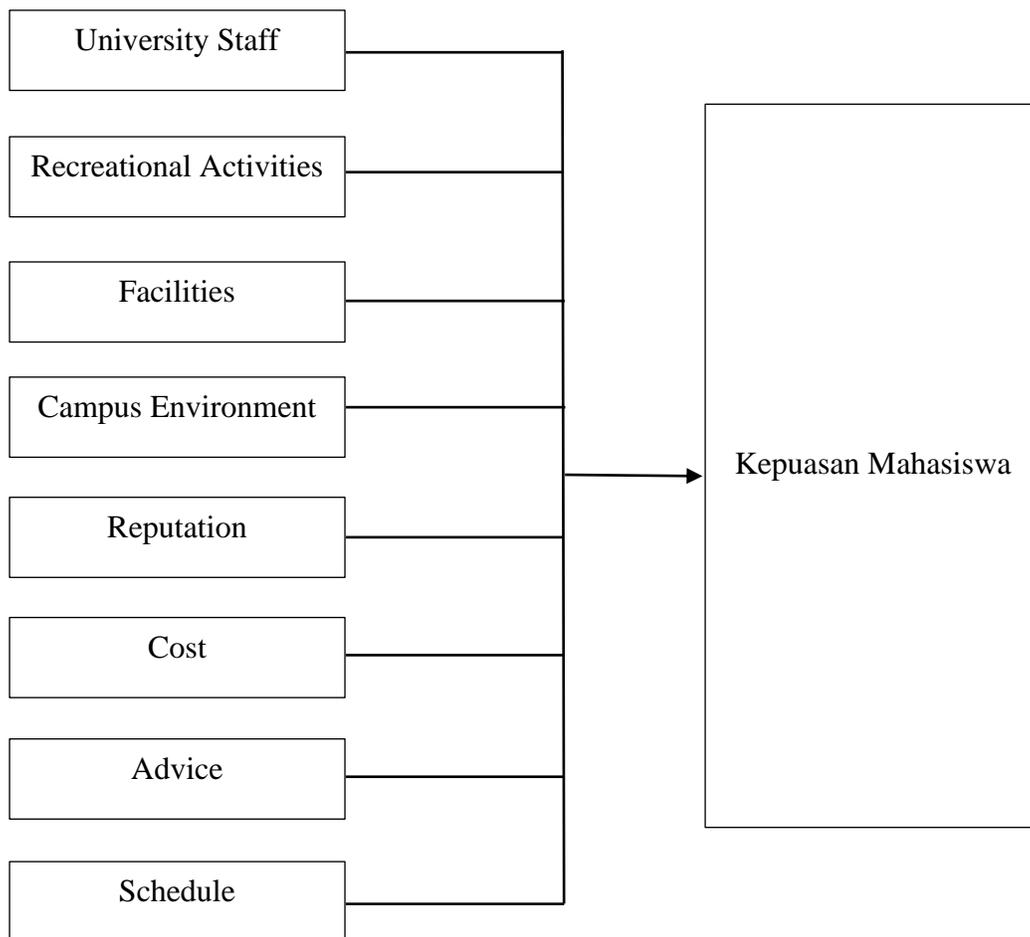
- a. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Psikologi yang sedang menulis skripsi dan terdaftar sebagai mahasiswa pada semester genap TA 2006/2007.
- b. Mahasiswa yang dijadikan sampel adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan bimbingan dari Dosen Pembimbing skripsi.

Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan minimal setiap Fakultas berjumlah 30 responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat Roscoe dalam Sekaran (1992) yang menyatakan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 responden pada sebagian penelitian sudah mewakili. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 mahasiswa.

Disain Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Mahasiswa**



Sumber: Adaptasi dari Joseph, Yakhou, dan Stone (2005) dan Kelsey dan Bond (2001).

Sedangkan model dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Dimana:

Y = Kepuasan mahasiswa

X₁ = University Staff

X₂ = Recreational Activities

X₃ = Facilities

X₄ = Campus Environment

X₅ = Reputation

X₆ = Cost

X₇ = Advice

X₈ = Schedule

β_0 = Intersep

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien Regresi

Instrumentasi

Untuk menguji hipotesis penelitian, masing-masing variabel diukur dengan menggunakan instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner, yang berisi sejumlah pertanyaan secara tertulis guna memperoleh data dari responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan instrumen yang disusun oleh Joseph, Yakhou dan Stone (2005). Ketiga peneliti ini mengukur kualitas jasa melalui delapan faktor, yaitu: University Staf, Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cost Advice dan Schedule. Kedelapan faktor ini terdiri dari 29 item. Masing-masing item diukur dengan menggunakan skala Likert 7 Point. Angka satu mewakili jawaban sangat tidak setuju, angka dua mewakili jawaban tidak setuju, angka tiga mewakili

jawaban kurang setuju, angka empat mewakili jawaban netral, angka lima mewakili jawaban agak setuju, angka enam mewakili jawaban setuju dan angka tujuh mewakili jawaban sangat setuju. Agar instrumen penelitian ini tepat mencapai sasaran sesuai dengan obyek yang diteliti, maka instrumen penelitian ini perlu dimodifikasi sesuai dengan topik dan sample frame yang diteliti.

Sedangkan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan diukur dengan menggunakan 32 item yang disusun oleh Kelsey dan Bond (2001). Masing-masing item diukur dengan menggunakan skala Likert 7 point. Angka satu mewakili jawaban sangat tidak setuju, angka dua mewakili jawaban tidak setuju, angka tiga mewakili jawaban kurang setuju. angka empat mewakili jawaban netral, angka lima mewakili jawaban agak setuju, angka enam mewakili jawaban setuju, dan angka tujuh mewakili jawaban sangat setuju.

Untuk mendapatkan data yang berkualitas, maka instrumen penelitian yang digunakan harus diuji validitas dan reliabilitasnya (Huck dan Cormier, 1996). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur (Ancok, 1989). Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini digunakan metode Pearson Product Moment Test. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 1997). Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan Cronbach Alpha.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer digunakan sebagai bahan untuk menghitung variabel-variabel penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden

yang berisi tentang persepsi kualitas pelayanan yang diterima mahasiswa serta kepuasan mahasiswa.

Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang digali dari buku, jurnal ilmiah, serta publikasi hasil-hasil penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk menyusun rumusan masalah, hipotesis, kajian teoritik serta penggunaan alat analisis.

Metode Analisis

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, maka penulis mengadaptasikan model yang diajukan oleh Joseph, Yakhou dan Stone (2005) serta Kelsey dan Bond (2001). Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Untuk menguji hipotesis yang dikemukakan (H_0 , H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 dan H_6), maka digunakan uji t dan uji F. Uji t dimaksudkan untuk menguji variabel bebas yang berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama variabel-variabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen penelitian yang berkaitan dengan kualitas jasa (pelayanan) di bidang pendidikan yang disusun oleh Joseph, Yakhou dan Stone (2005). Kualitas jasa di bidang pendidikan diukur dengan menggunakan delapan faktor yang mencakup: University Stall Recreational Activities, Facilities, Cams Environment, Reputation, Cost, Advice dan Schedule. Walaupun Joseph, Yakhou dan Stone (2005) sudah melakukan pengujian terhadap instrumen yang digunakan dan menghasilkan instrumen yang valid dan

reliabel, namun demikian penulis perlu menguji kembali validitas dan reliabilitas instrumen tersebut, mengingat sampel frame penelitian yang berbeda.

Sedangkan instrumen yang lain, instrumen mengenai kepuasan pelanggan pada jasa pendidikan yang disusun oleh Kelsey dan Bond (2001). Dalam jasa pendidikan maka kepuasan pelanggan yang diukur adalah kepuasan mahasiswa. Secara keseluruhan kepuasan mahasiswa diukur dengan menggunakan 32 item. Untuk mendapatkan data yang berkualitas, maka instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya.

Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan Person Product Moment Test yang merupakan suatu test dengan cara mengkorelasikan antara nilai dari masing-masing item dalam suatu dimensi atau variabel dengan jumlah total dari item-item tersebut. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dari 46 responden menunjukkan koefisien korelasi yang signifikan pada 5% ($P < 0,05$). Hal ini berarti instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu hasil pengukuran konsisten dapat dipercaya. Dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel andel), jika nilai Alpha lebih besar dari 0,50 (Nunnally, 1967 dalam Riyanto, 1997).

Hasil uji reliabilitas persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa menunjukkan nilai alpha lebih besar dari 0,5. Hal ini berarti instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Mahasiswa

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi Universitas Ahmad Dahlan digunakan Analisis Regresi Berganda Kualitas pelayanan diukur dengan cara menghitung besarnya persepsi kualitas pelayanan yang diterima mahasiswa

bimbingan skripsi Universitas Ahmad Dahlan. Besarnya persepsi kualitas pelayanan yang diterima mahasiswa menunjukkan tinggi rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan Universitas Ahmad Dahlan kepada mahasiswa bimbingan skripsinya.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 80 responden, maka hasil analisis regresi linier berganda dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien	Nilai T	Probabilitas
Konstanta	2,575	7,504	0,000
University Staff	0,128	2,600	0,011
Recreational Activities	0,034	0,597	0,552
Facilities	0,093	1,899	0,062
Campus Environment	-0,020	-0,480	0,633
Reputation	0,111	2,960	0,004
Cost	0,038	0,965	0,338
Advice	0,013	0,643	0,522
Schedule	0,134	0,693	0,000
R = 0,799; R = 0,638 = 63,8% F _{hitung} = 15,660 Sig. F=0,000			

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 2,575 + 0,128 X_1 + 0,034 X_2 + 0,093 X_3 - 0,020 X_4 + 0,111 X_5 + 0,038 X_6 + 0,033 X_7 + 0,134 X_8$

Atas dasar persamaan regresi tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa konstanta intersep) menunjukkan angka 2,575. Hal ini berarti bahwa rata-rata variabel kepuasan mahasiswa akan mengalami kenaikan sebesar 2,575 apabila variabel University Staff, Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cost Advice dan Schedule sama dengan nol jika variabel-variabel tersebut tidak dimasukkan dalam persamaan regresi ini) Koefisien regresi variabel University Staff sebesar 0,128, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan University Staff sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,128. Koefisien regresi variabel Recreational Activities sebesar 0,034, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Recreational Activities sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,034. Koefisien regresi variabel Facilities sebesar 0,093, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Facilities sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,093.

Koefisien regresi variabel Campus Environment sebesar -0,020, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Campus Environment sebesar 1 ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,020. Koefisien regresi variabel Reputation sebesar 0,111, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Reputation sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,111. Koefisien regresi variabel Cost sebesar 0,038, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Cost sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,038.

Koefisien regresi variabel Advice sebesar 0,033, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Advice sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,033. Koefisien regresi variabel Schedule sebesar 0,134, hal ini berarti apabila terjadi kenaikan Schedule sebesar 1 ceteris paribus, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,134

Sedangkan untuk membuktikan hipotesis yang dikemukakan, maka dapat dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Pengujian Koefisien Regresi Secara Serempak.

Pengujian koefisien regresi secara serempak bersama-sama) dimaksudkan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dengan derajat kepercayaan sebesar 95%, maka nilai tabel diketahui sebesar 2,06 dan hitung sebesar 15,660. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_A diterima. Dengan demikian variabel University Stall Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cou, Advice dan Schedule secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel kepuasan mahasiswa secara signifikan. Hal ini berarti mendukung hipotesis 1. yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel University Stall, Recreational Activities, Facilities, Camp Environment, Reputation, Cou Advice dan Schedule.

Sedangkan nilai R^2 sebesar 0,638 menunjukkan bahwa variabel University Stall Recreational Activities, Facilities, Camp Environment, Reputation, Cou, Advice dan Schedule dapat menjelaskan variabel kepuasan mahasiswa sebesar 63,8%, sedangkan sisanya sebesar 36,2% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

2. Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yang digunakan dalam model secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan alat ujinya adalah nilai t-test dari masing-masing koefisien regresi.

Dengan menggunakan uji dua sisi dengan tingkat kepercayaan 95% - 5% maka akan diketahui tabel sebesar 1,66. Hal ini berarti

H_0 diterima bila $-1,66 < t_{\text{hitung}} < 1,66$

H_a diterima bila $1,66 > t_{\text{hitung}} > 1,66$.

Berdasarkan hasil perhitungan uji dengan alpha 5%, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh X_1 terhadap Y dengan t hitung sebesar 2,600. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung berada dalam daerah penerimaan H_A Dengan demikian University Staff secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti mendukung hipotesis 2a yang dikemukakan, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh University Staff.
- b. Pengaruh X_2 terhadap Y dengan t hitung sebesar 0,597. Hal ini menunjukkan bahwa hitung berada dalam daerah penerimaan H_0 Dengan demikian Recreational Activities tidak signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini tidak mendukung hipotesis 2b yang dikemukakan, yang menyatakan kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Recreational Activities.
- c. Pengaruh X_3 terhadap Y dengan t hitung sebesar 1,899. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung berada dalam daerah penerimaan H , Dengan demikian Facilities signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti mendukung hipotesis 2c, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Facilities.
- d. Pengaruh X_4 terhadap Y dengan t hitung sebesar -0,480. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung berada dalam daerah penerimaan H_0 Dengan demikian Campus Environment tidak signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti tidak

mendukung hipotesis 2d, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Campus Environment.

- e. Pengaruh X_5 terhadap Y dengan t hitung sebesar 2,960. Hal ini menunjukkan bahwa thitung berada dalam daerah penerimaan H_a Dengan demikian Reputation signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti mendukung hipotesis 26, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Reputation.
- f. Pengaruh X_6 terhadap Y dengan t hitung sebesar 0,965. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung berada dalam daerah pencrimaan H_0 Dengan demikian Cost tidak signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti tidak mendukung hipotesis 21, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Cost.
- g. Pengaruh X_7 terhadap Y dengan t hitung sebesar 0,643. Hal ini menunjukkan bahwa thitung berada dalam daerah penerimaan H_0 Dengan demikian Advice tidak signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti tidak mendukung hipotesis 28. yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Advice.
- h. Pengaruh X_8 terhadap Y dengan t hitung sebesar 3,693. Hal ini menunjukkan bahwa thitung berada dalam daerah penerimaan H_A Dengan demikian Schedule signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti mendukung hipotesis 2h, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh Schedule.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil pengujian koefisien regresi secara serempak menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yaitu: University Staff Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation,

Cost, Advice dan Schedule secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

2. Koefisien determinasi R sebesar 0,638 menunjukkan bahwa variabel-variabel University Staff Recreational Activities, Facilities, Campus Environment, Reputation, Cost, Advice dan Schedule mampu menjelaskan variabel kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi sebesar 63,8%. Sedangkan sisanya 36,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
3. Hasil pengujian koefisien regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel University Staff Facilities, Reputation, dan Schedule secara parsial signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi Universitas Ahmad Dahlan. Sedangkan variabel Recreational Activities, Campus Environment, Cost dan Advice secara parsial tidak signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa bimbingan skripsi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Saran-saran

1. Universitas Ahmad Dahlan hendaknya senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan bimbingan skripsi. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan terutama pada faktor University Staff, Facilities, Reputation, dan Schedule. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperbaiki sikap baik karyawan maupun Dosen Universitas Ahmad Dahlan. Perbaikan sikap dapat diekspresikan dari keramahan, kedekatan dengan mahasiswa, dan responsif terhadap keluhan-keluhan mahasiswa. Selain itu, Universitas Ahmad Dahlan hendaknya senantiasa memperbaiki fasilitas guna meningkatkan kualitas proses pembelajaran, mengembangkan aktivitas akademik dan non akademik guna membangun reputasi Universitas Ahmad Dahlan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Universitas Ahmad Dahlan.

2. Universitas Ahmad Dahlan hendaknya lebih mempermudah birokrasi baik untuk proses pendaftaran penyusunan skripsi, pengurusan surat ijin penelitian, pengajuan permohonan Dosen Pembimbing skripsi maupun ujian skripsi.
3. Universitas Ahmad Dahlan hendaknya menyediakan ruang konsultasi yang lebih kondusif, sehingga mempermudah dan memperlancar mahasiswa untuk konsultasi dengan Dosen Pembimbing Skripsi.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (1989). "Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian," M. Singarimbun dan S. Effendi (ed.). Metodologi Penelitian, Survi, Yogyakarta: LP3ES.
- _____, (1998). "Perguruan Tinggi Dalam Era Persaingan Bebas." Suara Pembaruan, 12 Januari.
- Arcaro, J.S. (1995). Quality in Education, Delray Beach: St. Lucie Press
- Azwar, S. (1997), Reliabilitas dan Validitas, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babbie, E. (1995). The Practice of Social Research, 7 ed., Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. (1998). Akreditasi Program Studi Jenjang Sarjana (SI) hasil Penilaian Tahun 1996/1997, Direktori Umum Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Bentler, P.M. dan G. Speckart (1979). "Models of Attitude Behavior Relations, Psychological Review, Vol 86, p. 452-464.
- Bitner, M.J. (1990). "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surrounding and Employee Responses, Journal of Marketing. Vol. 55. April. P. 69-82.

- Bolton, R.D. dan J.H. Drew (1991). "A Longitudinal Analysis of The Impact of Service Change on Customer Attitudes Journal of Marketing. No. 55, January, p. 1-9.
- Brown, S.W. dan T.A. Swartz (1989). "A Gap Analysis of Professional Service Quality." Journal of Marketing Vol. 53, April, p. 92-98.
- Carman, J.M. (1990). "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assesment of The SERVQUAL Dimensions," Journal of Retailing. Spring, p.33-55.
- _____, (1994), "SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance - Based and Perceptions - minus - Expectations Measurement of Service Quality." Journal of Marketing January, p. 125-131.
- Cooper, D.R. dan C.W. Emory (1995), Business Research Methods, ed., Chicago: Richard D. Irwin Inc. Cronin, JJ. dan S.A. Taylor (1992). "Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension, Journal of Marketing July. p. 55-68.
- Djojonegoro, W. (1994). "Kebijaksanaan Operasional Wajib Belajar Sembilan Tahun Dalam Mengisi Pembangunan Berkesinambungan Priam, No. 5, Mei, p. 3-19.
- Fishbein, M. dan Ajzen (1975). Belief Attitude, Intention and Behavioral: an Introduction to Theory and Research, Reading Mass: Addition Wesley.
- Fitzsimmons, LA dan M. Fitimmonz (1994). Service Management For Competitive Advantage. New York: McGraw-Hill Inc.
- Forell, C (1992). "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience," Journal of Marketing Vol 56. Januari, p. 6-21.
- Hadi, S. (1987), Metodologi Research, Jilid 1, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.

- Hampton, G.M. (1993). "Gap Analysis of College Student Satisfaction as a Measure of Professional Service Quality." *Journal of Professional Service Marketing*, Vol. 9 (1). p. 115-128.
- Huck, S.W. dan Cormier, W.H. (1996). *Reading Statistics and Research*, 20 ed, New York: harper Collins Publishers Inc.
- Joseph, M., M. Yakhou dan G. Stone (2005). "An Educational Institution's Quest for Service Quality: Customers' Perspective." *Quality Assurance In Education*", Vol. 13, No. 1. p. 66-82.
- Kelsey, K.D. dan J.A. Bond (2001). "A Model for Measuring Customer Satisfaction Within an Academic Center of Excellence, *Managing Service Quality*", Vol. 11, No. 5, p. 359-367.
- Kotler, P. (1997), *Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control* 9 d. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Madu, NC, C.H. Kuch dan Jacob (1996). "An Empirical Assesment of The Influence o Quality Dimensions On Organizational Performance, *International Production Research*, Vol. 34, No. 7. p. 1943-1962.
- Mantra, IB dan Kasto (1989), "Penentuan Sampel," M. Singarimbun dan S. Effendi (ed.), *Metode Penelitian Survai*, Yogyakarta: LP3ES.
- Naumann, E. dan K. Giel (1995), *Customer Satisfaction Measurement and Management*, Cincinnati, Ohio: Thomson Executive Press.
- Parasuraman, A, V.A. Zeithaml, dan LL. Berry (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, p.41-50.

_____, (1988), "SERVQUAL: A Multiple - Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, 64(1), p. 12.

Sekaran, U. (1992), *Research Methods for Business: A Skill - Building Approach*, 24 ed., New York: John Wiley & Sons Inc.

Taylor, A.S. dan Baker, L.T. (1994), "An Assessment of Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in The Formation of Consumers' Purchase Intention," *Journal of Retailing*, Vol. 70, No. 2, p. 163-178.

Tjiptono, F. (1996), *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tse, D.K dan P.C. Wilton (1988), "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension," *Journal of Marketing Research*, Vol. 25, No. 2, May, p. 204-212.

Woodside, G.A LL Frey, dan T.R. Daly (1989). "Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention," *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9, No. 4, December, p. 5-17.

Zeithaml, V.A, LL Berry dan A. Parasuraman (1996). "The Behavioral Consequences of Service Quality." *Journal of Marketing*. Vol. 60, p. 31-46.