

ANALISIS TOTAL QUALITY SERVICE TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS KUTAI KARTANEGARA TENGGARONG

Oleh : Johansyah

Penulis adalah Staf Pengajar Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong

Abstrak :

This research do analysis of the relationship among Tangibles Service Quality(X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3) Assurance (X_4), Empaty (X_5) with satisfaction (Y) students in University of Kutai Kartanegara. The research object is treated to the University of Kutai Kartanegara with all of students from the whole faculties in University of Kutai kartanegara as respondents. According to analysis result which is done, It's gotten the regression equation $Y=4,334 - 0,097X_1 - 0,022X_1X_2 - 0,195X_3 - 0,132X_4 + 0,258X_5$

Key Word : Kualitas Layanan (service quality) dan Kepuasan (Satisfaction)

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Liberalisasi ekonomi dan perdagangan bebas seperti AFTA yang mulai diberlakukan pada tahun 2003 maupun GATT pada tahun 2020 menjadi sesuatu yang mau tidak mau harus dihadapi Indonesia. Profesionalisme diberbagai bidang akan menjadi kunci dalam memenangkan persaingan dipasar bebas serta dalam memanfaatkan peluang-peluang bisnis ditengah tengah persaingan bisnis yang ketat. Disamping itu potensi potensi sumberdaya yang ada harus digali, dikelola serta kualitasnya harus terus menerus ditingkatkan, termasuk kualitas sumberdaya manusia, baik ditingkat pusat dan daerah.

Lembaga pendidikan diharuskan berpartisipasi dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, begitu juga halnya dengan perguruan tinggi dibutuhkan manajemen yang lebih professional umumnya dibandingkan dengan lembaga pendidikan dasar dan menengah.

Pimpinan lembaga pendidikan tinggi dihadapkan pada banyak tujuan yang dinyatakan dalam statutenya. Dengan berkembang dan bertambah kompleksnya kegiatan suatu lembaga pendidikan tinggi, pimpinan lembaga pendidikan tinggi tidak mungkin dapat mengawasi secara langsung seluruh kegiatan karyawan yang dipimpinya, sehingga dirasakan perlu adanya suatu cara yang dapat saling mengawasi dan yang dapat memberikan informasi penting bagi pimpinan lembaga, serta suatu cara yang dapat mengkoordinasikan bagian-bagian yang ada agar operasional lembaga tetap berjalan dengan baik dan lancar sebagai mana yang diharapkan oleh mahasiswa, masyarakat dan lain sebagainya.

Universitas Kutai Kartanegara merupakan salah satu perguruan tinggi yang ada dikabupaten kutai kartanegara yang memiliki berberapa Fakultas antara lain : Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Pertanian, Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan, Fakultas

Agama Islam, Fakultas Teknik, dan Fakultas Hukum.

Menjadi fokus utama adalah Masalah kualitas yang merupakan salah satu bagian penting dan perlu mendapat perhatian yang serius bagi manajer dalam menjalankan strategi operasionalnya.

Pada prakteknya setiap orang menghendaki adanya *good quality* dan menolak *poor quality*. suatu barang atau jasa dikatakan berkualitas bila mencapai bahkan melebihi standar kualitas yang ada. Sebaliknya akan dikatakan kurang berkualitas apabila standar tersebut belum tercapai. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan jasa. Pelayanan merupakan kunci sukses dari sebuah perusahaan. Oleh karna itu kualitas pelayanan harus menjadi focus perhatian manajemen perusahaan dalam menjalankan suatu usaha.

Sektor jasa harus dapat memberikan kualitas prima kepada para pelanggan. Untuk itu diperlukan pendekatan kontemporer yaitu melalui pendekatan *total quality service* (TSQ).

Perguruan tinggi merupakan salah satu industri jasa yang mengutamakan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Salah satu konsep yang digunakan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta meningkatkan daya saing perguruan tinggi yaitu melalui konsep *Total quality service* (TQS).

B. Perumusan masalah

Sehubungan dengan peran pentingnya kualitas pelayanan bagi sebuah perguruan tinggi, maka untuk penilaian kualitas perguruan tinggi tersebut, informasi yang penting perlu digali dengan baik dari mahasiswa. Untuk kemudian informasi tersebut digunakan sebagai dasar pembenahan bagi kualitas pelayanan perguruan tinggi tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan dari faktor *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* yang disajikan oleh Universitas Kutai Kartanegara berdasarkan persepsi mahasiswa?
2. Apakah variabel *reliability* berpengaruh dominan terhadap kualitas layanan Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terjadi Gap antara kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa dengan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh mahasiswa.
2. Untuk mengetahui sejauh mana perbedaan pelayanan di Universitas Kutai Kartanegara.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan kajian dan teori-teori yang pernah didapat dan mengaplikasikannya secara empiris di dunia nyata.
2. Sebagai bahan pertimbangan pemikiran kepada pimpinan Universitas Kutai Kartanegara untuk dapat dipakai sebagai bahan acuan dalam menentukan kebijakan di masa mendatang.
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi Yayasan Kutai Kartanegara dalam mengambil keputusan guna meningkatkan kualitas Universitas Kutai Kartanegara.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Jasa (*Service*)

Kotler (1997:476) merumuskan jasa sebagai “setiap tindakan atau ujuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak yang lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun”. Kemudian adrine Adrian payne (1993:6), mengatakan bahwa “*A service is an activity which has some element of intangibility associated with it, which involves some interaction with customers or with customers or with property in their possession, and dose not result in a transfer of ownership. A change*

on condition may occur and production of the service may or may not be closely associated with a physical product” .

Sedangkan pawitra (1996) mengatakan bahwa jasa merupakan suatu kinerja, perbuatan, atau proses. Suatu jasa sering sekali sulit diidentifikasi karena timbul secara simultan pada saat jasa itu dibeli atau dikonsumsi

B. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

1. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) atau sering juga disebut mutu pelayanan, menurut parasuram dkk, 1988 (Soetjipto, 1997:18) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau diperoleh.

2. Dimensi kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada kualitas penawaran jasa yang diharapkan dan dirasakan. Hal ini terutama dengan menentukan kepuasan atau tidak kepuasan pelanggan.

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan garvin (Tjiptono, 1996:68-69) dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah :

- a. Kinerja (*performance*) yaitu

- karakteristik operasi pokok dari pokok inti
- b. Ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*) yaitu karakteristik skunder atau pelengkap
- c. Kehendak (*reability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
- e. Daya tahan (*durability*)
- f. *Serviceability*,
- g. Estetika
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Pada tahun 1988, tiga pakar pemasaran yaitu parasuraman, barry, dan zeithml, mengemukakan lima dimensi pokok yang diterapkan pada bisnis jasa (Tjiptono, 1996:70). Kelima dimensi tersebut yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*); meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keadaan (*reliability*); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsibility*); yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
5. Empati (*empathy*); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

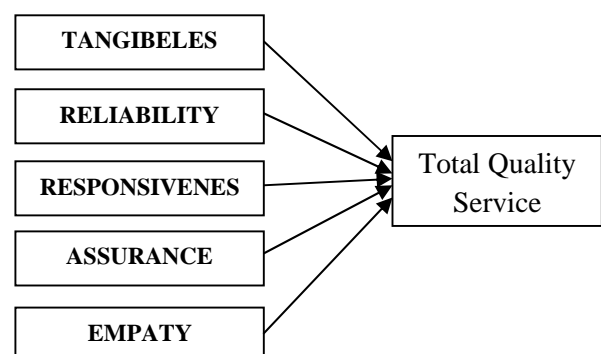
C. Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis atau analisis tingkat kepentingan dan kualitas pelayanan. Analisis ini dikemukakan oleh Martilla dan James (1977:77-79) dalam Journal of Marketing edisi bulan januari (Supranto, 1997). Alat analisis ini biasanya dipakai untuk mengukur tingkat kepuasan atau kualitas pelayanan suatu industry jasa berdasarkan persepsi pelanggan.

D. Definisi Konseptual

Kajian TQS ini dipengaruhi oleh faktor reliability, Responsiveness, assurance, dan Tangibles.

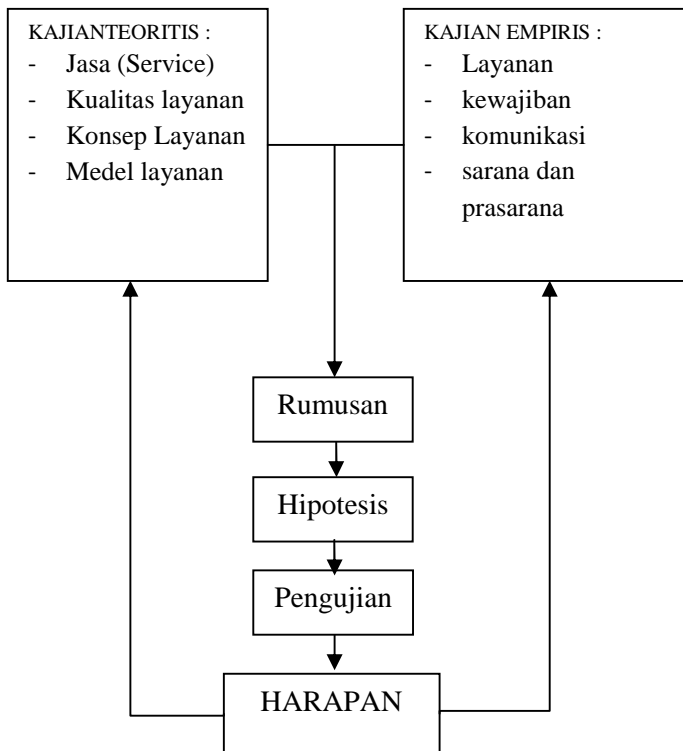
Gambar : I



E. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini terdapat pada gambar II

Gambar : II



F. Hipotesis

Dari uraian pada bagian terdahulu dan berdasarkan dasar teori dan kerangka pemikiran, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga factor tangible, responsiveness, assurance dan empathy memiliki pengaruh bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Kutai Kartanegara
2. Diduga faktor reliability lebih dominan dibanding faktor lain terhadap kepuasan mahasiswa

III. METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional

Lingkungan penelitian ini dibatasi dengan menyamakan persepsi tentang variabel, maka berikut diuraikan mengenai variabel yang digunakan :

1. Reliability. Merupakan kemampuan Universitas memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, memuaskan, atau secara handal, akurat, dan konsisten dengan indikator, yaitu : memberikan pelayanan seperti apa yang diharapkan, penanganan masalah mahasiswa dengan benar, pelayanan yang benar pada mahasiswa pertama kali datang, waktu pelayanan sesuai dengan informasi yang diberikan, penyimpanan laporan yang bebas dari kesalahan.
2. Responsiveness. Merupakan keinginan para staf untuk membantu mahasiswa dan memberikan pelayanan dengan tanggap dengan indikator yaitu : selalu memberitahukan kepada mahasiswa kapan pelayanan akan dilaksanakan, pelayanan yang cepat kepada mahasiswa, keikhlasan membantu para mahasiswa, kesediaan karyawan merespon permintaan mahasiswa.
3. Assurance. Meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan dengan indikator : para karyawan mampu menanamkan ke-

percayaan pada mahasiswa, memberi suasana yang nyaman pada para mahasiswa/keluarga para mahasiswa, para karyawan selalu sopan, para karyawan mampu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mahasiswa sesuai dengan tugasnya.

4. *Empathy*. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para mahasiswa, kesan yang baik dihati mahasiswa, para karyawan yang memahami kebutuhan para mahasiswa, dan disiplin waktu yang tinggi.
5. *Tangibles*. Mencakup fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi dengan indikator, yaitu : peralatan perkuliahan yang canggih, fasilitas-fasilitas menarik yang memadai, para karyawan yang rapi, para karyawan yang profesional, perlengkapan Universitas yang memadai baik buruk untuk pratikum maupun perkuliahan.

B. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini obyek yang diamati adalah Universitas Kutai Kartanegara yang merupakan salah satu bentuk perusahaan jasa. Produk dari perusahaan jasa adalah service atau pelayanan, karena itulah fokus dari penelitian ini adalah menganalisa kualitas dari pelayanan pendidikan yang merupakan salah satu bentuk *competitive advantage* dari sebuah perguruan tinggi.

C. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong. Lokasi Universitas ini sangat strategis yakni berada di jantung kota tenggarong.

D. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini meliputi

1. *Library Research* (Penelitian Kepustakaan) :

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku, Jurnal, dan referensi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan perusahaan jasa khususnya perguruan tinggi, sebagai studi pendahuluan.

2. *Field Work Research* (Penelitian Lapangan) :

- a. *Observasi* (pengamatan langsung terhadap objek penelitian).
- b. *Interview* (wawancara langsung dengan para konsumen yang melakukan pembelian di Pasar Tangga Arung Tenggarong).
- c. *Kuisisioner* (pengajuan/penyebaran pertanyaan).

E. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa yang masih aktif kuliah 3 angkatan terakhir di Universitas Kutai Kartanegara.

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sample, menurut Suharsimi (1996:128) purposive sample adalah pengambilan sampel bukan didasarkan atas strata, random atau daerah, tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

Dalam hal ini sampel yang diambil adalah mahasiswa dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2003:120) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Adapun jumlah sampel pada penelitian ini dengan menggunakan e^2 sebesar 5% dan besarnya populasi adalah 6.500 orang, maka jumlah sampel adalah sebagai berikut :

Tabel I. Keadaan mahasiswa Universitas Kutai Kartanegara

Menurut Fakultas dari Tahun 2006 s/d 2008

No.	Tenaga Pengajar	Jumlah Mahasiswa	5%
1	Fakultas agama Islam (FAI)	585	19
2	Fakultas Ekonomi	2.210	20
3	Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik (FISIP)	1.430	20
4	Fakultas Ilmu Keguruan & Ilmu Pendidikan (FKIP)	845	20
5	Fakultas Pertanian	520	19
6	Fakultas Teknik	715	19
7	Fakultas Hukum	195	18
Jumlah		6.5000	135

F. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Universitas, sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang dipakai

1. Uji Validitas

Untuk menguji tingkat validitas menggunakan rumus korelasi Product Moment (dajan, 1991:315).

2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji tingkat reliabilitas, maka menggunakan rumus Standardized Item Alpha (Setyadin, 1995:11 dalam Hengkeng, 2000)

3. Analisis Regresi

Data yang diperoleh melalui prosedur pengumpulan data selanjutnya dianalisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil pengujian apakah ada atau tidak pengaruh sebab akibat antara 6 (enam) variabel maka Sugiono (2001:243) harus didasarkan pada analisis regresi berganda bila kita ingin mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen secara individu.

Sehingga rumus umum persamaan regresi berganda ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis

Pada bagian ini, penulis akan menganalisa dan menguji data guna mengetahui apakah data yang diperoleh melalui Quisoneer tersebut dapat didukung oleh hipotesis yang dirumuskan.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui pembagian kuisoner sebanyak 135 respon-

den, selanjutnya data dianalisis menggunakan komputerisasi dengan program SPSS sebagai mana yang disajikan berikut ini :

1. Uji Validitas Intrumen Penelitian

Dari hasil perhitungan menggunakan data program SPSS dengan menjalankan prosedur Bivariate Correlation didapat hasil seperti pada table II

Tabel II Correlation

		Tingkat Harapan	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Tingkat harapan	Pearson Correlation	1	,204	-,035	-,250**	-,100	,288**
	Sig. (2-tailed)		,017	,691	,004	,250	,001
	N	135	135	135	135	135	135
Tangibles	Pearson Correlation	,204*	1	,260**	-,026	,420**	,470**
	Sig. (2-tailed)	,017		,002	,761	,000	,000
	N	135	135	135	135	135	135
Reliability	Pearson Correlation	-,035	,260**	1	,340**	,317**	,273**
	Sig. (2-tailed)	,691	,002		,000	,000	,001
	N	135	135	135	135	135	135
Responsiveness	Pearson Correlation	-,250**	-,026	,304**	1	,323**	,121
	Sig. (2-tailed)	,004	,761	,000		,000	,162
	N	135	135	135	135	135	135
Assurance	Pearson Correlation	-,100	,420**	,317**	,323**	1	,276**
	Sig. (2-tailed)	,250	,000	,000	,000		,001
	N	135	135	135	135	135	135
Empathy	Pearson Correlation	,288**	,470**	,273**	,121	,276**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,162	,001	
	N	135	135	135	135	135	135

*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Hasil uji validitas terhadap instrument pertanyaan menunjukkan bahwa instrument penelitian ini dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Dari hasil perhitungan SPSS Reliability Statistics yaitu mengenai Cronbach's

Alpha sebesar 0,601 dan Standardized Items sebesar 0,584 dengan jumlah item sebanyak 6 Variabel.

Table III

Chonbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,601	,584	6

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini meliputi 3 macam pengujian, yaitu pengujian multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui nilai R-squared (R^2) sebesar 0,187. Apabila R^2 antar variabel bebas $>$ dari R^2 model maka ada indikasi terdapat multikolinieritas, demikian sebaliknya apabila R^2 antar variabel, $<$ dari R^2 model maka tidak ada multikolinieritas, demikian sebaliknya apabila R^2 antar variabel $<$ dari R^2 model maka tidak ada multikolonieritas.

Tabel IV. Uji multikolinieritas antar variabel bebas

Variabel	R^2 antar Variabel	R^2	Kesimpulan
X1 terhadap X2	0,002	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X1 terhadap X3	0,761	0,187	Ada multikolonieritas
X1 terhadap X4	0,000	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X1 terhadap X5	0,000	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X2 terhadap X3	0,000	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X2 terhadap X4	0,000	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X2 terhadap X5	0,001	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X3 terhadap X4	0,000	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X3 terhadap X5	0,162	0,187	Tidak ada multikolinieritas
X4 terhadap X5	0,001	0,187	Tidak ada multikolinieritas

Sumber : *Lampiran Hasil Regresi*

b. Heteroskedastisitas

Menditeksi ada tidaknya hetroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji white yang menyatakan jika nilai chi-square hitung (X^2) $<$ chi-square tabel (X^2) menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

$$\begin{aligned} \text{Chi-square tabel } (X^2) &= \{ \quad ; \text{df} \} \\ &= \{ 0,05;5 \} \\ &= 15,5073 \end{aligned}$$

Tabel IV. Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode white no cross terms.

F-statistic	120,058	probability	0.000000
Obs*R-squared	61.776	Probability	0.171629

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa pada model persamaan yang digunakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

c. Auto korelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk menditeksi adanya korelasi anggota observasi satu dengan lainnya yang berlainan waktu. Pengujian terhadap gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (d^2) atau dengan uji LM Test yang dikembangkan oleh bruesch-godfrey, dimana uji LM Test bisa dikatakan sebagai uji autokorelasi yang paling akurat (kuncoro, 2001:107), apalagi

sampel yang digunakan dalam jumlah yang besar (misalnya diatas 100). Uji ini dilakukan dengan memasukkan lag nya, dari hasil uji autokorelasi *Serial Correlation LM Test Lag 5*, terlihat bahwa nilai F-Statistik sebesar 5,938 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Sedangkan nilai Obs*R square sebesar 25,245 dengan nilai probabilitas sebesar 0,171629. Hasil ini terlihat bahwa nilai F-Statistik dan Obs*R square tidak signifikan pada alpha 5%.

4. Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

Untuk mengukur keratan antar variabel dapat dilihat pada tabel V

Tabel. V Koefisien Korelasi dan Determinasi (*Model Summary^b*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
1	,433 ^a	,187	,156	,32766	1,953

- a. Predictors : (Constant), Empaty, Responsiveness, Reliability, Assurance, Tangibles
- b. Dependen Variable : Tingkat Harapan

Dari tabel diatas diperoleh koefisien (R) = 0,433 angka ini menunjukkan hubungan yang kurang kuat dari variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empaty terhadap kualitas layanan.

5. Uji F

Kemudian dilakukan pengujian koefisien regresi secara menyeluruh dengan

menggunakan uji F pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dengan hasil perhitungan sebagai berikut :

Dari hasil analisis diperoleh $F_h = 5,938$. Menentukan LOS *level Of Significant* dengan $\alpha = 0,05$. F_{tabel} yaitu : $F_{(1 : (k-1) : (n-k))} = F_{(6-1):(135-6)} = F_{(5):129} = \{0,05;5:129\}$ $F_t = 5,938 > F_t = 2,281$ (angka F tabel) .

Hasil uji F (bersama-sama) menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($\alpha = 0,05$), ini menunjukkan bahwa Signifikansi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empaty* terhadap kualitas layanan lebih kecil dari pada ($0,000 < 0,05$). Kesimpulannya adalah $F_h > F_t$ berarti H_0 ditolak dan menerima H_1 artinya variabel *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empaty* secara bersama-sama mempengaruhi variabel layanan.

6. Uji T

Selanjutnya dilakukan pengujian untuk masing-masing variabel. Dalam hal ini menggunakan uji t dengan tingkat kepercayaan 95%.

Tabel VI. Hasil Perhitungan uji t (*coefficients^a*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4,334	,358		12,091	,000
Tangibles	,097	,074	,129	1,300	,196
Reliability	-,022	,056	-,035	-,393	,695
Responsiveness	-,195	,078	-,222	-2,505	,013
Assurance	-,132	,081	-,156	-1,639	,104
Empaty	,258	,077	,307	3,344	,001

- a. Dependen Variable: Tingkat Harapan

Dari hasil pengujian masing-masing variabel dengan perhitungan uji t (*coefficient^d*) maka dapat disimpulkan :

1. Hasil uji t (uji parsial) menunjukkan tingkat signifikansi *tangibles* sebesar 0,196 ($\alpha = 0.05$).
Artinya variabel *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas layanan.
2. Hasil uji t (uji parsial) menunjukkan tingkat signifikansi *reliability* sebesar 0,695 ($\alpha = 0.05$),
Artinya variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas layanan.
3. Hasil uji t (parsial) menunjukkan tingkat signifikansi *responsiveness* sebesar 0,013 ($\alpha = 0.05$),
Artinya variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas layanan.
4. Hasil uji t (parsial) menunjukkan tingkat signifikansi *assurance* sebesar 0,104 ($\alpha = 0,05$),
Artinya variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap variabel layanan .
5. Hasil uji t (parsial) menunjukkan signifikansi *empaty* sebesar 0,001 ($\alpha = 0,05$),
Artinya variabel variabel *empaty* berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang tertera dalam tabel diatas, dapat diketahui persamaan regresinya, yaitu :

$$Y = 4,334 - 0,097X_1 - 0,022X_1X_2 - 0,195X_3 - 0,132X_4 + 0,258X_5$$

Persamaan regresi diatas terdapat konstanta sebesar 4,334 yang berarti jika terjadi perubahan dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, maka tingkat kualitas layanan sebesar 4,334.

Koefisien biaya (X_1) sebesar 0,097 yang berarti bahwa, jika terjadi respon dari instansi mengenai kenaikan *Tangibles*, (X_1) sebesar 1 sedangkan variabel lainnya dianggap tetap (0), maka kualitas layanan tidak terjadi perubahan apapun sebesar 0,097.

Koefisien Informasi (X_2) 0,022 yang berarti bahwa, jika terjadi perubahan dari respon instansi pemerintah mengenai *Reliability* (X_2) sebesar 1 sedangkan variabel lainnya dianggap (0), maka kualitas layanan tidak terjadi perubahan sebesar 0,022.

Koefisien *Responsiveness* (X_3) 0,195 yang berarti bahwa jika peningkatan terhadap *Responsiveness* (X_3) sebesar 1 sedangkan variabel lainnya dianggap tetap (0), maka kualitas layanan belum terjadi perubahan sebesar 0,195.

Koefisien *Assurance* (X_4) -0,132 yang berarti bahwa, jika terjadi peningkatan respon instansi pemerintah mengenai *assurance* (X_4) sebesar 1 sedangkan variabel lainnya

dianggap tetap (0), maka kualitas layanan belum terjadi.

Koefisien pengaruh lingkungan (X_5) 0,258 yang berarti bahwa, jika terjadi peningkatan respon instansi pemerintah mengenai empaty (X_5) sebesar 1 sedang variabel lainnya dianggap tetap (0) maka kualitas layanan terjadi perubahan sebesar 0,258.

B. Penutup

Kesimpulan

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *assurance*, dan *Empaty* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong dengan tingkat signifikansi 0,000 atau pada F hitung sebesar 5,938.

Saran

1. Agar kualitas layanan meningkat dan professional dalam bidangnya maka perlu diperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia yaitu tersedianya dana untuk pendidikan dan pelatihan pegawai yang cukup selektif dan tepat waktu dalam penyalurannya.
2. Perlu meningkatkan disiplin kerja pegawai yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan dan kualitas pelayanan melalui pengawasan dan penelitian laporan-laporan dari setiap laporan dari setiap kegiatan yang dilakukan

oleh pegawai, sehingga penyimpangan atau kekeliruan yang terjadi dapat diketahui dan diperbaiki segera mungkin.

3. Diharapkan Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong dapat memberikan penghargaan atau reward kepada setiap pegawai yang berhasil menjalankan tugasnya dengan baik, sehingga akan meningkatkan motivasi dan semangat kerja pegawai serta meningkatkan hubungan kerja yang harmonis dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiono, 2001. *Statistik Nonparametrik Untuk Penelitian*, Edisi kedua, Alfabeta Bandung.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Prilaku Organisasi*. Jakarta : Gramedia.
- Pawitra, Teddy, 1996, *Sistem Pemasaran Jasa Menjelang Era Tahun 2000: Pengelolaan Untuk Daya Saing Berkelanjutan*, *Usahawan* No 12, Tahun XXV, Hal 7-9.
- Payne Adrian, 1993, *The Essence of Service Marketing*, Prentice Hall International (UK) Ltd.
- Soetjipto, Budi, W., 1997, *Service Quality :Alternatif Pendekatan dan Berbagai Persoalan di Indonesia*, *Usahawan*, Tahun XXVI, No 01, Januari.
- Tjiptono, 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.