ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP CU*STOMER SATISFACTION* MAHASISWAUNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

SKRIPSI
Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Manajemen

OLEH :

ARY PERMATADENY NEVITA
NPM : 10.1.02.02.0265P

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI
2015

Skripsi oleh:

ARY PERMATADENY NEVITA
NPM : 10.1.02.02.0265P

Judul:

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP CU*STOMER SATISFACTION* MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal :

Pembimbing

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

Skripsi oleh:

ARY PERMATADENY NEVITA
NPM : 10.1.02.02.0265P

Judul:

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
Pada tanggal:

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M
2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M
3. Penguji II : Faisol, S.Pd., M.M

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Sri Aliami, S.E., M.M
NIY. 1910301045

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP CU*STOMER SATISFACTION* MAHASISWAUNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Ary Permatadeny N
Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76 Kediri
Email : arypermata@gmail.com

Abstrak

Sebagai salah satu PTS tertua di wilayah Kediri, Universitas Nusantara PGRI Kediri telah mendapat kepercayaan dari masyarakat Kediri dan sekitarnya. Untuk bisa menangkan persaingan dengan mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan (*service quality*) sudah sesuai dengan keinginan mahasiswa atau sebaliknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terhadap *customer satisfaction* dari mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *empathy* (X_4), dan *tangible* (X_5), dan variabel terikat adalah *customer satisfaction* (Y). Data diambil dari 17.879 mahasiswa dengan sampel 177 mahasiwa. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Unversitas Nusantara PGRI Kediri serta melakukan pengamatan langsung untuk menghindari kesalahan penafsiran dan interprestasi data. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linear berganda yaitu menjelaskan hasil regresi antara *service quality* meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, atau memberi pengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini berarti apabila *service quality* semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Secara simultan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini berarti adanya peningkatan *service quality* secara bersama-sama akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Tangible* merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas NusantaraPGRI Kediri.

Kata Kunci : *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*, *service quality*, *customer satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu syarat penting dalam memasuki dunia kerja. Untuk bisa menunjang semua itu dibutuhkan perguruan tinggi yang bisa memberikan beberapa kriteria sesuai kebutuhan mahasiswa.

Evaluasi terhadap kualitas layanan jasa agar dapat mencapai kepuasan para penggunanyadi Universitas Nusantara PGRI Kediri telah dilakukan, yang meliputi *Reliability* (keandalan seperti mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, keandalan menyelesaian masalah, dan ketepatan memberikan informasi), *Responsiveness* (daya tanggap seperti kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan, kemudahan pengaduan keluhan, dan kecepatan penanganan keluhan), *Assurance* (jaminan seperti keramahtamahan karyawan, keamanan terjamin selama melakukan aktivitas di Universitas Nusantara PGRI, *Empathy* (empati seperti kesediaan mendengarkan keluhan, tercipta hubungan yang baik antara karyawan dengan mahasiswa, dan perhatian secara individual kepada mahasiswa), dan *Tangible* (berwujud seperti fasilitas fisik berupa kebersihan gedung, fasilitas/sarana prasarana, layout kampus, dan kerapian penampilan karyawan)

Tujuan Penelitian ini adalah:1. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2.

Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 3. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 4. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 5. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 6. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* secara simultan terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, dan 7. Untuk menentukan faktor yang dominan berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri

II. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESI

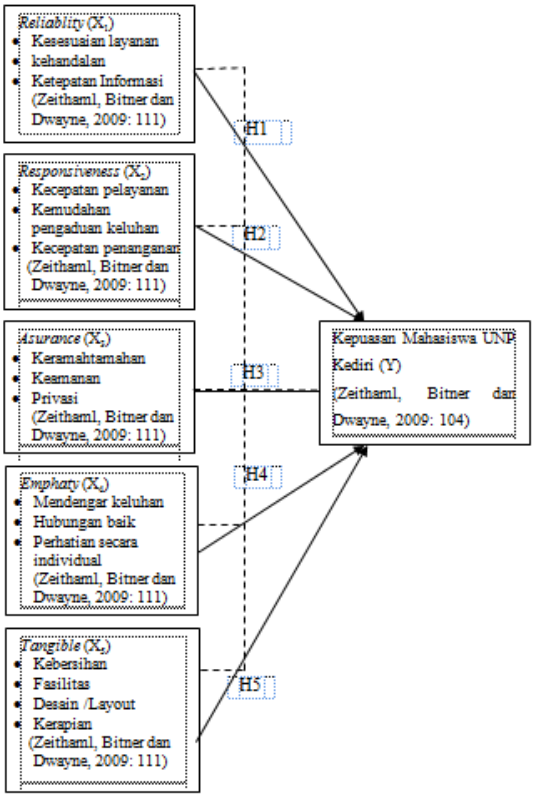
Menurut Kotler dan Keller[1] definisi pemasaran adalah, "*Marketing is societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*". Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne [2] kepuasan pelanggan adalah, "*Customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectations*". Dimana menurutnya kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa yaitu:

1. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
2. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan serta pengajar untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
4. *Empathy* (perhatian) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan.
5. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.

Berdasarkan penelitiannya, Kurniawati[3]menyatakan bahwa variabel kualitas layanan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat merefensikan serta variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat merefensikan.

Kerangka konseptual dari permasalahan diatas adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1). Variabel bebas adalah *Reliability* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Assurance* (X_3), *Empathy* (X_4), *Tangibles* (X_5), dan keterkaitan antar variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5.

2). Variabel tidak bebas/terikat adalah *Customer Satisfaction* (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional masing-masing variabel penelitian ini, yang menjadi objek dalam penelitian sebagai berikut :

a. *Service Quality* (X) adalah variable bebas, didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan

dan keinginan pemakai serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan. Pengukuran tersebut dapat diukur dengan menggunakan indikator 5 dimensi kualitas layanan sebagai berikut:

1) *Reliability* (X_1) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat tercakup dalam :
   i. Kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan
   ii. Keandalan karyawan dalam membantu penyelesaian masalah yang dihadapi mahasiswa
   iii. Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi dengan benar
2) *Responsiveness* (X_2) yaitu kemauan untuk membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat tercakup dalam :
   i. Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa
   ii. Kemudahan pengaduan keluhan kepada karyawan
   iii. Kecepatan penanganan keluhan
3) *Assurance* (X_3) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan tercakup dalam:
   i. Keramahtamahan karyawan kepada mahasiswa
   ii. Keamanan seluruh sivitas akademika terjamin selama berada di Universitas Nusantara PGRI
   iii. Privasi terjamin dengan baik
4) *Empathy* (X_4) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada mahasiswa tercakup dalam :
   i. Karyawan bersedia mendengarkan keluhan mahasiswa
   ii. Tercipta hubungan yang baik antara karyawan dengan mahasiswa
   iii. Karyawan memberi perhatian secara individual kepada mahasiswa
5) *Tangibles* (X_5), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang tercakup dalam :
   i. Kebersihan gedung terjamin
   ii. Fasilitas/sarana prasarana yang lengkap
   iii. Desain/layout yang menarik
   iv. Kerapian penampilan karyawan

b. *Customer Satisfaction* (Y) adalah variabel tidak bebas, didefinisikan perasaan mahasiswa yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pemakai. Indikator untuk kepuasan adalah :
   Perasaan kepuasan mahasiswa setelah mendapatkan pelayanan dari karyawan.

B. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kuisioner. Kuisioner terdiri dari 2 bagian yaitu profil responden dan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible* dan *Customer Satisfaction* dengan menggunakan skala *Likert*.

Variabel	Indikator	Pertanyaan
X_1	• kemampuan memberi pelayanan • keandalan karyawan • ketepatan informasi	• Kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan • Keandalan karyawan dalam membantu penyelesaian masalah yang dihadapi mahasiswa • Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi dengan benar
X_2	• kecepatan pelayanan • kemudahan pengaduan keluhan • kecepatan penanganan keluhan	• Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa • Kemudahan pengaduan keluhan kepada karyawan • Kecepatan penanganan keluhan
X_3	• keramahtamahan karyawan • keamanan seluruh civitas	• Keramahtamahan karyawan kepada mahasiswa • Keamanan seluruh

	akademika • privasi terjamin dengan baik	civitas akademika terjamin selama berada di Universitas Nusantara PGRI Kediri • Privasi terjamin dengan baik
X_4	• bersedia mendengar keluhan • hubungan baik antar karyawan dan mahasiswa • perhatian karyawan secara individu	• Karyawan bersedia mendengar keluhan mahasiswa • Tercipta hubungan baik antar karyawan dan mahasiswa • Karyawan memberi perhatian secara individual kepada mahasiswa
X_5	• kebersihan gedung • fasilitas lengkap • desain/layout menarik • kerapian penampilan	• Kebersihan gedung terjamin • Fasilitas/sarana prasarana yang lengkap • Desain/layout yang menarik • Kerapian penampilan karyawan
Y	• Kepuasan *(Customer Satisfaction)*	• Perasaan kepuasan saudara setelah menjadi mahasiswa UNP Kediri

Uji Instrumen dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

C. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Menggunakan bantuan *SPSS 21.0 for Windows* menghasilkan tabel frekuensi dan tabulasi silang (*crosstab*), serta analisis rata- rata Hitung (*Mean)*untuk mengetahui jawaban terhadap indikator yang paling menonjol (paling tinggi maupun paling rendah).

2. Analisis Statistik

a. AnalisisParsial Regresi Linear Berganda

Menurut Malhotra [4], rumus yang dapat digunakan sebagai perhitungan analisa regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b1X_1 + b2X_2 + b3X_3 + b4X_4 + b5X_5 + e$$

b. Analisis Koefisien Determinasi(R^2)

Menurut Ghozali [5]Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$.

c. Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau terpisah signifikan atau tidak.

d. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Variabel

1. Deskripsi *Service Quality*

Berdasarkan hasil perhitungan pada masing-masing dimensi *service quality*:

Tabel 4.7 Kepuasan Pada Tiap Dimensi*Service Quality*

Kepuasan	Mean
Reliability	3.76
Responsiveness	3.69
Assurance	4.08
Emphaty	3.84
Tangibles	3.64
Service Quality	3.80

Sumber : Lampiran 5, diolah

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa secara keseluruhan kepuasan pada *service quality* di Universitas Nusantara PGRI Kediri tergolong tinggi yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3.80. Kepuasan paling tinggi adalah pada dimensi *assurance* yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 4.08, sedangkan kepuasan paling rendah adalah pada dimensi *tangibles* yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3.64.

2. Deskripsi Kepuasan Mahasiswa

Berikut ini akan dideskripsikan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang menjadi responden penelitian:

Tabel 4.8 Deskripsi Kepuasan Mahasiswa

Indikator	Jawaban					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Perasaan kepuasan saudara setelah menghuni Universitas Nusantara PGRI Kediri	0	8	35	125	9	3.76

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang menjadi responden penelitiantergolong tinggi, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3.76.

B. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Jika nilai signifikansi dari *pearson product moment correlation*(r hasil) kurang dari 0.05 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Berikut adalah hasil pengujian validitas masing-masing item pertanyaan pada *service quality*:

Tabel 4.9Hasil Uji Validitas *Service Quality*

Dimensi	Item Pertanyaan	r hasil	Signifikansi	Keterangan
Reliability	1	0.831	0.000	Valid
	2	0.866	0.000	Valid
	3	0.852	0.000	Valid
Responsiveness	1	0.877	0.000	Valid
	2	0.840	0.000	Valid
	3	0.865	0.000	Valid
Assurance	1	0.788	0.000	Valid
	2	0.884	0.000	Valid
	3	0.864	0.000	Valid
Emphaty	1	0.622	0.000	Valid
	2	0.887	0.000	Valid
	3	0.827	0.000	Valid
Tangibles	1	0.764	0.000	Valid
	2	0.801	0.000	Valid
	3	0.768	0.000	Valid
	4	0.732	0.000	Valid

Sumber : Lampiran 3, diolah

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *cronbach alpha*. Jika nilaic*ronbach alpha* lebih besar dari 0.6, maka kuesioner dinyatakan reliabel.

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitaspada kuesioner *perceived service*:

Tabel 4.10Hasil Uji Reliabilitas *Service Quality*

Dimensi	*Cronbach Alpha*	Nilai Kritis	Keterangan
Reliability	0.798	0.6	Reliable
Responsiveness	0.825	0.6	Reliable
Assurance	0.800	0.6	Reliable
Emphaty	0.682	0.6	Reliable
Tangibles	0.766	0.6	Reliable

Sumber : Lampiran 4**,** diolah

C. Analisis Data

1. Analisis Parsial Regresi Linier Berganda

a.Uji Asumsi Klasik

1) Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya korelasi (hubungan) antara variabel bebas dalam model regresi.Pendeteksian jika nilai *Tolerance*> 0.10 atau sama dengan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut adalah nilai

Tolerance dan VIF yang dihasilkan model regresi:

Tabel 4.11
Nilai *Tolerance* dan *VIF*

Variabel Penelitian	Tolerance	*VIF*
Reliability (X1)	0.422	2.372
Responsiveness (X2)	0.502	1.994
Assurance (X3)	0.697	1.436
Emphaty (X4)	0.635	1.575
Tangibles (X5)	0.594	1.683

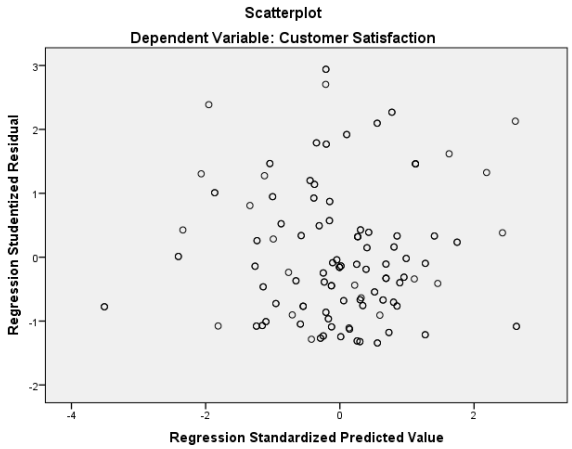
Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* variabel *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5) bernilai lebih besar dari 0.10. Demikian pula nilai VIF semuanya kurang dari 10. Hal ini mengindikasikan tidak terjadi multikolinieritas sehingga asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

2) Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan plot adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak berada di atas nol dan di bawah nol sehingga disimpulkan tidak terjadi heteskedastisitas.

3) Normalitas

Analisis regresi membutuhkan asumsi residual berdistribusi normal. Untuk menguji normalitas digunakan *normal probability plot*. Apabila titik-titik pada *normal probability plot* menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Hasil uji normalitas residual menggunakan *normal probability plot* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3 Normal Probability Plot

Berdasarkan Gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas residual terpenuhi.

b. Analisis Model Regresi Linier Berganda

1) Nilai Adjusted R Square

Regresi antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri menghasilkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi berganda) sebagai berikut:

Tabel 4.13 Nilai Adjusted R Square

Model	Adjusted R Square
1	0.653

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0.653, memiliki arti bahwa pengaruh *service quality* meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediriadalah sebesar 65.3% dan sisanya 34.7% dipengaruhi oleh faktor lain selain *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

2) Persamaan (Model) Regresi

Berikut adalah persamaan atau model regresi yang dihasilkan dari penelitian tentang pengaruh *service quality* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

$$\hat{y} = -0.823 + 0.196X1 + 0.242X2 + 0.268X3 + 0.170X4 + 0.332X5$$

2. Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji F)

Hasil uji F antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,*emphaty*, dan *tangibles*terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri adalahsebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji F

Model	*Sum of Squares*	Df	*Mean Square*	F hitung	Sig.
Regression	43.761	5	8.752	67.193	0.000
Residual	22.273	171	0.130		
Total	66.034	176			

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkanhasil uji F diperoleh nilai F hitung = 67.193 >F tabel2.265 (df1=5, df2=176, α=0.05) dan nilai signifikansi = 0.000< 0.05, maka disimpulkan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,*emphaty*, dan *tangibles* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini berarti adanya peningkatan *service quality* dari segi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,*emphaty*, dan *tangibles* secara bersama-sama akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

3. Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji t)

Hasil uji t antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,*emphaty*, dan *tangibles*terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediriadalahsebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Variabel Bebas	*Unstandardizied* β	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Reliability (X1)	0.196	2.784	1.974	0.006	Signifikan
Responsivenes (X2)	0.242	4.035		0.000	Signifikan
Assurance (X3)	0.268	4.599		0.000	Signifikan
Emphaty (X4)	0.170	2.551		0.012	Signifikan
Tangibles (X5)	0.332	4.603		0.000	Signifikan

Sumber : Lampiran 6, diolah

4. Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui pengaruh yang dominan dapat dilihat dari hasil *standardized coefficient*. Berikut adalah *standardized coefficient* yang dihasilkan :

Tabel 4.16. Hasil Pengaruh Dominan

Variabel Bebas	*Standardizied Coefficient*
Reliability (X1)	0.190
Responsiveness (X2)	0.253
Assurance (X3)	0.245
Emphaty (X4)	0.142
Tangibles (X5)	0.265

Sumber : Lampiran 6, diolah

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa *standardized coefficient* paling besar adalah variabel *tangible* (X5) yaitu sebesar 0.265. Sehingga dari 5 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, *tangible* merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

V. SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan padapenelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara parsial *reliability*, berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini berarti jika *service quality* semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Secara parsial *responsiveness*, berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini berarti jika *service quality* semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Secara parsial *assurance*, berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini berarti jika *service quality* semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Secara parsial *empathy*, berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini berarti jika *service quality* semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Secara parsial *tangible*, berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini berarti jika *service quality* semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Secara simultan *service quality* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini berarti adanya peningkatan *service quality* secara bersama-sama akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. *Tangible* merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

[1]Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009.*Manajemen Pemasaran jilid 1dan 2***.** Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

[2]Zeithaml, Valerie., Mary Jo Bitner, Dwayne D Gremler. 2009.*Service Marketing*. McGraw-Hill International Edition.

[3]Kurniawati, Diyah. 2010. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Merefensikan Kampusnya*. Skripsi.

[4]Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT. Index.

[5]Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multi Variate dengan Program SPSS*.