

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN BAGIAN KEUANGAN DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Satria Wijaya
STIKOM Bali

Jln. Raya Puputan, No. 86, Renon Denpasar, Bali
Email: satriawijaya_igustingurah@yahoo.co.id

ABSTRAK

STIKOM Bali merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Bali yang mempunyai cukup banyak mahasiswa dalam setiap tahun ajaran. STIKOM Bali dituntut untuk terus meningkatkan layanan terbaik agar mahasiswa yang merupakan civitas akademika tidak merasa kecewa dengan pelayanan terkait akademik. Pengukuran kepuasan mahasiswa terkait layanan administrasi kampus jarang dilakukan sehingga tidak diketahui tingkat kepuasan mahasiswa yang dalam hal ini pelanggan terhadap layanan yang diberikan perguruan tinggi. Dengan mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa, pihak perguruan tinggi dapat memperbaiki layanan apabila kurang baik dan lebih meningkatkan pelayanan apabila tingkat kepuasan sudah baik. Penelitian ini melakukan pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan bagian keuangan yang ada pada STIKOM Bali. Metode CSI digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan dikarenakan metode ini menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Dengan adanya pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa dapat mengetahui bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap layanan yang selama ini diberikan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplorasi konsep, analisis, pengumpulan dan analisis data serta penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil evaluasi maka didapatkan kesimpulan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa STIKOM Bali pada kategori netral dengan nilai/skor sebesar 3,49. Serta berdasarkan Hasil uji F simultan dan uji t parsial dari model persamaan regresi kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa empat variabel independen yaitu reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

Kata kunci: kepuasan, pelayanan, customer satisfaction index

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan perubahan orientasi dan pandangan para konsumen atau pelanggan terhadap perusahaan penyedia jasa. Banyak perusahaan berusaha meningkatkan daya saing untuk menarik hati pelanggan dan memberikan layanan terbaik pada pelanggan. Perusahaan menawarkan berbagai produk dan promosi untuk menjaga pelanggan tetap setia pada perusahaan tersebut. Tidak hanya perusahaan penyedia jasa, perguruan tinggi swasta khususnya juga berusaha meningkatkan daya saing dengan memberikan layanan terbaik pada para pelanggan yang dalam hal ini adalah mahasiswa. Saat ini perguruan tinggi dalam seluruh kegiatan manajemen terkait mahasiswa harus memberikan layanan yang terbaik sehingga tingkat kepuasan mahasiswa tinggi.

STIKOM Bali merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Bali yang mempunyai cukup banyak mahasiswa dalam setiap tahun ajaran. Dengan banyaknya jumlah mahasiswa, STIKOM Bali dituntut untuk terus meningkatkan layanan terbaik agar mahasiswa yang merupakan civitas akademika

tidak merasa kecewa dengan pelayanan terkait akademik. Pada STIKOM Bali, bagian yang terkait dengan kegiatan akademik mahasiswa adalah bagian keuangan dan bagian administrasi akademik. Setiap semester, mahasiswa STIKOM Bali akan berhubungan dengan bagian keuangan untuk kegiatan pembayaran.

Pengukuran kepuasan mahasiswa terkait layanan administrasi kampus jarang dilakukan sehingga tidak diketahui tingkat kepuasan mahasiswa yang dalam hal ini pelanggan terhadap layanan yang diberikan perguruan tinggi. Dengan mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa, pihak perguruan tinggi dapat memperbaiki layanan apabila kurang baik dan lebih meningkatkan pelayanan apabila tingkat kepuasan sudah baik. Penelitian ini melakukan pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan bagian keuangan yang ada pada STIKOM Bali. Terdapat banyak metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan, salah satunya adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Metode CSI digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan dikarenakan metode ini menentukan

tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Dengan adanya pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa dapat mengetahui bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap layanan yang selama ini diberikan. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi agar perguruan tinggi dapat memperbaiki kinerja pelayanan perusahaan dan menyusun strategi pelayanan agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain.

B. TINJAUAN PUSTAKA

B.1. Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh [1] pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Pakuan Kota Bogor. Evaluasi kepuasan pelanggan dilakukan sebagai salah satu upaya untuk melihat tingkat kinerja PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor dianalisis dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Penilaian pelanggan PDAM Tirta Pakuan Bogor terhadap mutu produk air minum adalah sangat puas dengan nilai CSI sebesar 0,86337. Penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor termasuk dalam kriteria puas, dengan nilai CSI 0,78389.

Penelitian yang dilakukan oleh [2] mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan strategi pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Keraton di Tangerang. Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis deskriptif, kehandalan dan uji validitas, khi-kuadrat, tabulasi silang, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI) dan Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) analisis. Berdasarkan hubungan antara karakteristik pelanggan dan tingkat kinerja, dapat disimpulkan bahwa pelanggan wanita, terutama yang berusia di atas 40 tahun dan pelanggan yang memiliki penghasilan di atas Rp 8 juta lebih sensitif dan membutuhkan perhatian lebih untuk ditangani. Karyawan dan pengusaha lebih mudah untuk mengerti dan memahami jenis perawatan yang disediakan, frekuensi kunjungan tergantung pada layanan pada kunjungan pertama dapat menyebabkan kesan yang baik pada pelanggan, sumber informasi dengan spanduk yang dipasang di depan Salon Kecantikan staf Keraton adalah sangat membantu dalam memberikan informasi jenis pelayanan dan harga Salon Kecantikan Keraton. Prioritas utama perbaikan perlu dilakukan tentang strategi mempercepat kinerja Salon Kecantikan Keraton diperbaiki sesuai dengan biaya dan manfaat, serta Kecantikan Salon dapat

mencapai tujuan yang optimal dan mudah untuk diimplementasikan.

Penelitian yang dilakukan oleh [3] mengukur kepuasan pelanggan pengguna transportasi Trans Jogja menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI). Hasil penelitian bahwa CSI sebesar 68.7542%. Hal ini berarti bahwa CSI dari Trans Jogja masih rendah. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

B.2. Kepuasan Konsumen

Definisi kepuasan pelanggan menurut Band dalam [4] mengatakan bahwa "Kepuasan Pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang terus berlanjut". Penelitian yang dilakukan oleh [7] mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian.

B.3. CSI

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Skor *Importance and Performance Analysis* (IPA) dari setiap dimensi dan atribut kualitas jasa digunakan untuk menghitung nilai Customer Satisfaction Index (CSI), sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan terhadap kinerja pelayanan [4].

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan menggunakan kriteria nilai. Langkah-langkah perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebagai berikut [5] :

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS), nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.
2. Membuat Weight Factors (WF), bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.
3. Membuat Weight Score (WS), bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X).
4. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi ke dalam tujuh kriteria dari sangat tidak baik sampai dengan baik sekali.

C. METODOLOGI PENELITIAN

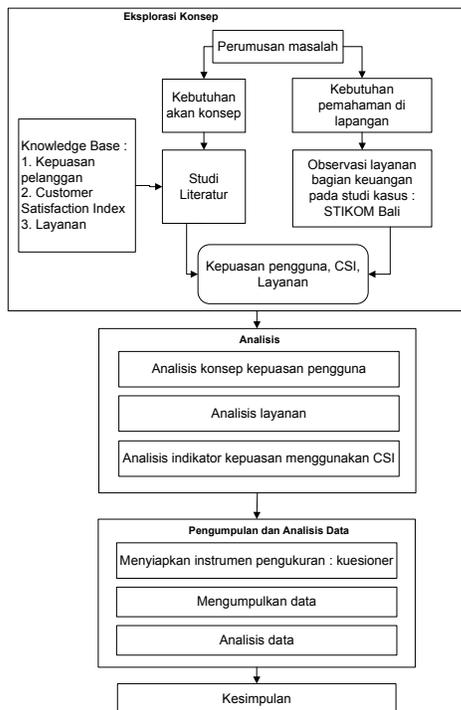
Bagian ini akan menjelaskan mengenai tahapan dalam penelitian. Alur penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Eksplorasi konsep

Pada tahap pertama yaitu eksplorasi konsep, dijelaskan bahwa berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, dilakukan studi literatur mengenai konsep yang akan digunakan dalam penelitian yaitu kepuasan pelanggan, layanan dan CSI. Pada tahap pertama ini juga dilakukan observasi layanan bagian keuangan yang ada pada perguruan tinggi yang digunakan sebagai studi kasus yaitu STIKOM Bali. Hasil studi literatur dan observasi menghasilkan konsep dan data yang digunakan sebagai dasar dalam analisis.

2. Analisis

Pada tahap analisis dilakukan analisis konsep kualitas informasi, kualitas sistem, kepuasan pengguna, SION STIKOM Bali dan penentuan hipotesis penelitian.



Gambar 1. Metode penelitian

3. Pengumpulan dan analisis data

Pada tahap pengumpulan dan analisis data dilakukan pembuatan instrument pengukuran berupa kuesioner, pengumpulan data dan analisis data. Penyebaran data kuesioner dilakukan pada STMIK STIKOM Bali dengan responden mahasiswa STIKOM Bali. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Hasil dari pengumpulan data

kuesioner akan diolah dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

4. Kesimpulan

Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

D.1. Analisis Variabel Kuesioner

Dalam penelitian ini ada 5 instrument yang digunakan dalam pengukuran kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Langsung), yaitu dimensi pelayanan yang berfokus pada elemen-elemen yang merepresentasikan pelayanan secara fisik. Dimensi ini meliputi fasilitas fisik (arsitektur gedung, warna, dekorasi, tempat parkir), perlengkapan (teknologi yang digunakan), merk (logo yang mudah diingat), lokasi, serta penampilan karyawan
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat. Hal ini meliputi janji mengenai pelayanan yang baik, penanganan terhadap keberatan yang tepat dan cepat serta penggunaan komunikasi pasca pelayanan.
3. *Responsiveness* (Daya Tangkap), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan. Dimensi ini menekankan pada perilaku personil yang memberi pelayanan untuk memperhatikan permintaan-permintaan, pertanyaan dan keberatan-keberatan dari para pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu dimensi kualitas pelayanan yang berfokus pada kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. *Empathy* (Empati), yaitu aspek yang menekankan pada perlakuan konsumen sebagai individu, memahami kebutuhan pelanggan dan rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual.

D.2. Karakteristik Responden

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan 100 kuesioner kepada mahasiswa STIKOM. Dari seluruh kuesioner yang disebarkan, maka sebanyak 69 kuesioner yang berhasil dikumpulkan kembali dan terisi jawaban sepenuhnya. Sehingga data yang dapat digunakan sebanyak 69.

Karakteristik responden yang berhasil dikumpulkan adalah mengenai jenis kelamin dan umur. Tabel 1 memperlihatkan profil dan karakteristik dari responden dosen.

Tabel 1. Profil dan karakteristik responden

Jenis Kelamin		Usia		
L	P	18-20	21-25	>25
52	17	49	19	1

Berdasarkan profil dan karakteristik responden, maka pengguna yang menjadi responden adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 52 orang dan perempuan sebanyak 17 orang, usia dominan antara 18-20 yaitu sebanyak 49.

D.3. Uji Validitas dan Reliability

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan alat bantu SPSS 20. Uji validitas dilakukan menggunakan uji korelasi pearson product moment. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung > dari nilai r tabelnya, r tabel dapat dilihat pada tabel r statistik, dimana nilai $df=N-2$, dimana $N=69$ dan jika mengikuti rumus maka $df=N(69)-2=67$ jadi kita melihat nilai $df=67=0,2369$. Berdasarkan data uji validitas pada Tabel 2 dengan menggunakan nilai korelasi pearson product moment, terdapat satu lima menunjukkan hasil < 0.2369. yaitu A5, A8, A9, A14, A17 sehingga dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil tersebut maka kelima item tersebut dihilangkan dan tidak diikutkan dalam pengolahan data selanjutnya.

Tabel 2. Hasil uji validitas

Variabel	Korelasi r	Validitas
A1	1	Valid
A2	0.435	Valid
A3	0.286	Valid
A4	0.262	Valid
A5	0.189	Tidak Valid
A6	0.592	Valid
A7	0.465	Valid
A8	0.157	Tidak Valid
A9	0.162	Tidak Valid
A10	0.285	Valid
A11	0.453	Valid
A12	0.292	Valid
A13	0.400	Valid
A14	-0.37	Tidak Valid
A15	0.318	Valid
A16	0.391	Valid
A17	0.124	Tidak Valid

Sedangkan untuk pengujian reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach. Jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha didapatkan nilai alpha sebesar 0.892. Dapat disimpulkan bahwa semua item dapat dikatakan reliabilitas tinggi.

D.4. Evaluasi Indikator

Evaluasi kelima indikator dan variabel kepuasan pengguna terhadap pelayanan menggunakan alat bantu SPSS 20. Indikator usability yang dievaluasi yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif. Indikator berserta kode pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Kode pertanyaan

Indikator	Kode Soal
1. Tangible	A1, A2,A3,A4
2. Reliability	A6,A7
3. Responsiveness	A10,A11
4. Assurance	A12,13
5. Emphaty	A15,A16

Hasil pengujian masing-masing detail indicator dapat dilihat pada Tabel 4. Sedangkan Hasil pengujian masing-masing indikator dijelaskan pada Tabel 5.

Tabel 4. Hasil pengujian dengan statistik deskriptif detail indkator

	N	Mean
A1	69	3.33
A2	69	3.84
A3	69	3.74
A4	69	3.93
A6	69	3.07
A7	69	3.12
A10	69	3.41
A11	69	3.41
A12	69	3.65
A13	69	3.39
A15	69	3.52
A16	69	3.43
Valid N (listwise)	69	

Tabel 5. Hasil pengujian dengan statistik deskriptif masing-masing indikator

	N	Mean
TN	69	3.78
RL	69	3.16
RS	69	3.42
AS	69	3.59
EM	69	3.57
Valid N (listwise)	69	

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan tersebut, berikut ini dibuat rangkuman untuk mengukur skor atau nilai total kepuasan mahasiswa STIKOM Bali. Setiap pertanyaan yang diajukan terdiri atas 5 (lima) kategori jawaban yaitu pilihan 1 berarti sangat tidak puas, pilihan 2 berarti tidak puas, pilihan 3 berarti netral, pilihan 4 berarti puas, dan

pilihan 5 berarti sangat puas. Masing-masing kategori disusun berdasarkan skala Likert. Pilihan jawaban pertanyaan pertama lebih rendah bobotnya dari jawaban kedua, pilihan jawaban kedua lebih rendah bobotnya dari jawaban ketiga dan seterusnya. Data tersebut disajikan dalam Tabel berikut ini.

Tabel 6 Analisis Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan

No	Aspek Kepuasan	Skor
A1	Kenyamanan loket pembayaran	3.33
A2	Kebersihan loket pembayaran	3.84
A3	Pembayaran dilengkapi dengan teknologi dan fasilitas yang memadai	3.74
A4	kerapian dan kebersihan penampilan petugas pembayaran	3.93
A6	Jumlah loket pembayaran yang disediakan sesuai mahasiswa	3.07
A7	Jumlah karyawan yang melayani sesuai dengan jumlah mahasiswa	3.12
A10	Daya tanggap karyawan terhadap keluhan pembayaran mahasiswa	3.41
A11	Informasi yang jelas mengenai pembayaran mahasiswa	3.41
A12	Pengetahuan karyawan tentang pelayanan pembayaran yang disediakan	3.65
A13	Keramahan karyawan dalam melayani	3.39
A15	Informasi pembayaran lengkap dan jelas	3.52
A16	Ketersediaan tempat untuk menyalurkan kritik dan saran bagi mahasiswa	3.43
Total		41.84
Rata-rata		3.49

Dari tabel tersebut diatas dan berdasarkan tabel tingkat kepuasan pelanggan terlihat bahwa nilai rata-rata kepuasan mahasiswa STIKOM Bali adalah 3.49 atau berada pada tingkat kepuasan yang netral (biasa-biasa saja). Kondisi tingkat kepuasan ini harus ke depan harus bisa ditingkatkan, tentunya dengan mempertimbangkan setiap indikator kepuasan pelanggan serta perlu ditingkatkan fasilitas dan pelayanan bagian keuangan.

D.5. Hubungan Antara Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam hal ini adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat/dependen yang disimbolkan dengan Y_2 terhadap variabel bebas/independen yang terdiri dari *Bukti Fisik (Tangible)* (X_1), *Keandalan (Reability)*(X_2), *Daya Tangga (Responsiveness)* (X_3), *Jaminan (Assurance)*(X_4), serta *Empati (Emphaty)* (X_5). Setelah mendapatkan model persamaan regresi sederhana kemudian dilakukan interpretasi terhadap model tersebut yang dilanjutkan dengan pengujian statistik yaitu terdiri dari Uji F, Uji T, dan Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel 7 Analisis Regresi Berganda X Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
						(Constant)
TN	.030	.100	.023	.297	.767	
1	RL	.182	.050	.269	3.664	.001
	RS	.254	.057	.307	4.427	.000
	AS	.218	.063	.263	3.472	.001
	EM	.248	.052	.316	4.810	.000

Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y_2 = 3,49 + 0,30X_1 + 0,182X_2 + 0,254X_3 + 0,218 X_4 + 0,248 X_5$$

Dimana:

Y_2 = Kepuasan pelanggan

X_1 = Aspek *Bukti Fisik (Tangible)*

X_2 = Aspek *Keandalan (Reability)*

X_3 = Aspek *Daya Tanggap (Responsiveness)*

X_4 = Aspek *Jaminan (Assurance)*

X_5 = Aspek *Empati (Emphaty)*

Interpretasi dari model regresi yang diperoleh di atas adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh aspek *Bukti Fisik (Tangible)* (X_1) terhadap kepuasan mahasiswa STIKOM Bali

Variabel *Bukti Fisik* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan *Bukti Fisik (Tangible)* sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,30.

2. Pengaruh aspek keandalan (Reability) (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa STIKOM Bali.

Variabel keadalan memberikan pengaruh negatif terhadap tingkat kepuasan. Peningkatan variabel keandalan sebanyak 1 satuan akan menurunkan kepuasan pelanggan sebanyak 0,182.

3. Pengaruh aspek Daya Tanggap (Responsiveness) (X_3) terhadap mahasiswa STIKOM Bali

Variabel *Daya Tanggap* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan *Responsiveness* sebanyak 1 satuan menyebabkan meningkatnya kepuasan pelanggan sebanyak 0,254. Mengingat variabel ini memiliki pengaruh yang paling tinggi dari variabel bebas lainnya, maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan variabel ini harus mendapatkan perhatian yang lebih tinggi.

4. Pengaruh aspek Jaminan (Assurance) (X_4) terhadap kepuasan mahasiswa STIKOM Bali

Variabel *Jaminan* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan pelayanan dari sisi *Jaminan* sebanyak 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebanyak 0,218.

5. Pengaruh aspek *Emphaty* (X5) terhadap kepuasan mahasiswa STIKOM Bali

Variabel Empati memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan variabel ini sebanyak 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebanyak 0,248.

D.6. Uji statistik terhadap hasil pengolahan data

D.6.1. Uji F

Uji F adalah uji untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dimana dalam hal ini hipotesis penelitian yang akan diselidiki adalah:

H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (kepuasan).

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (kepuasan).

Tabel 8 Ringkasan ANOVA untuk uji signifikansi

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.156	5	4.031	50.174	.000 ^b
Residual	5.062	63	.080		
Total	25.217	68			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), EM, AS, RS, RL, TN

Nilai F hitung diperoleh sebesar 50.174 dan F tabel untuk $N(1) = 6$ dan $N(2) = 52$ diperoleh nilai sebesar 2,23. Berdasarkan hasil perhitungan di atas berarti nilai F hitung lebih besar dari nilai F table ($50.174 > 2,23$), dengan nilai probabilitas untuk *F statistik* (signifikansi) adalah $0,000000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti seluruh variabel independen yakni Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*) secara bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

D.6.2. Uji T

Uji t adalah uji secara individual semua koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Uji signifikansi t dilihat dari nilai prob yang dibandingkan dengan nilai tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Bila $prob < \alpha$, maka variabel tersebut signifikan.

Tabel 9 Tabel t-Test dan Tingkat Signifikansi Masing-masing Variabel

Variabel	t hit	Prob	Signifikansi
Bukti Fisik (Tangible)	.297	.767	Tidak Signifikan
Keandalan (Reability)	3.664	.001	Signifikan
Daya Tanggap (Responsiveness)	4.427	.000	Signifikan
Jaminan (Assurance)	3.472	.001	Signifikan
Empati (emphaty)	4.810	.000	Signifikan

Berdasarkan hasil uji signifikansi diperoleh bahwa variabel *Tangible* tidak signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa, sedangkan empat variabel lain signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan internal.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Tingkat kepuasan mahasiswa STIKOM Bali secara keseluruhan berada pada kategori netral dengan nilai/skor sebesar 3,49.
2. Faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *daya tanggap (responsiveness)* yaitu sebesar 0,254 seperti ditunjukkan pada persamaan regresi $3,49 + 0,30X_1 + 0,182X_2 + 0,254X_3 + 0,218X_4 + 0,248X_5$
3. Hasil uji F simultan dan uji t parsial dari model persamaan regresi kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa empat variabel independen yaitu *reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* secara bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

REFERENSI

[1] Nugroho, A.A (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Pakuan Kota Bogor. *Holistic Journal of Management Research*. 3(2). Pp 13-26.

[2] Widiana, W., Hubeis, M. dan Raharja, S. (2013). Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Keraton di Tangerang. *Journal Manajemen IKM IPB*. 8(1), pp 88-98.

[3] Syukri, S.H.A. (2014). Penerapan *Customer Satisfaction Index (CSI)* Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. 13(2), pp 103-111.

- [4] Udiutomo, P. 2011. Analisis Tingkat Kepuasan Siswa Terhadap Pelayanan Program Smart Ekselensia Indonesia. Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa. Edisi 1.
- [5] Hadiati, S., Ruci, S. (1999). Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 1(1), pp 56-64.
- [6] Novel, H., Napitupulu, H. (2013). Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor Dengan Metode Servperf (*Service Performance*) Dan *Customer Satisfaction Index*. e-Jurnal Teknik Industri FT USU. 3(2), pp. 18-22.
- [7] Rangkuti, F. 2006. Measuring Customer Satisfaction. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.