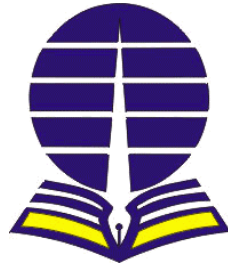


**PENELITIAN PEMULA  
BIDANG KELEMBAGAAN**



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN INFORMASI  
TERHADAP KEPUASAN CALON MAHASISWA**

**(Survey terhadap Calon Mahasiswa Program Non-Pendas  
di UPBJJ-UT Bandung Masa Registrasi 2014.1)**

Oleh :

**Drs. Didi Permana. S.Pd.,M.Pd (Ketua)**

**[didi-permana@ut.ac.id](mailto:didi-permana@ut.ac.id)**

**Drs. Moh. Taufik, M.Pd. (Anggota)**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS TERBUKA  
UPBJJ - BANDUNG  
2014**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS TERBUKA**

Jalan Cabe Raya, Pondok Cabe - Pamulang, Tangerang Selatan 15418  
Telepon: 021-7490941 (Hunting)  
Faksimile : 021-7490147 (Bagian Umum), 021-7434290 (Sekretaris Rektor)  
Laman : [www.ut.ac.id](http://www.ut.ac.id)

**SURAT TUGAS  
MELAKSANAKAN PENELITIAN UNIVERSITAS TERBUKA**

Nomor : 8574 /UN31.2/PG/2014

18 MAR 2014

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat menugaskan :

Nama : Didi Permana, Drs. S.Pd., M.Pd.  
Posisi : Ketua  
Anggota : Mohammad Taufik, Drs. M.Pd.  
Anggota Administrasi : -  
Fakultas/UPBJJ/P. Studi : FKIP/UPBJJ-UT Bandung/Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD)  
untuk melakukan penelitian dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN INFORMASI TERHADAP KEPUASAN CALON MAHASISWA (Survey Terhadap Calon Mahasiswa Program Non Pendas di UPBJJ-UT Bandung Masa Registrasi 2014.1).

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sanggup Melaksanakan Penelitian Universitas Terbuka Tahun 2014 dengan judul diatas sampai selesai dengan biaya sebesar Rp. 15.000.000,- (Lima Belas Juta Rupiah). Biaya akan diberikan bertahap:
  - \* Tahap pertama sebesar 70%, diberikan setelah peneliti menandatangani surat tugas dan siap mengumpulkan data.
  - \* Tahap kedua sebesar 30% diberikan setelah peneliti menyelesaikan penelitian, melakukan seminar, menyerahkan laporan akhir artikel jurnal layak terbit ke LPPM dalam bentuk hardcopy dan softcopy; Artikel layak terbit disertai surat keterangan dari editor jurnal yang dituju untuk jurnal luar UT
2. Sanggup melaksanakan penelitian sesuai dengan jadwal dan menyelesaikan penelitian tersebut tepat waktu. Penyerahan draft laporan penelitian dan artikel jurnal paling lambat 30 November 2014 , sedangkan penyerahan laporan final dan artikel jurnal sebelum 15 Desember 2014 ;
3. Peneliti harus menjamin bahwa penelitiannya merupakan hasil pemikiran sendiri, bukan plagiat, dan belum Pernah dibiayai melalui PNPB ataupun Rupiah Murni (RM);
4. Peneliti dapat berkonsultasi dengan penelaah/pembimbing selama penelitian berlangsung mengenai proses penelitian, laporan, dan artikel jurnal;
5. Apabila sampai dengan tanggal 15 Desember 2014, peneliti tidak dapat menyerahkan laporan final dan artikel jurnal, peneliti harus mengembalikan seluruh dana yang sudah diterima ke Kas Negara.



Kristanti Ambar Puspitasari, Ir., M.Ed, PhD  
NIP. 196602121986032001

Tangerang Selatan, 21 Februari 2014  
Pelaksana Tugas



Didi Permana, Drs. S.Pd. M.Pd.  
NIP. 195802011981031004

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Kegiatan : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Informasi terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa (Survey terhadap Calon Mahasiswa Program Non-Perdas di UPBJJ-UT Bandung Masa Registrasi 2014.1)

Peneliti / Pelaksana  
Nama Lengkap : Drs. DIDI PERMANA S.Pd., M.Pd.  
NIDN : 0007025805  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Program Studi : Pendidikan Guru Sekolah Dasar  
Nomor HP : 081321647397  
Surel (e-mail) : didi-permana@ut.ac.id

Anggota Peneliti (1)  
Nama Lengkap : Drs. MOHAMMAD TAUFIK M.Pd.  
NIDN : 0012045905  
Perguruan Tinggi : Universitas Terbuka  
Institusi Mitra (jika ada) :  
Nama Institusi Mitra :  
Alamat :  
Penanggung Jawab :  
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun  
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 15.000.000,00  
Biaya Keseluruhan : Rp. 14.250.000,00



Bandung, 8 - 8 - 2014,  
Ketun Peneliti,

(Drs. DIDI PERMANA S.Pd., M.Pd.)  
NIP/NIK 195803011981031004

## ABSTRAK

Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) sebagai unit pelaksana teknis Universitas Terbuka di daerah yang mempunyai fungsi dan tugas sebagai tempat mahasiswa untuk melakukan kegiatan administrasi akademik dan kegiatan akademik. UPBJJ-UT Bandung dalam pelaksanaannya dengan membuat pedoman kerja, salah satunya memberikan layanan informasi kepada calon mahasiswa dalam penerimaan mahasiswa baru program Non-Pendas.

Layanan informasi sebagai pintu gerbangnya suatu lembaga harus dapat memberikan kepuasan pelanggan, harus menjadi salah satu faktor yang penting dan menjadi muara kecil dalam segala aktifitas pemasaran, karena apabila pelanggan merasa puas maka akan mempengaruhi teman atau rekannya mengenai produk yang ditawarkan, sehingga akan mendatangkan pelanggan baru, tetapi memberikan kepuasan kepada pelanggan itu tidaklah mudah karena setiap pelanggan mempunyai persepsi terhadap kualitas yang diberikan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosi, harga dan biaya.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui besarnya pengaruh kualitas dimensi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan dimensi kualitas empati (*empathy*) serta pengaruh secara simultan dimensi layanan informasi dalam memberikan kepuasan terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas masa registrasi 2014.1.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan teknik statistik inferensial, Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner atau angket kepada calon mahasiswa baru program Non-Pendas yang langsung mendaftar ke bagian layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung sebanyak 129 orang mahasiswa.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh kesimpulan bahwa 1). Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi termasuk kategori cukup tinggi (0,469) dan pengaruhnya sebesar 22,00%. 2). Kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi termasuk kategori cukup tinggi (0,558) dan pengaruhnya sebesar 31,10%. 3). Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) termasuk kategori cukup tinggi (0,414) dan pengaruhnya sebesar 17,20%. 4). Kualitas jaminan (*assurance*) termasuk kategori cukup (0,449) dan pengaruhnya sebesar 20,20%. 5). Kualitas empati (*empathy*) termasuk kategori cukup tinggi (0,574) dan pengaruhnya sebesar 33,00%. 6). Kualitas dimensi layanan informasi secara bersama (simultan) termasuk kategori tinggi (0,655) dan pengaruhnya sebesar 42,90%, yang merupakan pengaruh dari bukti fisik (*tangibles*) sebesar 10,74%, keandalan (*reliability*) sebesar 10,10%, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 4,14%, jaminan (*assurance*) sebesar 7,27%, dan pengaruh dari empati (*empathy*) sebesar 25,20%, sedangkan sisanya sebesar 57,10% merupakan pengaruh dari luar kualitas layanan kualitas informasi seperti latar belakang pendidikan dan tempat tinggal calon mahasiswa, motivasi masuk ke UT. Direkomendasikan kualitas dimensi layanan informasi untuk ditingkatkan lagi agar kepuasan calon mahasiswa tinggi.

**Key Word : Kualitas Layanan Informasi, Kepuasan calon mahasiswa, Program Non-Pendas**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Alloh SWT. Yang Maha Pemurah, lagi Maha Penyayang, Maha Pemberi Kekuatan, Maha Pengampun, dan Maha Penolong kepada setiap hambanya yang selalu membutuhkan bantuan-Nya.

Alhamdulillah dengan rakhmat dan hidayah Alloh SWT., karena dengan ijin-Nya penelitian ini dapat selesai sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Penelitian ini berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa” (Survey Terhadap Calon Mahasiswa Program Non-Pendas di UPBJJ-UT Bandung Masa Registrasi 2014.1).

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui besarnya pengaruh kualitas dimensi bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan dimensi kualitas empati (*empathy*) serta pengaruh secara simultan kualitas layanan informasi dalam memberikan kepuasan terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas masa registrasi 2014.1

Dalam kesempatan ini kami sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil yang tak terhingga sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan rencana.

Penelitian ini sangat terbatas di lihat dari ruang dan waktu, sehingga peneliti mengharapakan penelitian ini dapat menjadi pengantar untuk peneitian selanjutnya.

Mudah-mudahan tulisan ini dapat bermanfaat, khususnya bagi peneliti, umumnya bagi pembaca. Amin.

Terima kasih.

Bandung, Agustus 2014

Peneliti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SURAT TUGAS MELAKSANAKAN PENELITIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Perumusan Masalah .....	5
D. Hipotesis Penelitian .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Deskripsi Operasional .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
A. Kualitas Pelayanan .....	11
B. Bentuk Pelayanan .....	12
C. Pengertian Kepuasan .....	14
D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan .....	15
E. Tugas Layanan Informasi di UPBJJ-UT Bandung .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	19
A. Metode Penelitian .....	19
B. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian .....	19
C. Pengembangan Instrumen Penelitian .....	21
1. Penyusunan Variabel dan Indikator Penelitian .....	22
2. Melakukan Uji Coba Instrumen .....	22
3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	23
1). Pengujian terhadap variabel bukti fisik ( <i>tangibles</i> ) .....	25

2). Pengujian terhadap variabel keandalan ( <i>reliabilitas</i> ) .....	26
3). Pengujian terhadap variabel daya tanggap ( <i>responseveness</i> ) .	26
4). Pengujian terhadap variabel jaminan ( <i>assurance</i> ) .....	27
5). Pengujian terhadap variabel empati ( <i>empathy</i> ) .....	27
6). Pengujian terhadap variabel kepuasan .....	28
D. Analisis Data Penelitian .....	28
E. Prosedur Penelitian .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	31
<b>A. Hasil Penelitian</b> .....	31
1. Pengujian Penelitian .....	31
2. Temuan Penelitian .....	52
A. Pengaruh Kualitas Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	52
B. Pengaruh Kualitas Keandalan ( <i>Reliability</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	53
C. Pengaruh Kualitas Daya Tanggap ( <i>Responsivenes</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	54
D. Pengaruh Kualitas Jaminan ( <i>Assurance</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	55
E. Pengaruh Kualitas Empati ( <i>Empathy</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	56
F. Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Secara Bersama (Simultan) Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	57
<b>B. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	58
1. Pengaruh Kualitas Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	58
2. Pengaruh Kualitas Keandalan ( <i>Reliability</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	60
3. Pengaruh Kualitas Daya Tanggap ( <i>Responsivenes</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	62
4. Pengaruh Kualitas Jaminan ( <i>Assurance</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	63

5. Pengaruh Kualitas Empati ( <i>Empathy</i> ) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	65
6. Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Secara Bersama (Simultan) Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	70
A. Kesimpulan .....	70
B. Rekomendasi .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	76
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1. Kriteria Penafsiran Indeks Korelasi $r$ .....	25
Tabel 4.1. Hasil Perhitungan Chi Kuadrat ( $\chi^2$ ) .....	32
Tabel 4.2. Rangkuman Hasil Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	49

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. Hubungan variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $X_4$ , $X_5$ , terhadap $Y$ .....	6
Gambar 4.1, Kerangka Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	48
Gambar 4.2. Histogram Tingkat Pengaruh Kualitas Layanan Informasi terhadap Calon Mahasiswa .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Indikator Variabel Penelitian .....	78
Lampiran 2 Angket/Kuesioner .....	83
Lampiran 3 Pemanfaatan Dana Penelitian .....	88
Lampiran 4 Data Hasil Uji Coba .....	89
Lampiran 5 Tabel Hasil Pengujian Validitas .....	92
Lampiran 6 Data Hasil Angket .....	98
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Data Angket .....	107

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Unit Program Belajar Jarak Jauh atau yang disingkat UPBJJ adalah merupakan unit pelaksana teknis Universitas Terbuka di daerah, yang mempunyai fungsi dan tugas sebagai tempat mahasiswa untuk melakukan kegiatan administratif akademik dan kegiatan akademik. Untuk kegiatan sehari-hari, UPBJJ-UT mempunyai tugas penyelenggaraan pelayanan belajar jarak jauh.

Dalam menyelenggarakan tugas tersebut UPBJJ-UT Bandung mempunyai tiga prioritas kegiatan yang mengacu kepada tiga fokus pengembangan UT, yaitu (1) Peningkatan kualitas dan relevansi Akademik, (2) Peningkatan Daya Jangkau Layanan Pendidikan, dan (3) Peningkatan Manajemen Internal. Dalam melaksanakan tiga prioritas kegiatan di UPBJJ-UT Bandung, maka Kepala UPBJJ – UT Bandung membuat Surat Keputusan dengan Nomor : 037 /UN31.32/KEP/2013 tentang Peningkatan Kinerja Staf UPBJJ-UT Bandung Tanggal 31 Desember 2013. Lampiran 1 memuat Susunan Organisasi Operasional UPBJJ-UT Bandung di bawah Koordinator Registrasi dan Pengujian ada tugas Layanan Informasi ditambah dengan Petugas Registrasi untuk melayani registrasi mahasiswa baru program non-pendas masa registrasi 2014.1. Dalam Pedoman Kerja UPBJJ-UT Bandung berdasarkan SK Kepala UPBJJ-UT Bandung No. 005/UN31.32/KEP/2013, yang salah satu tugas kegiatan operasional dari pedoman kerja yang telah dibuat adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan layanan informasi tentang Universitas Terbuka
- 2) Memberikan informasi tentang layanan bahan ajar baik secara tatap muka maupun melalui media telepon dan e-mail.

- 3) Memberikan informasi tentang langkah –langkah registrasi
- 4) Memberikan petunjuk dan bimbingan kepada mahasiswa dalam pengisian formulir Registrasi Pertama maupun formulir Registrasi Mata Kuliah
- 5) Menyampaikan kalender akademik/Jadwal Kegiatan Akademik
- 6) Menerima pendaftaran dan memeriksa berkas registrasi mahasiswa baru program Non-Pendas
- 7) Menerbitkan dan menyerahkan kartu mahasiswa
- 8) Membantu mahasiswa dalam proses penggantian kartu mahasiswa
- 9) Menampung keluhan mahasiswa
- 10) Menyebarkan angket kepuasan pelanggan

Layanan informasi sebagai pintu gerbangnya dalam suatu lembaga harus dapat memberikan layanan informasi yang berkualitas yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini karena berdasarkan hasil penelitian Pilar, (dalam Suwardi 2011) menyimpulkan, bahwa bila konsumen merasa puas dapat mempengaruhi satu saja teman atau rekannya mengenai kehebatan suatu produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan dan akhirnya mendatangkan seorang konsumen atau pelanggan baru, maka nilai konsumen atau pelanggan yang pertama itu menjadi bertambah dua kali lipat. Ini yang tidak disadari oleh banyak pemasar atau perusahaan. Sehingga dalam hal ini layanan informasi dalam memberikan informasi harus memuaskan pelanggan atau calon mahasiswa tentang pendaftaran mahasiswa baru program non-pendas, agar pelanggan atau calon mahasiswa menjadi bertambah dua kali lipat.

Pelayanan informasi yang dapat memuaskan pelanggan atau dalam hal ini adalah calon mahasiswa tidaklah mudah, hal ini karena setiap pelanggan atau calon mahasiswa mempunyai perbedaan persepsi terhadap kualitas layanan yang diberikan,

ataupun pelayanan yang diberikan oleh staf belum berkualitas. Sejalan dengan itu Budi dalam Suwardi (2011) mengatakan bahwa masalah atau persoalan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya adalah *pertama*, sistem layanan yang birokratis, berbelit-belit dan tidak jelas, *kedua*, sumber daya manusia perusahaan yang masih belum menyadari arti pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan, pengetahuan dan kemampuan yang kurang, sikap dan perilaku yang belum baik. Dikatakan oleh John Hendra I dkk.(2011) bahwa untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yaitu keramahan karyawan dalam melayani pelanggan dan penyampaian informasi secara tepat dan jelas sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan. Menurut Anderson dan Lehman dalam Haidir Harun (2006) mengatakan bahwa pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan atau dengan kata lain mampu melebihi harapan dari pelanggan.

Seiring dengan diberlakukannya Keputusan Rektor Nomor 7592/UN31/KEP/2012 Tanggal 11 Oktober 2012 tentang Uang Kuliah Tunggal (UKT) untuk Program Diploma dan Sarjana mulai 2013 yang berimplikasi terhadap layanan akademik dan administrasi akademik, seperti jenis layanan untuk tarif/pembiayaan pendidikan ada 2 (dua) jenis, 1). SIPAS, yang terdiri dari SIPAS Penuh, Semi, dan Sipas Non TTM, dan 2). Non SIPAS, semua layanan tarif/biaya pendidikannya sangat bervariasi antara satu layanan dengan layanan yang lainnya dan program studi masing-masing.

Petugas layanan informasi ataupun yang diberi tugas untuk menerima pendaftaran mahasiswa baru program non pendas di UPBJJ-UT Bandung, dalam

pengetahuan dan pemahaman tentang pelayanan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan atau calon mahasiswa baru atau dengan kata lain pelayanan yang berkinerja tinggi dengan segala perubahan layanan biaya pendidikan, masih ada yang belum siap dan belum mapan, kelengkapan dalam pendaftaran mahasiswa baru program non-pendas seperti Katalog, Kalendek Akademik, Brosur kadang belum siap dan kekurangan, sehingga calon mahasiswa kelihatannya merasa kurang memuaskan. Sehingga untuk melihat gambaran secara nyata apakah di UPBJJ – UT Bandung layanan informasi telah memuaskan pelanggan atau calon mahasiswa, maka diperlukan adanya penelitian. Oleh karena itu penulis mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Informasi terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa” (Survey terhadap Calon Mahasiswa Program Non-Pendas di UPBJJ-UT Bandung Masa Registrasi 2014.1)**

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah dalam penelitian ini secara umum adalah “Pengaruh kualitas layanan informasi belum memuaskan terhadap calon mahasiswa program non-pendas pada masa registrasi 2014.1”, secara khusus identifikasi masalahnya adalah :

1. Pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi belum memberikan kepuasan dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa secara tepat
2. Pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi belum memberikan pelayanan kepada calon mahasiswa yang memuaskan ?
3. Pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi yang diberikan kepada kepercayaan calon mahasiswa belum memuaskan ?

4. Pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi untuk memudahkan melakukan komunikasi atau hubungan dalam memahami kebutuhan maupun kesulitan calon mahasiswa belum memuaskan ?
5. Pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi dalam rangka memenuhi kebutuhan calon mahasiswa belum memuaskan ?

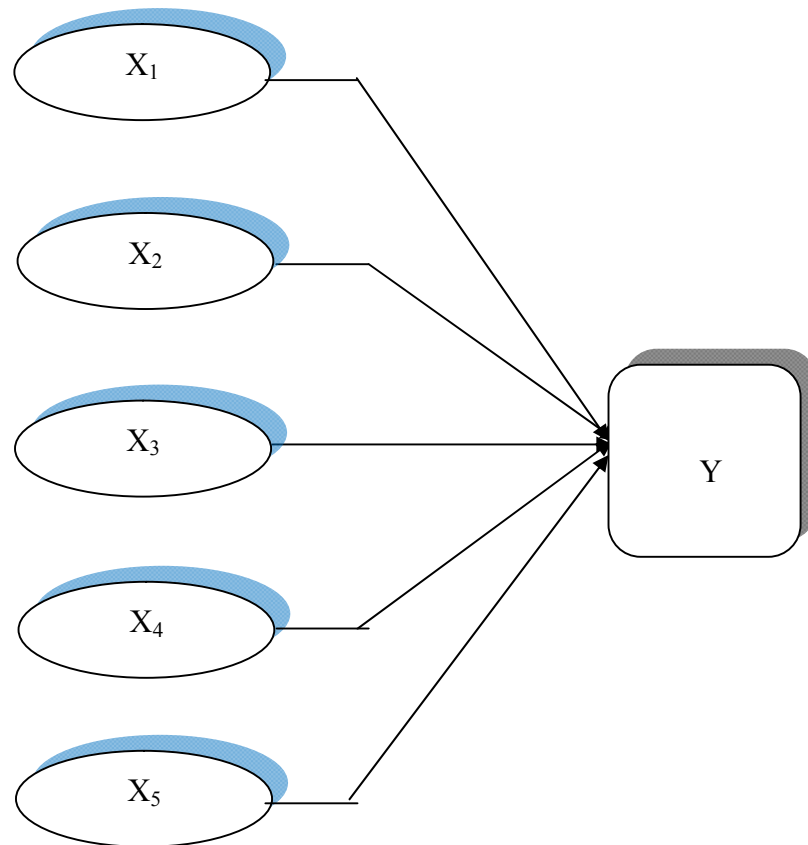
### C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah seperti yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah secara umum adalah “Berapa besar pengaruh kualitas layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa ? dan secara khusus rumusan masalahnya adalah :

1. Berapa besar pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) ( $X_1$ ) layanan informasi dalam memberikan kepuasan pelayanan kepada mahasiswa secara tepat ?
2. Berapa besar pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) ( $X_2$ ) layanan informasi dalam memberikan pelayanan kepada calon mahasiswa yang memuaskan ?
3. Berapa besar pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ) layanan informasi yang diberikan kepada kerpercayaan calon mahasiswa ?
4. Berapa besar pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) layanan informasi untuk memudahkan melakukan komunikasi atau hubungan dalam memahami kebutuhan maupun kesulitan calon mahasiswa ?
5. Berapa besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) ( $X_5$ ) layanan informasi dalam rangka memenuhi kebutuhan calon mahasiswa ?

Dari uraian tersebut di atas dapat digambarkan dalam hubungan antar variabel sebagai berikut :





Gambar 1.1. Hubungan variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$  terhadap  $Y$

Keterangan :

$X_1$  = Bukti fisik (*tangibles*)

$X_2$  = Keandalan (*reliability*)

$X_3$  = Daya tanggap (*responsiveness*)

$X_4$  = Jaminan (*assurance*)

$X_5$  = Empati (*empathy*)

$Y$  = Kepuasan calon mahasiswa

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa

2. Kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa
3. Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa
4. Kualitas jaminan (*assurance*) dari layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa
5. Kualitas empati (*empathy*) dari layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa
6. Kualitas layanan informasi secara bersama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas masa registrasi 2014.1”

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui :

1. Besarnya pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi dalam rangka memenuhi kebutuhan calon mahasiswa
2. Besarnya pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi dalam memberikan kepuasan kepada calon mahasiswa secara tepat
3. Besarnya pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi kepada calon mahasiswa
4. Besarnya pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi kepada kepercayaan calon mahasiswa
5. Besarnya pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi untuk memudahkan melakukan komunikasi atau hubungan dalam memahami kebutuhan maupun kesulitan calon mahasiswa.

6. Besarnya pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama-sama terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas masa registrasi 2014.1

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk lembaga, dalam hal ini adalah UPBJJ – UT Bandung dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan informasi terhadap konsumen atau calon mahasiswa, agar calon mahasiswa mendapatkan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh staf layanan informasi, sehingga calon mahasiswa tersebut akan membawa calon-calon mahasiswa yang lainnya, yang pada akhirnya angka partisipasi mahasiswa akan meningkat.

Memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran serta sebagai bahan untuk penelitian lanjutan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen.

#### **G. Deskripsi Operasional**

1. Pengaruh kualitas layanan informasi adalah merupakan pengaruh kualitas dalam pelayanan yang diberikan oleh staf layanan informasi kepada konsumen atau calon mahasiswa baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan sehingga konsumen atau calon mahasiswa atau yang membutuhkan informasi merasa puas atas layanan yang diberikan yaitu dalam hal penerimaan mahasiswa baru masa registrasi 2014.1, Ada lima dimensi kualitas pelayanan sesuai dengan pendapat Parasuraman dkk, (dalam Yan Hapsari; 2008) yang terdiri dari :

1. **Bukti fisik (*tangibles*)**, mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, kelengkapan peralatan komunikasi, ....

2. **Keandalan (*reliability*)**, mencakup kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara tepat (*accurately*), cepat dan akurat, dan kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*). ....
  3. **Daya tanggap (*responsiveness*)**, mencakup kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan servis secara sigap. ....
  4. **Jaminan (*assurance*)**, merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan/staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan.
  5. **Empati (*empathy*)**, mencakup kemudahan melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan. ... atribut pembentuk empati berupa jam kerja, perhatian pribadi kepada pelanggan, dan memahami kebutuhan pelanggan.
2. Kepuasan calon mahasiswa disini adalah kepuasan dalam memperoleh pelayanan informasi tentang registrasi pertama program non-pondas masa registrasi 2014.1. Kepuasan calon mahasiswa banyak ditentukan oleh kualitas layanan bagian informasi di UPBJJ-UT Bandung, karena menurut Tjiptono dalam Suwardi (2001) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dalam hal ini adalah kualitas layanan informasi yang unggul yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan atau calon mahasiswa, sehingga calon mahasiswa merasa puas dalam memperoleh pelayanan informasi yang diberikan oleh staf layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung.
3. Calon mahasiswa masa registrasi 2014.1 dalam hal ini adalah calon mahasiswa program non-pondas yang secara langsung dilayani oleh staf bagian layanan

informasi dalam proses pendaftaran mahasiswa baru, yang meliputi menerima Brosur, Katalog UT, memperoleh Formulir Data Pribadi (F1E), Formulir Registrasi Mata Kuliah, sekaligus secara langsung memperoleh arahan dan bimbingan dalam pengisian formulir data pribadi dan formulir registrasi mata kuliah, sampai memperoleh informasi mendapatkan *print-out* data pribadi, bukti registrasi di bagian kelompok komputer dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) di Penanggung Jawab Program Studi non-pendas yang ada di Kantor UPBJJ Bandung pada masa registrasi 2014.1.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut Shelton dalam Haidir Harun (2006) adalah merupakan kiat secara konsisten dan efisien untuk memberi pelanggan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Sehingga sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan akan selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang memberikan apa yang diharapkan oleh pelanggan/konsumen sehingga akan menimbulkan kepuasan. Dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut McCarthy & Perreault, Jr. dalam Suwardi (2011), merupakan hal yang sukar, karena tergantung pada tingkat aspirasi dan harapan yang ada. Pelanggan yang kurang beruntung akan mengharap lebih banyak dari suatu perekonomian pada saat mereka melihat orang lain dengan standar hidup lebih baik. Selain aspirasi juga cenderung menarik dengan berulangnya keberhasilan dan menurun karena tidak berhasil

Menurut Parasuraman dkk, dalam Yan Hapsari (2008) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari :

1. **Bukti fisik (*tangibles*)**, mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, kelengkapan peralatan komunikasi, Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti langsung yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. **Keandalan (*reliability*)**, mencakup kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara tepat (*accurately*), cepat dan akurat, dan kemampuan untuk

dapat dipercaya (*dependably*). Dibandingkan dengan keempat dimensi yang lainnya, dimensi ini sering dipersepsi paling penting bagi pelanggan dan berbagai industri jasa

3. **Daya tanggap (*responsiveness*)**, mencakup kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan servis secara sigap. Daya tangkap merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Pelayanan yang tanggap juga dipengaruhi oleh sikap staf atau karyawan
4. **Jaminan (*assurance*)**, merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan/staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan
5. **Empati (*empathy*)**, mencakup kemudahan melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan. Empati merupakan ketetapan memperdulikan serta perhatian secara pribadi ke pelanggan, atribut pembentuk dimensi empati berupa jam kerja, perhatian didalam pelayanan, menjadikan pelanggan tertarik kepada perusahaan, perhatian pribadi kepada pelanggan, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Menurut Kolter (dalam Suwardi, 2011) pelanggan dengan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa atau oleh perusahaan maka pelanggan akan: .... (2) Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain; (3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.

## **B. Bentuk Pelayanan**

Bentuk pelayanan yang dikembangkan adalah bentuk pemenuhan hal-hal yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan atas kebutuhan mereka. Dalam hal

ini adalah bentuk layanan pemberian informasi kepada pelanggan atau calon mahasiswa.

Bentuk-bentuk pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut menurut Moenir dalam Suwardi (2011) terdiri dari :

1. Pelayanan dengan lisan. Dalam pelayanan dengan lisan ini fungsi dan tugas layanan informasi betul-betul diefektifkan sebagai kepanjangan tangan dari pemberi informasi kepada pelanggan, dalam hal ini adalah staf layanan informasi UPBJJ-UT Bandung harus bisa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa.
2. Pelayanan dengan tulisan. Pelayanan dalam bentuk tulisan dilakukan untuk membantu atau menambah pelayanan secara lisan, juga pelayanan tertulis dilakukan karena berdasarkan jarak terlalu jauh dengan pelanggan.
3. Pelayanan dengan perbuatan. Pelayanan yang diberikan dengan perbuatan merupakan tindak lanjut dari suatu pekerjaan pada bagian agar dapat secara langsung atau bertatap muka dengan konsumen.

Dalam hal ini staf layanan informasi secara langsung dalam memberikan kebutuhan calon mahasiswa seperti Brosur, Katalog UT, kalender Akademik, Formulir Data Pribadi (F1E) dan Formulir Registrasi Mata Kuliah, yang sekaligus secara langsung memberikan arahan atau bimbingan dalam mengisi formulir pendaftaran mahasiswa baru non-pendas (F1E) dan pengisian formulir registrasi mata kuliah mahasiswa non-pendas serta persyaratan yang harus dipenuhi, serta langkah-langkah selanjutnya untuk mengkey-in data pribadi, registrasi mata kuliah dan untuk menerima Lembar Informasi Pembayaran (LIP) dari bagian Pokkom.



### **C. Pengertian Kepuasan**

Pengertian kepuasan yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Kotler (2000) dikatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Sedangkan Tjiptono (2000) mengutip beberapa definisi tentang kepuasan konsumen diantaranya adalah:

1. Menurut Tse dan Wilson bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan pemakaiannya.
2. Menurut Wilkie kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Menurut Engel, dkk dalam Suwarman (2003) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen/pelanggan adalah merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. Kepuasan konsumen/pelanggan sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan suatu produk dari perusahaan. Dengan demikian kunci keberhasilan sebuah perusahaan atau lembaga pelayanan publik sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Dalam hal ini adalah staf layanan informasi dan yang diberi tugas

dalam penerimaan mahasiswa baru di UPBJJ-UT Bandung sebagai petugas pelayanan informasi tentang ke-UT-an khususnya dalam penerimaan mahasiswa baru harus bisa memuaskan konsumen atau calon mahasiswa, agar dimasa yang akan datang calon mahasiswa lebih banyak lagi.

#### **D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan**

Kepuasan konsumen/pelanggan harus merupakan hal yang penting dalam kegiatan untuk meningkatkan keberhasilan suatu lembaga pelayanan publik. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Jay Kandampully dan Dwi Suhartanto dalam Haidir Harun (2006) bahwa kepuasan pelanggan haruslah diletakkan menjadi salah satu faktor terpenting dan menjadi muara kecil dalam segala aktifitas pemasaran pada setiap perusahaan yang berorientasi kepada pasar.

Zeithaml, Pasuraman, Berry dalam Haidir Harun (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, fektor emosi, harga dan biaya. Lupiyoadi (2001) menjelaskan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan :

##### **a. Kualitas Produk**

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi keinginan kebutuhannya.

##### **b. Kualitas Pelayanan**

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas bila mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan. Sedangkan Alma dalam Suwardi (2011) menyatakan bahwa konsumen menginginkan layanan yang baik dengan harapan :

- (1) Kualitas layanan yang konsisten,
- (2) Sikap personal yang selalu ramah,
- (3) Kejelasan suara, gambar, atau cetakan,
- (4) Tidak terlalu sering gangguan, kerusakan, walaupun ada cepat diperbaiki, dan
- (5) *Susccessful Call Ratio (SCR)* yang tinggi.

**E. Tugas Layanan Informasi di UPBJJ- UT Bandung**

Ada sepuluh tugas informasi dan penerimaan mahasiswa baru berdasarkan lampiran II Surat Keputusan Kepala UPBJJ – UT Bandung Nomor 005/UN31.32/KEP/2013 tentang Pedoman Kerja UPBJJ-UT Bandung yaitu :

- 1) Memberikan layanan informasi tentang Universitas Terbuka

- 2) Memberikan informasi tentang layanan bahan ajar baik secara tatap muka maupun melalui media telepon dan e-mail
- 3) Memberikan informasi tentang langkah-langkah registrasi
- 4) Memberikan petunjuk dan bimbingan kepada mahasiswa dalam pengisian formulir Registrasi Pertama maupun Registrasi Mata Kuliah
- 5) Menyampaikan kalender Akademik/Jadwal Kegiatan Akademik
- 6) Menerima pendaftaran dan memeriksa berkas registrasi mahasiswa baru program Non-Pendas
- 7) Menerbitkan dan menyerahkan kartu mahasiswa
- 8) Membantu mahasiswa dalam proses penggantian kartu mahasiswa
- 9) Menampung keluhan mahasiswa
- 10)Menyebarkan angket kepuasan pelanggan

Sebagai implikasi diberlakukan Surat Keputusan Rektor Nomor 7592/UN31/KEP/2012 tertanggal 11 Oktober 2012 tentang Uang Kuliah Tunggal, (UKT) maka layanan akademik dan administrasi akademik mengalami perubahan, seperti dalam layanan registrasi pertama penyediaan Formulir Data Pribadi (F1E), Form. Registrasi Mata Kuliah oleh UPBJJ, sedangkan Katalog disiapkan oleh UT Pusat. Tarif Uang Kuliah Tunggal yang sangat bervariasi sesuai dengan layanan yang diambil, dan program studi yang dipilih oleh mahasiswa, dan tarif Uang Kuliah Tunggal mengacu kepada program studi, sehingga mata kuliah yang sama pada program studi yang berbeda kemungkinan memiliki besaran tarif yang berbeda. Pembelian bahan ajar cetak, bagi mahasiswa mengambil layanan Sipas, maka pembelian bahan ajar sudah termasuk kedalam uang paket semester, sedangkan mahasiswa yang mengambil non Sipas, belum termasuk biaya bahan

ajar. Untuk mahasiswa Sipas Penuh dan Sipas Semi disediakan layanan Tutorial Tatap Muka (TTM), sedangkan mahasiswa yang mengambil Non Sipas tidak mendapat layanan Tutorial Tatap Muka, kecuali mendaftar pada Tutorial Atas permintaan mahasiswa (Tutorial Atpem), Layanan praktik/praktikum sudah termasuk dalam Uang Kuliah Tunggal, sehingga mahasiswa tidak perlu membayar biaya praktik/praktikum secara terpisah.

Tugas staf layanan informasi dan yang diberi tugas dalam penerimaan mahasiswa baru di UPBJJ-UT Bandung dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau calon mahasiswa program non-pendas pada masa registrasi 2014.1 harus berkualitas, berkinerja tinggi dan penuh keramahan dalam rangka memuaskan pelanggan atau calon mahasiswa baru.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, yaitu metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket, hal ini sejalan dengan Sugiyono (2010;6) mengatakan bahwa penelitian survey digunakan untuk mengumpulkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data seperti mengedarkan kuesioner, test, dan sebagainya. Kristianti A. dkk (2012 ;5.3) mengatakan bahwa metode survey dapat digunakan untuk menjangkau informasi mengenai opini, sikap, pilihan, dan persepsi orang atau subyek yang diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah teknik analisis dengan statistik inferensial, yaitu teknik pengolahan data yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan, berdasarkan hasil penelitiannya pada sejumlah sampel, terhadap populasi yang lebih besar (Tian Belawati, Wardani, 2012.6.17). Juga dikemukakan bahwa analisis statistik inferensial juga biasa disebut analisis uji hipotesis. Dalam penelitian survey dengan menggunakan statistik inferensial disini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas layanan informasi staf UPBJJ-UT Bandung terhadap variabel kepuasan mahasiswa pada waktu melakukan registrasi pertama masa registrasi 2014.1

#### **B. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini di wilayah kerja UPBJJ-UT Bandung dengan alasan karena penulis adalah staf UPBJJ-UT Bandung sehingga akan memudahkan

dalam pengumpulan data dan ingin melihat pengaruh kualitas layanan informasi staf UPBJJ-UT Bandung terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan registrasi pertama pada masa registrasi 2014.1

## **2. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **a. Populasi Penelitian**

Populasi menurut Sugiyono (2010, 80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini ukuran populasi yang diambil adalah seluruh mahasiswa baru yang mendaftar melalui petugas di layanan informasi UPBJJ-UT Bandung pada masa registrasi 2014.1, yaitu sebanyak 669 orang mahasiswa (Sumber dari : SRS Non Pendas di UPBJJ-UT Bandung, tgl. 06-02-2014)

### **b. Sampel Penelitian**

Karena jumlah populasi banyak sebanyak 669 orang responden dan dianggap terlalu banyak, maka penulis perlu menentukan sampel yang diharapkan dapat mewakili populasi. Dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010 ;122), dan jenis pengambilan sampelnya dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu karena dalam pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu, yaitu jumlah mahasiswa baru pada masa registrasi 2014.1 pada fakultas yang paling banyak mahasiswanya dan yang secara langsung meregistrasi ke

Kantor UPBJJ-UT Bandung, yaitu Fakultas Ekonomi sebanyak 129 orang mahasiswa sebagai sampel dalam penelitian ini (Sumber dari : Penanggung Jawab Program Non Pendas Fakultas Ekonomi di UPBJJ-UT Bandung, tanggal 06-02-2014), diluar mahasiswa yang mendaftar melalui KBM/secara *online* atau mahasiswa CSR sebanyak 45 orang.

### **C. Pengembangan Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam peneltian ini adalah angket dengan alasan karena angket memudahkan dalam cara menyebarkan dan mengumpulkan kembali, dimungkinkan juga ongkosnya lebih murah karena menyebarkannya bisa sekaligus ke seluruh responden

Instrumen sebagai alat ukur dalam penelitian sebelum digunakan perlu diuji validitas dan reliabilitasnya, pengujian validitas dalam penelitian merupakan petunjuk mutu penelitian. Mutu penelitian terutama dinilai dari validitas yang diperoleh (Furqon, 2009;14). Menurut Sugiyono (2010; 268) bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data ” yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Dikemukakan juga bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Angket dalam penelitian ini, yaitu angket untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh kualitas layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebelum diberikan kepada responden, diadakan pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan SPSS

Pengembangan instrumen yang ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut : 1) Menyusun indikator variabel penelitian, 2) Menyusun kisi-kisi instrumen,



3) Melakukan uji coba penelitian, dan 4) Melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen.

### **1. Penyusunan Variabel dan Indikator Penelitian**

Hasil penyusunan variabel dan indikator penelitian ini dituangkan ke dalam tabel 3.1 pada Lampiran 1, yang terdiri dari variabel :

1. Kualitas Layanan Informasi (X), dengan sub variabel :

- 1). Kualitas bukti fisik (*tangibles*) ( $X_1$ ), sebanyak 7 butir soal/ Pernyataan.
- 2). Kualitas keandalan (*reliability*) ( $X_2$ ), sebanyak 12 butir soal/ Pernyataan.
- 3). Kualitas daya tanggap (*responsibility*) ( $X_3$ ), sebanyak 5 butir soal/ Pernyataan.
- 4). Kualitas jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) sebanyak 10 butir soal/ Pernyataan.
- 5). Kualitas empati (*empathy*) ( $X_5$ ) sebanyak 8 butir soal/ Pernyataan.

2. Kepuasan Calon mahasiswa (Y), dengan sub variabel :

- 1). Kualitas produk sebanyak 2 butir soal/ Pernyataan.
- 2). Kualitas pelayanan sebanyak 2 butir soal/ Pernyataan
- 3). Emosional sebanyak 4 butir soal/ Pernyataan
- 4). Harga sebanyak 2 butir soal/ Pernyataan
- 5). Biaya sebanyak 2 butir soal/ Pernyataan

### **2. Melakukan Uji Coba Instrumen**

Setelah tersusun seperangkat angket berdasarkan variabel dan indikator penelitian, maka selanjutnya diujicobakan kepada calon mahasiswa Universitas Terbuka program studi di luar Fakultas Ekonomi yang mendaftar langsung ke kantor UPBJJ-Bandung masa registrasi 2014.1 dan terkumpul seluruhnya sebanyak 20 angket yang telah disebar. Langkah uji coba ini dimaksudkan untuk melihat apakah angket ini memiliki validitas dan tingkat reliabilitas yang baik. Hal ini

sejalan dengan pendapat Udin S. Saud (2007;120) bahwa persyaratan yang harus dipenuhi oleh instrumen penelitian, yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas instrumen menunjukkan bahwa hasil dari suatu pengukuran menggambarkan segi atau aspek yang diukur. Suatu instrumen dikatakan valid atau memiliki validitas bila instrumen tersebut benar-benar mengukur aspek atau segi yang akan diukur. Sedangkan reliabilitas berkenan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran. Suatu instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang memadai bila instrumen tersebut mengukur aspek yang akan diukur beberapa kali hasilnya sama atau relatif sama”.

Agar penelitian ini dikatakan bermutu, maka instrumen yang telah disusun perlu diuji terlebih dahulu dengan validitas dan reliabilitasnya, seperti yang dikemukakan oleh Furkon (2009;14) bahwa “Instrumen sebagai alat ukur dalam penelitian ini perlu diuji validitas dan reliabilitasnya, pengujian validitas dalam penelitian merupakan petunjuk mutu penelitian. Mutu penelitian terutama dinilai dari validitas yang diperoleh”. Menurut Sugiono (2010;268) bahwa “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan reliabilitas berkenan dengan “derajat konsistensi dan stibilitas data atau temuan”. Sehingga dalam penelitian ini, instrumen yang telah tersusun sebagai alat ukur berupa angket diujicobakan kepada calon mahasiswa di luar responden, kemudian diadakan pengujian validitas dan reliabilitas.

### **3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Berdasarkan hasil uji coba angket penelitian di luar sampel penelitian, yang diperoleh 20 (dua puluh) data, untuk memudahkan perhitungan data tersebut kemudian ditabulasikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Akdon, (2008;144) bahwa

“setelah data didapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan skor item instrumen dengan rumus *Pearson Product Moment* yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2 \cdot (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana :

$r_{hitung}$  = Koefisien korelasi

$\sum X$  = Jumlah skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor total (seluruh item)

$n$  = Jumlah responden

Untuk menyimpulkan apakah angket itu validitas, menurut Sugiyono (2010;126) bahwa “nila harga korelasi di bawah 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa butir tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau di buang.” Menurut Sururi, dan Nugraha S. (2007;55) mengemukakan “perhatikan angka pada *Corrected Item Total Correlation*, yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item. Juga dikemukakan bahwa Sebuah item dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel”.

Metode pengujian reliabilitas dengan menggunakan metode belah dua (*split-half method*) dengan rumus *Spearman Brown*. Menurut Akdon (2008;148) “Pada waktu membelah dua dan mengkorelasikan dua belahan, baru diketahui reliabilitas setengah tes saja. Jika untuk mengetahui reliabilitas seluruh tes harus menggunakan rumus *Spearman Brown*”.

$$r_{11} = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

$r_{11}$  = Koefisien korelasi internal seluruh item

$r_b$  = *Korelasi Pearson Product Moment* antara belahan (ganjil genap) atau (awal-akhir)

Kemudian membuat keputusan dengan membandingkan  $r_{11}$  dengan  $r_{tabel}$ , kemudian dicari  $r_{tabel}$  untuk  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) yaitu  $20 - 2 = 0,46$

Kaidah keputusannya : Jika  $r_{11} > r_{tabel}$  berarti Reliabel dan  $r_{11} < r_{tabel}$  berarti Tidak Reliabel.

Kriteria penafsiran mengenai indek korelasinya ( $r$ ) menurut Akdon (2008;144) sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

**Kriteria Penafsiran Indeks Korelasi r**

<b>Korelasi ( r )</b>	<b>Interpretasi</b>
Antara 0,800 - 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 - 0,799	Tinggi
Antara 0,400 - 0,599	Cukup Tinggi
Antara 0,200 - 0,399	Rendah
Antara 0,000 - 0,199	Sangat rendah

**1). Pengujian terhadap variabel bukti fisik (*tangibles*).**

Berdasarkan hasil pengujian validitas konstruks terhadap variabel kualitas bukti fisik (*tangibles*) dengan menggunakan SPSS versi 16, diperoleh hasil seluruh pertanyaan pada angket sebanyak 6 (enam) item semuanya valid,

dengan rincian 5 (lima) item kategori cukup tinggi dan 2 (dua) item kategori tinggi dan berdasarkan hasil pengujian reliabilitasnya diperoleh hasil  $r$  hitung sebesar 0,627, bila dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,46, maka  $0,627 > 0,46$  atau  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel, dengan demikian maka seluruh item pertanyaan berjumlah 6 (enam) item reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan angket pada variabel bukti fisik (*tangibles*) sebanyak 6 item dapat digunakan untuk pengumpulan data.

## **2). Pengujian terhadap variabel keandalan (*reliability*).**

Berdasarkan hasil pengujian validitas konstruk terhadap variabel keandalan (*reliability*) dengan menggunakan SPSS versi 16, diperoleh hasil seluruh pertanyaan pada angket sebanyak 12 (dua belas) item semuanya valid, dengan rincian 10 (sepuluh) item termasuk kategori cukup tinggi dan 2 (dua) item termasuk kategori tinggi, dan hasil pengujian reliabilitasnya diperoleh hasil  $r$  hitung sebesar 0,916, bila dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,46, maka  $0,916 > 0,46$  atau  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan angket pada variabel keandalan (*reliability*) sebanyak 12 (dua belas) item dapat digunakan untuk pengumpul data.

## **3). Pengujian terhadap variabel daya tanggap (*responsiveness*)**

Berdasarkan hasil pengujian validitas konstruk terhadap variabel daya tanggap (*responsiveness*) dengan menggunakan SPSS versi 16 diperoleh hasil seluruh pertanyaan pada angket sebanyak 5 (lima) item semuanya valid, dengan rincian 1 (satu) item termasuk kategori cukup tinggi dan 4 (empat) item termasuk kategori tinggi dan hasil pengujian reliabilitasnya diperoleh hasil  $r$  hitung sebesar 0,676, bila dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,46, maka  $0,676$

$> 0,46$  atau  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan angket pada variabel daya tanggap (*responsiveness*) sebanyak 6 (enam) item dapat digunakan untuk pengumpul data.

#### **4). Pengujian terhadap variabel jaminan (*assurance*)**

Berdasarkan hasil pengujian validitas konstruk terhadap variabel jaminan (*assurance*) dengan menggunakan SPSS versi 16, diperoleh hasil seluruh pertanyaan pada angket sebanyak 10 (sepuluh) item semuanya valid, dengan rincian 5 (lima) item termasuk kategori cukup tinggi, 4 (empat) item termasuk kategori tinggi, dan 1 (satu) item termasuk kategori sangat tinggi, dan berdasarkan hasil pengujian reliabilitasnya diperoleh hasil  $r$  hitung sebesar 0,934, bila dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,46, maka  $0,934 > 0,46$  atau  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan angket pada variabel jaminan (*assurance*) sebanyak 10 (sepuluh) item dapat digunakan untuk pengumpul data.

#### **5). Pengujian terhadap variabel empati (*empathy*)**

Berdasarkan hasil pengujian validitas konstruk terhadap variabel empati (*empathy*) dengan menggunakan SPSS versi 16, diperoleh hasil seluruh pertanyaan pada angket sebanyak 8 (delapan) item semuanya valid, dengan rincian 4 (empat) item termasuk kategori cukup tinggi, 4 (empat) item termasuk kategori tinggi, dan berdasarkan hasil pengujian reliabilitasnya diperoleh hasil  $r$  hitung sebesar 0,807, bila dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,46, maka  $0,807 > 0,46$  atau  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan angket pada variabel empati (*empathy*) sebanyak 8 (delapan) item dapat digunakan untuk pengumpul data.

## 6). Pengujian terhadap variabel kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian validitas konstruk terhadap variabel kepuasan dengan menggunakan SPSS versi 16, diperoleh hasil seluruh pertanyaan pada angket sebanyak 12 (dua belas) item semuanya valid, dengan rincian 4 (empat) item termasuk kategori cukup tinggi, 3 (tiga) item tinggi dan 5 (lima) item termasuk kategori sangat tinggi, dan berdasarkan hasil pengujian reliabilitasnya diperoleh hasil  $r$  hitung sebesar 0,891, bila dibandingkan dengan  $r$  tabel sebesar 0,46, maka  $0,891 > 0,46$  atau  $r$  hitung lebih besar dari tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan angket pada variabel kepuasan sebanyak 12 (dua belas) item dapat digunakan untuk pengumpul data.

## D. Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif diperlukan teknik analisis data untuk menjawab penelitian ataupun menguji hipotesis penelitian yang diajukan. Hal ini sejalan dengan pendapat Akdon (2008,181) yang mengatakan bahwa untuk penelitian pendekatan kuantitatif, maka teknik analisis data berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan analisis data berdasarkan hasil dari angket dengan Analisis *Korelasi Pearson Product Moment (r)* untuk mencari besarnya pengaruh antara variabel bebas atau *independent* yaitu variabel kualitas layanan informasi (X) dengan variabel terikat atau *dependent* tentang variabel kepuasan calon mahasiswa (Y), yang dilanjutkan dengan Analisis Korelasi Ganda, hal ini karena Analisis Korelasi Ganda berfungsi untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y). Juga dikemukakan bahwa teknik analisis *Korelasi Pearson Product*

*Moment* termasuk teknik statistik parametrik. Menurut Sugiyono (2010, 172) Penggunaan Statistik Parametrik mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu, sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian normalitas data. Sehingga dalam penelitian ini diadakan pengujian normalitas data terlebih dahulu dengan menggunakan Chi Kuadrat agar dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

Menurut Sugiyono (2010;188) bahwa rumus yang digunakan untuk menghitung persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$\hat{Y}$  = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel indeviden

Kemudian dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresi ganda dengan rumus yang digunakan sebagai berikut (Furqon, 2009;231):

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{ki} X_{ki} + \epsilon$$

Untuk menguji signifikansi yang berfungsi mencari pengaruh variabel X terhadap Y, maka hasil *Korelasi Pearson Product Moment* diuji dengan pengujian signifikansi menggunakan rumus (Akdon;2008;188) :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

$t_{\text{hitung}}$  = Nilai t

r = Nilai Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel



Kaidah pengujiannya :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan (Akdon,2008;190)

Dengan  $dk = n - 2 = 80 - 2 = 78$

Untuk kemudahan dalam perhitungan digunakan perangkat komputer berupa *software* dengan program *Statistic Product on Service Solution (SPSS) versi 16*

#### **E. Prosedur Penelitian**

Prosedur dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyusun Proposal Penelitian
2. Menyusun indikator variabel penelitian
3. Menyusun instrumen penelitian
4. Mencari data mahasiswa di data base UT/Penanggung Jawab Registrasi di UPBJJ-UT Bandung
5. Mengirimkan angket/kuesioner kepada mahasiswa di luar populasi atau sampel penelitian untuk diadakan pengujian angket
6. Setelah diadakan pengujian, kemudian menyebarkan angket kepada mahasiswa yang dijadikan sampel penelitian, setelah diisi kemudian dikumpulkan lagi.
7. Setelah angket terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data, menganalisis data dan membuat kesimpulan serta rekomendasi berdasarkan hasil dari penelitian yang diperoleh
8. Menyusun laporan penelitian

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan membahas mengenai uraian dan analisis data yang diperoleh berdasarkan hasil angket yang disebarakan kepada responden yaitu kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi yang secara langsung registrasi pertamanya ke UPBJJ-UT Bandung sebanyak 129 orang, diluar mahasiswa CSR dan yang mendaftar melalui Kelompok Belajar Mahasiswa (KBM) atau secara *online* sebanyak 45 orang, dan angket yang terkumpul sebanyak 110 eksemplar atau sebanyak 85,27%.

Pengolahan hasil penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, dengan langkah pengujian meliputi : pengujian normalitas data, pengujian keberartian koefisien regresi, dan pengujian hipotesis penelitian yang akan diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Pengujian Penelitian

##### 1). Pengujian Normalitas Data Penelitian.

Untuk mengetahui apakah data itu berdistribusi normal atau tidak, maka hasil data penelitian yang terkumpul perlu diuji terlebih dahulu dengan menggunakan pengujian normalitas data. Sugiono (2010;171-172) mengatakan bahwa “penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal”. Sehingga sebelum pengujian terhadap rumusan masalah dan hipotesis penelitian diadakan pengujian normalitas, dan teknik yang dipakai dalam pengujian ini adalah menggunakan *Chi-Kuadrat* ( $\chi^2$ ).

Berdasarkan hasil perhitungan data dengan pengujian Chi -kuadrat, diperoleh harga Chi kuadrat untuk *asymtot* sygnifikan seperti terlihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1  
Hasil Perhitungan Chi Kuadrat ( $\chi^2$ )

	Tangibles	Reliabilty	Responsiveness	Assurance	Empathy	Kepuasan
Chi-Square	49.345 <sup>a</sup>	88.400 <sup>b</sup>	76.964 <sup>c</sup>	81.455 <sup>d</sup>	1.204E2 <sup>e</sup>	92.400 <sup>f</sup>
Df	13	21	12	17	15	22
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 7,9.

b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 5,0.

c. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 8,5.

d. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 6,1.

e. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 6,9.

f. 23 cells (100,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 4,8.

Rumusan hipotesisnya yang dipakai dalam pengujian normalitas data sebagai berikut :

Ho = Data berdistribusi tidak normal

Ha = Data berdistribusi normal

Keputusannya menurut Sururi dan Suharto N, (2007;32). dengan melihat *asymtot* signifikan, dengan ketentuannya apabila *asymtot* signifikansi di bawah 0,05, maka Ha diterima dan apabila *asymtot* signifikansinya di atas 0,05 maka Ho diterima.

Berdasarkan data pada tabel 4.1 Hasil Pengujian Chi kuadrat di atas terlihat dari *asymtot* signifikansinya ternyata semuanya di bawah 0,05, atau *asymtot* sig. < 0,05, sehingga dikatakan Ho ditolak, maka Ha diterima artinya

data berdistribusi normal, dengan demikian kesimpulannya pengujian dapat dilanjutkan.

## 2). Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Bukti Fisik (*Tangibles*)

### a. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi Rumusan Masalah 1.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Coefficients* tentang pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa pada lampiran untuk prediksi persamaan regresinya dengan bentuk :

$$\hat{Y} = 28,389 + 0,716 X_1$$

Setelah diketahui prediksi persamaan regresinya, kemudian akan dilihat apakah prediksi persamaan regresi itu berarti atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil pada tabel *ANOVA* di lampiran diperoleh nilai Sig. = 0,000. Karena taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ ; maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prediksi persamaan regresi pada taraf nyata 0,05 berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk selanjutnya.

Kemudian akan dihitung berapa besar pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel *Model Summary* (lampiran ) sebesar 0,469, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $(0,469)^2 = 0,220$  atau koefisien determinasi sebesar 22,00%, kemudian akan dilihat terlebih dahulu keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti, sehingga dapat

dilakukan perhitungan selanjutnya. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,469, hal ini berarti kualitas bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,469 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 22,00% sedangkan sisanya 78,00% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas bukti fisik (*tangibles*), pengujian ini menggunakan persamaan regresi  $\hat{Y} = 28,389 + 0,716 X_1$ .

b. Pengujian Hipotesis Penelitian 1

Rumusan hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut : Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Hipotesis tersebut di atas, akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis tersebut berpengaruh secara signifikan, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  = Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

$H_1$  = Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada tabel *Coefficients* pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara bukti fisik (*tangibles*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,469, dan uji t sebesar 5,524. Kemudian dibandingkan dengan tabel distribusi t, dengan kaidah pengujiannya (Akdon,2008;1901) sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975; 108} = 1,980$ . Karena  $5.524 > 1,980$  atau nilai uji t lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

3). Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Keandalan (*Reliability*).

a. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi Rumusan Masalah 2

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Coefficients* tentang pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa pada lampiran untuk prediksi persamaan regresinya dengan bentuk :

$$\hat{Y} = 24,116 + 0,506 X_2$$

Setelah diketahui prediksi persamaan regresinya, kemudian akan dilihat apakah prediksi persamaan regresi itu berarti atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil pada tabel *ANOVA* di lampiran diperoleh nilai Sig. = 0,000. Karena taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ ; maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prediksi persamaan regresi pada taraf nyata 0,05 berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk selanjutnya.

Kemudian akan dihitung berapa besar pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan

menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel *Model Summary* (lampiran ) sebesar 0,558, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,311, atau koefisien determinasi sebesar 31,10%, kemudian akan dilihat terlebih dahulu keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan selanjutnya. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,558, hal ini berarti kualitas kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,558 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 31,10%, sedangkan sisanya 68,90% merupakan pengaruh dari luar variabel kehandalan (*reliability*), pengujian ini menggunakan persamaan regresi  $\hat{Y} = 24,116 + 0,506 X_2$ .

b. Pengujian Hipotesis Penelitian 2

Rumusan hipotesis penelitiannya sebagai berikut : Kualitas kehandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Hipotesis tersebut di atas, akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis tersebut berpengaruh secara signifikan, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  = Kualitas kehandalan (*reliability*) layanan informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

$H_1$  = Kualitas kehandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada tabel *Coefficients* pengaruh kualitas kehandalan (*reliability*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara kehandalan (*reliability*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,558, dan uji t sebesar 6.979. Kemudian dibandingkan dengan tabel distribusi t, dengan kaidah pengujiannya (Akdon,2008;1901) sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975; 108} = 1,980$ . Karena  $6,979 > 1,980$  atau nilai t hitung lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kualitas kehandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

#### 4). Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Daya Tanggap (*Responsiveness*).

##### a. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi Rumusan Masalah 3

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Coefficients* tentang pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa pada lampiran untuk prediksi persamaan regresinya dengan bentuk :

$$\hat{Y} = 34,113 + 0,711 X_3$$

Setelah diketahui prediksi persamaan regresinya, kemudian akan dilihat apakah prediksi persamaan regresi itu berarti atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil pada tabel *ANOVA* di lampiran diperoleh



nilai Sig. = 0,000. Karena taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ ; maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prediksi persamaan regresi pada taraf nyata 0,05 berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk selanjutnya.

Kemudian akan dihitung berapa besar pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel *Model Summary* (lampiran ) sebesar 0,414, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,172, atau koefisien determinasi sebesar 17,20%, kemudian akan dilihat terlebih dahulu keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan selanjutnya. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,414, ini berarti kualitas daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,414 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 17,20% sedangkan sisanya 82,80% dipengaruhi dari luar variabel daya tanggap (*responsiveness*), pengujian ini menggunakan persamaan regresi  $\hat{Y} = 34,113 + 0,711 X_3$ .

#### b. Pengujian Hipotesis Penelitian 3

Rumusan hipotesis penelitiannya sebagai berikut : Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Hipotesis tersebut di atas, akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis tersebut berpengaruh secara signifikan, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  = Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

$H_1$  = Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada tabel *Coefficients* pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,414, dan uji t sebesar 4,730. Kemudian dibandingkan dengan tabel distribusi t, dengan kaidah pengujiannya (Akdon,2008;1901) sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975 ; 108} = 1,980$ . Karena  $4,730 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

##### 5). Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Jaminan (*Assurance*).

###### a. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi Rumusan Masalah 4

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Coefficients* tentang pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa pada lampiran untuk prediksi persamaan regresinya dengan bentuk :

$$\hat{Y} = 25,849 + 0,547 X_4$$

Setelah diketahui prediksi persamaan regresinya, kemudian akan dilihat apakah prediksi persamaan regresi itu berarti atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil pada tabel *ANOVA* di lampiran diperoleh nilai Sig. = 0,000. Karena taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ ; maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prediksi persamaan regresi pada taraf nyata 0,05 berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk selanjutnya.

Kemudian akan dihitung berapa besar pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel *Model Summary* (lampiran ) sebesar 0,449, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,202, atau koefisien determinasi sebesar 20,20%, kemudian akan dilihat terlebih dahulu keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan selanjutnya. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,449, ini berarti kualitas jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,449 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya

sebesar 20,20%, sedangkan sisanya 79,80% merupakan pengaruh dari luar variabel jaminan (*assurance*), pengujian ini menggunakan persamaan regresi  $\hat{Y} = 25,849 + 0,547 X_4$ .

b. Pengujian Hipotesis Penelitian 4

Rumusan hipotesis penelitiannya sebagai berikut : Kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Hipotesis tersebut di atas, akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis tersebut berpengaruh secara signifikan, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  = Kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

$H_1$  = Kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada tabel *Coefficients* kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara jaminan (*assurance*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,449, dan uji t sebesar 5,228. Kemudian dibandingkan dengan tabel distribusi t, dengan kaidah pengujiannya (Akdon,2008;1901) sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975 ; 108} = 1,980$ . Karena  $5,228 > 1,980$  atau koefisien

korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

6). Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Empati (*Empathy*).

a. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi Rumusan Masalah 5

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Coefficients* tentang pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa pada lampiran untuk prediksi persamaan regresinya dengan bentuk :  $\hat{Y} = 24,318 + 0,747 X_5$

Setelah diketahui prediksi persamaan regresinya, kemudian akan dilihat apakah prediksi persamaan regresi itu berarti atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil pada tabel *ANOVA* di lampiran diperoleh nilai Sig. = 0,000. Karena taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ ; maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prediksi persamaan regresi pada taraf nyata 0,05 berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk selanjutnya.

Kemudian akan dihitung berapa besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel *Model Summary* (lampiran ) sebesar 0,574, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,330, atau koefisien determinasi sebesar = 33,00%, kemudian akan dilihat terlebih dahulu keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan selanjutnya. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,574, hal ini berarti bahwa kualitas empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,574 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 33,00%, sedangkan sisanya 67,00% merupakan pengaruh dari luar variabel empati (*empathy*), pengujian ini menggunakan persamaan regresi  $\hat{Y} = 24,318 + 0,747 X_5$ .

#### b. Pengujian Hipotesis Penelitian 5

Rumusan hipotesis penelitiannya sebagai berikut : Kualitas empati (*empathy*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Hipotesis tersebut di atas, akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis tersebut berpengaruh secara signifikan, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  = Kualitas empati (*empathy*) layanan informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

$H_1$  = Kualitas empati (*empathy*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada tabel *Coefficients* kualitas empati (*empathy*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara jaminan (*assurance*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,574, dan uji t

sebesar 7,286. Kemudian dibandingkan dengan tabel distribusi t, dengan kaidah pengujiannya (Akdon,2008;1901) sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975 ; 108} = 1,980$ . Karena  $7,286 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kualitas empati (*empathy*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

7). Pengujian terhadap Pengaruh Kualitas Layanan Informasi secara bersama terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa.

a. Pengujian Keberartian Koefisien Regresi

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *Coefficients* tentang pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa pada lampiran untuk prediksi persamaan regresinya dengan bentuk :

$$\hat{Y} = 17,188 + 0,350 X_1 + 0,164 X_2 + 0,172 X_3 + (-0,198 X_4) + 0,571 X_5$$

Setelah diketahui prediksi persamaan regresinya, kemudian akan dilihat apakah prediksi persamaan regresi itu berarti atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil pada tabel *ANOVA* di lampiran diperoleh nilai Sig. = 0,000. Karena taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ ; maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

prediksi persamaan regresi pada taraf nyata 0,05 berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan untuk selanjutnya.

Kemudian akan dihitung berapa besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi pada tabel *Model Summary* (lampiran ) sebesar 0,655, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,429 atau koefisien determinasi sebesar = 42,90%, kemudian akan dilihat terlebih dahulu keberartian koefisien korelasi tersebut dengan menggunakan kaidah pengujian jika  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  berarti, dan jika  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  tidak berarti, atau jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti, dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  tidak berarti. Dari hasil perhitungan dengan SPSS seperti pada tabel *ANOVA* (lampiran ) diperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 15,834. Sedangkan Tabel Distribusi F dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, diperoleh hasil  $F_{(0,95)(2,107)} = 3,09$ , ternyata hasilnya  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $15,634 > 3,09$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti, sehingga dapat dilakukan perhitungan selanjutnya. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,655, hal ini berarti kualitas layanan informasi secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,655 yang termasuk kategori **Tinggi** (0,600 – 0,799), dan pengaruhnya sebesar 42,90%, yang merupakan pengaruh dari bukti fisik (*tangibles*) sebesar = 10,74%, keandalan (*reliability*) sebesar = 10,10%, daya tanggap sebesar = 4,14%, jaminan (*assurance*) sebesar = -7,27%, dan pengaruh dari empati



(*empathy*) sebesar 25,20%, sedangkan sisanya 57,10% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

b. Pengujian Hipotesis Penelitiannya

Rumusan hipotesis penelitiannya sebagai berikut : Kualitas layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas masa registrasi 2014.1

Hipotesis tersebut di atas, akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis tersebut berpengaruh secara signifikan, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  = Kualitas layanan informasi secara bersama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas masa registrasi 2014.1

$H_1$  = Kualitas layanan informasi secara bersama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas masa registrasi 2014.1.

Kaidah pengujiannya (Akdon,2008;1901) sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

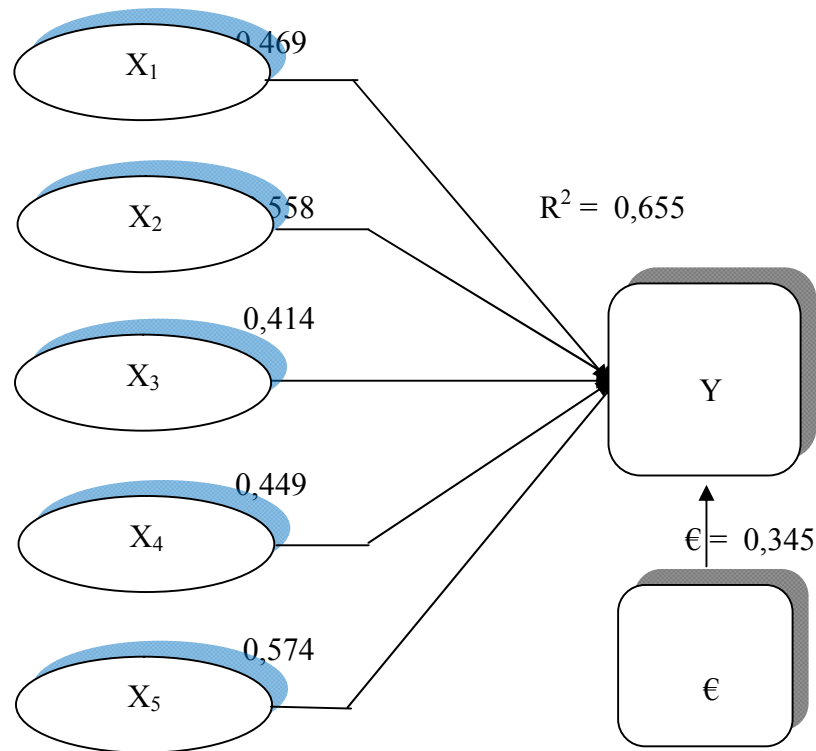
Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada tabel *Coefficients* tentang pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas, diperoleh koefisien korelasi antara layanan informasi secara bersama dengan kepuasan calon mahasiswa program non-pendas sebesar 0,655,

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{(0,655) \cdot \sqrt{108}}{\sqrt{1 - (0,655)^2}} = 9,008$$

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975; 108} = 1,980$ . Karena  $9,008 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , kualitas layanan informasi secara bersama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Kerangka hubungan kausal antar jalur  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$  terhadap  $Y$ , yaitu pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) ( $X_1$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ), pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) ( $X_2$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ), pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ), pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ), dan pengaruh kualitas empati (*empathy*) ( $X_5$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ) dan pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ) dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.1

#### Kerangka Hubungan Antar Variabel Penelitian

Dari gambar 4.1 di atas tentang kerangka hubungan antar variabel penelitian (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> terhadap Y) dapat diuraikan sebagai berikut :

Pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan calon mahasiswa (Y) sebesar koefisien korelasi = 0,469 atau sebesar 22,00%, pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan calon mahasiswa (Y) sebesar koefisien korelasi = 0,558 atau sebesar 31,10%, pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan calon mahasiswa (Y) sebesar koefisien korelasi = 0,414 atau sebesar 17,20%, pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) (X<sub>4</sub>) terhadap kepuasan calon mahasiswa (Y) sebesar koefisien korelasi = 0,449 atau sebesar 20,20%, pengaruh kualitas empati (*empathy*) (X<sub>5</sub>) terhadap kepuasan calon mahasiswa (Y) sebesar koefisien korelasi = 0,574 atau

sebesar 33,00%, dan pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa ( $Y$ ) sebesar koefisien korelasi = 0,655 atau sebesar 42,90%. Sedangkan faktor lain ( $\epsilon$ ) yang tidak diteliti tetapi memiliki pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi = 0,345 atau  $R^2 = 0,571$  atau sebesar 57,10%.

Dari hasil penelitian berdasarkan uraian di atas dapat dirangkum seperti pada tabel 4.2 sebagai berikut :

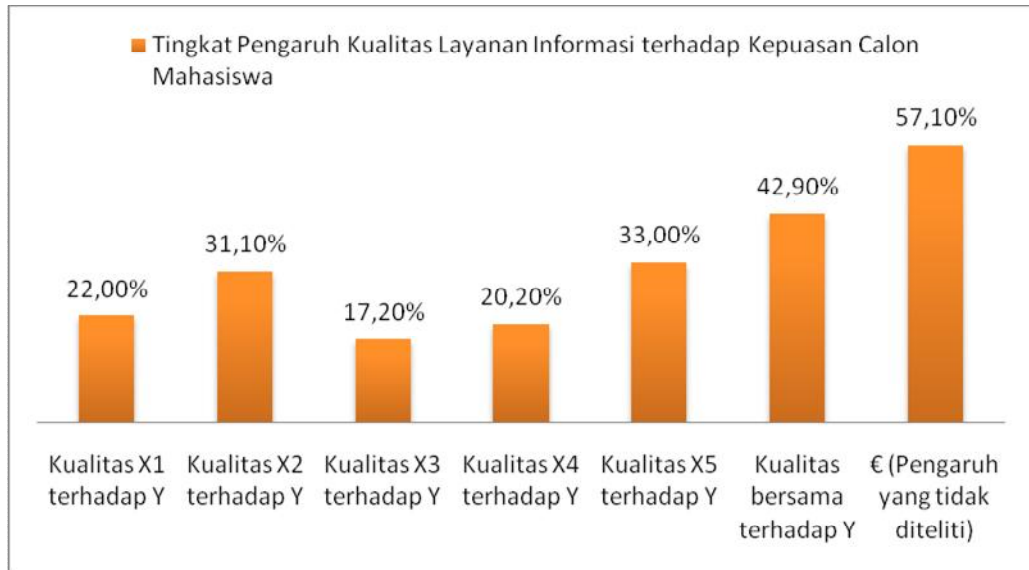
**Tabel 4.2**

**Rangkuman Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

VARABEL	KOEFISIEN KORELASI	KATEGORI	PERSENTASE
Pengaruh kualitas bukti fisik ( <i>tangibles</i> ) terhadap kepuasan calon mahasiswa	0,469	Cukup Tinggi	22,00%
Pengaruh kualitas keandalan ( <i>reliability</i> ) terhadap kepuasan calon mahasiswa	0,558	Cukup Tinggi	31,10%
Pengaruh kualitas daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) terhadap kepuasan calon mahasiswa	0,414	Cukup Tinggi	17,20%
Pengaruh kualitas jaminan ( <i>assurance</i> ) terhadap kepuasan calon mahasiswa	0,449	Cukup Tinggi	20,20%
Pengaruh kualitas empati ( <i>empathy</i> ) terhadap kepuasan calon mahasiswa	0,574	Cukup Tinggi	33,00%
Pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa	0,655	Tinggi	42,90%
Faktor lain ( $\epsilon$ )			57,10%

Dari tabel 4.1 Rangkuman Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*) di atas, diperoleh gambaran sebagai berikut : Pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibel*) terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,469 yang termasuk kategori cukup tinggi (0,400 – 0,599) atau sebesar 22,00%. Pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,558 yang termasuk kategori cukup tinggi (0,400 – 0,599) atau sebesar 31,10%. Pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,414 yang termasuk kategori cukup tinggi (0,400 – 0,599) atau sebesar 17,10%. Pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,449 yang termasuk kategori cukup tinggi (0,400 – 0,599) atau sebesar 20,20%. Pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,574 yang termasuk kategori cukup tinggi (0,400 – 0,599) atau sebesar 32,90%. Pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,655 yang termasuk kategori tinggi (0,600 – 0,799) atau sebesar 42,90%. Adapun faktor lain (  $\epsilon$  ) yang tidak dijadikan variabel penelitian tetapi memberikan pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar koefisien korelasi 0,345 atau sebesar 57,10%.

Secara visual tingkat pengaruh kualitas layanan informasi (variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$ ) terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas masa registrasi 2014.1 (Y), dapat dilihat pada histogram di bawah ini :



Gambar 4.2. Histogram Tingkat Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa

Dari gambar visualisasi histogram tersebut di atas menunjukkan bahwa :

*Pertama*, Pengaruh kualitas layanan informasi yang paling tinggi persentasenya adalah pengaruh secara bersama (simultan) terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas masa registrasi 2014.1 sebesar 42,90%. *Kedua*, Pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 33,00%, *Ketiga*, Pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 31,10%. *Keempat*, Pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 22,00%. *Kelima*, Pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 20,20%. *Keenam*, Pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 17,20%. *Ketujuh*, Pengaruh yang tidak diteliti (€) tetapi mempengaruhi kepuasan calon mahasiswa sebesar 57,20%.

## 2. Temuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diperoleh temuan penelitian secara obyektif sebagai berikut :

### A. Pengaruh Kualitas Bukti Fisik (*Tangibles*) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa.

Setelah melakukan perhitungan dengan menggunakan SPSS tentang besar pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,469, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $(0,469)^2 = 0,220$  atau koefisien determinasi sebesar 22,00%, kemudian dilihat keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,469, hal ini berarti kualitas bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,469 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 22,00% sedangkan sisanya 88,00% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas bukti fisik (*tangibles*).

Berdasarkan pengujian hipotesis peneliti tentang pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara bukti fisik (*tangibles*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,469, dan uji t sebesar 5,524, kemudian dibandingkan dengan tabel distribusi t, dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975; 108} = 1,980$ . Karena  $5,524 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

#### **B. Pengaruh Kualitas Keandalan (*Reliability*) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa**

Berdasarkan hasil perhitungan besar pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $0,558$ , dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,311$ , atau koefisien determinasi sebesar  $31,10\%$ , kemudian dilihat keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar  $0,558$ , hal ini berarti kualitas keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar  $0,558$  yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** ( $0,400 - 0,599$ ), atau pengaruhnya sebesar  $31,10\%$ , sedangkan sisanya  $68,90\%$  merupakan pengaruh dari luar variabel keandalan (*reliability*).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara keandalan (*reliability*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar  $0,558$ , dan uji  $t$  sebesar  $6,979$ . Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ , dari tabel distribusi  $t$  diperoleh data  $t_{0,975 ; 108} = 1,980$ . Karena  $6,979 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi  $t$  tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha =$



5% atau 0,05, kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

### **C. Pengaruh Kualitas Daya Tanggap (*Responsiveness*) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa.**

Setelah dihitung besar pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,414, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,172, atau koefisien determinasi sebesar 17,20%, kemudian dilihat keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,414, ini berarti kualitas daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,414 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 17,20% sedangkan sisanya 82,80% dipengaruhi dari luar variabel daya tanggap (*responsiveness*).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,414, dan uji t sebesar 4,730. Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975; 108} = 1,980$ . Karena  $4,730 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha =$

5% atau 0,05, kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

#### **D. Pengaruh Kualitas Jaminan (*Assurance*) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa.**

Berdasarkan perhitungan besar pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,449, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,202, atau koefisien determinasi sebesar 20,20%, kemudian dilihat keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,449, ini berarti kualitas jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,449 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 20,20%, sedangkan sisanya 79,80% merupakan pengaruh dari luar variabel jaminan (*assurance*).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara jaminan (*assurance*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,449, dan uji t sebesar 5,228. Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975 ; 108} = 1,980$ . Karena  $5,228 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$

atau 0,05, kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

#### **E. Pengaruh Kualitas Layanan Empati (*Empathy*) Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa.**

Setelah dihitung besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,574, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,330, atau koefisien determinasi sebesar = 33,00%, kemudian dilihat keberartian koefisien korelasi tersebut dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, ternyata hasilnya  $0,000 < 0,05$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,574, hal ini berarti bahwa kualitas empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,574 yang termasuk kategori **Cukup Tinggi** (0,400 – 0,599), atau pengaruhnya sebesar 33,00%, sedangkan sisanya 67,00% merupakan pengaruh dari luar variabel empati (*empathy*).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh koefisien korelasi antara jaminan (*assurance*) dengan kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,574, dan uji t sebesar 7,286. Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975 ; 108} = 1,980$ . Karena  $7,286 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$

atau 0,05, kualitas empati (*empathy*) layanan informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

#### **F. Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Secara Bersama (Simultan) Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa.**

Setelah dihitung besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) terhadap kepuasan calon mahasiswa, dengan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,655, dengan indeks determinasi ( $R^2$ ) sebesar = 0,429 atau koefisien determinasi sebesar = 42,90%, kemudian dilihat keberartian koefisien korelasi tersebut dengan menggunakan kaidah pengujian jika  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  berarti, dan jika  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  tidak berarti, atau jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti, dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  tidak berarti. Dari hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 15,834. Sedangkan Tabel Distribusi F dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, diperoleh hasil  $F_{(0,95)(2,107)} = 3,09$ , ternyata hasilnya  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $15,634 > 3,09$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi berarti. Diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,655, hal ini berarti kualitas layanan informasi secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,655 yang termasuk kategori **Tinggi** (0,600 – 0,799), dan pengaruhnya sebesar 42,90%, yang merupakan pengaruh dari bukti fisik (*tangibles*) sebesar = 10,74%, kehandalan (*reliability*) sebesar = 10,10%, daya tanggap sebesar = 4,14%, jaminan (*assurance*) sebesar = -7,27%, dan pengaruh dari empati (*empathy*) sebesar 25,20%, sedangkan sisanya 57,10% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tentang pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas, diperoleh koefisien korelasi antara layanan informasi secara bersama dengan kepuasan calon mahasiswa program non-pendas sebesar 0,655,

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{(0,655) \cdot \sqrt{108}}{\sqrt{1 - (0,655)^2}} = 9,008$$

Dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, dari tabel distribusi t diperoleh data  $t_{0,975; 108} = 1,980$ . Karena  $9,008 > 1,980$  atau koefisien korelasi lebih besar dari nilai distribusi t tabel; maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, kualitas layanan informasi secara bersama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Di bawah ini akan diuraikan pembahasan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah diujikan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Kualitas Bukti Fisik (*Tangibles*) Layanan Informasi Terhadap Calon Mahasiswa.**

Hasil pengolahan data penelitian tentang besar pengaruh kualitas fisik (*tangibles*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,469, dengan indeks determinan ( $R^2$ ) sebesar  $(0,469)^2 = 0,220$  atau koefisien korelasi sebesar 22,00%, sedangkan sisanya sebesar 78,00%

pengaruh ditentukan diluar kualitas fisik. Dari hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan calon mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas bukti fisik (*tangibles*), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa “Besarnya pengaruh kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas masa registrasi 2014.1 sebesar 0,469 yang termasuk kategori cukup atau sebesar 22,00%, dan sisanya 78,00% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kualitas bukti fisik (*tangibles*)”, dan pengujian ini menggunakan persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 28,389 + 0,716 X_1$ .

Hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian ke satu mengenai “Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa” dengan menggunakan uji t pada taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 5,524, sedangkan Distribusi t tabel diperoleh nilai sebesar 1,980, hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa “dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas pada masa registrasi 2014.1.

Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung yang mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, kelengkapan peralatan komunikasi sudah memberikan kepuasan kepada calon mahasiswa yang termasuk kategori cukup tinggi (0,469) dan memberikan pengaruh kepuasan kepada calon mahasiswa sebesar 22,00%, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi. Walaupun dimensi kualitas bukti fisik baru termasuk kategori cukup dan memberikan pengaruh 22,00%, tetapi hal ini jangan diabaikan, karena menurut Parasuraman dkk, dalam Yan Hapsari (2008)

“Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti langsung yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan”, sehingga calon mahasiswa akan merasa puas apabila kualitas tampilan fisik (*tangibles*) peralatan dan penampilan fasilitas fisik, penampilan pegawai / staf tampak baik, bersih, dan rapih

Faktor yang perlu perhatian dalam meningkatkan layanan informasi pada kualitas bukti fisik yaitu kelengkapan peralatan dan penampilan fasilitas fisik, penampilan pegawai di bagian layanan informasi, dan media informasi yang lengkap serta tersedia setiap saat seperti brosur, katalog, leaflet, kalender akademik, dan penampilan petugas layanan informasi. Dimana kualitas bukti fisik semakin mendukung, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan semakin meningkat, hal ini karena calon mahasiswa merasa pelayanan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan.

## **2. Pengaruh Kualitas Keandalan (*Reliability*) Layanan Informasi Terhadap Calon Mahasiswa.**

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai besar pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,558 dengan indeks determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,311, atau koefisien determinasi sebesar 31,10%, dengan demikian bahwa besar pengaruh kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,558 yang termasuk kategori cukup, atau pengaruhnya sebesar 31,10%, dan sisanya sebesar 68,90% merupakan pengaruh dari luar kualitas keandalan (*reliability*), Dari hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan calon mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas keandalan (*reliability*), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa “Besarnya pengaruh

kualitas keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas 2014.1 sebesar 0,558 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau sebesar 31,10%, pengujian ini dengan menggunakan persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 24,116 + 0,506 X_2$ .

Hasil pengujian hipotesis penelitian ke dua mengenai “Kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa”, dengan menggunakan uji t pada tarap nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 6,979, dan Distribusi t tabel sebesar 1,980, hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tarap nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas pada masa registrasi 2014.1.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung sudah memberikan pengaruh kepada kepuasan calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,558), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 31.10%, dan sisanya sebesar 68,90% merupakan pengaruh dari luar variabel keandalan, tetapi perlu belum mencapai kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas keandalan dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program non pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena menurut Parasuraman dkk, dalam Yan Hapsari (2008) *reliability* mencakup kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara tepat (*accurately*), cepat dan akurat, dan kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*). Dibandingkan dengan keempat dimensi yang lainnya, dimensi ini



sering dipersepsi paling penting bagi pelanggan dan berbagai industri jasa. Dimana semakin tinggi tingkat keandalan staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya.

### **3. Pengaruh Kualitas Daya Tanggap (*Responsiveness*) Layanan Informasi Terhadap Calon Mahasiswa.**

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai besar pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,414 dengan indeks determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,172, atau koefisien determinasi sebesar 17,20%, dengan demikian bahwa besar pengaruh kualitas daya tanggap (*responseveness*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,414 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau pengaruhnya sebesar 17,20%, sedangkan sisanya sebesar 82,80% merupakan pengaruh dari luar kualitas daya tanggap (*responsiveness*), Dari hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan calon mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas daya tanggap (*responsiveness*), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa “Besarnya pengaruh kualitas daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non Pendas 2014.1 sebesar 0,414 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau sebesar 17,20%, pengujian ini dengan menggunakan persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 34,113 + 0,711 X_3$ .

Hasil pengujian hipotesis penelitian ke tiga mengenai “Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa”, dengan menggunakan uji t pada taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 4,730, dan Distribusi t tabel sebesar 1,980, hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan

bahwa dengan tarap nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 kualitas daya tanggap (*responseveness*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non-Pendas pada masa registrasi 2014.1.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas daya tanggap (*responsveness*) layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung sudah memberikan kepuasan kepada calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,414), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 17,20%, dan sisanya sebesar 82,80% merupakan pengaruh dari luar variabel daya tanggap, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi. Sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas daya tanggap dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program non pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Walaupun pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 17,20% tetapi jangan diabaikan, hal ini karena menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008), *responsiveness* mencakup kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan servis secara sigap. Daya tanggap merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Pelayanan yang tanggap juga dipengaruhi oleh sikap staf atau karyawan. Dimana semakin tinggi tingkat daya tanggap (*responsiveness*) staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya.

#### **4. Pengaruh Kualitas Jaminan (*Assurance*) Layanan Informasi Terhadap Calon Mahasiswa.**

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai besar pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,449 dengan indeks determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,202 atau

koefisien determinasi sebesar 20,20%, dengan demikian bahwa besar pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,449 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau pengaruhnya sebesar 20,20%, sedangkan sisanya sebesar 79,80% merupakan pengaruh dari luar kualitas daya tanggap (*assurance*), Dari hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan calon mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas jaminan (*assurance*), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa “Besarnya pengaruh kualitas jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non-Pendas 2014.1 sebesar 0,449 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau pengaruhnya sebesar 20,20%, pengujian ini dengan menggunakan persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 25,849 + 0,547 X_4$ .

Hasil pengujian hipotesis penelitian ke empat mengenai “Kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa”, dengan menggunakan uji t pada taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 5,228, dan Distribusi t tabel sebesar 1,980, hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas pada masa registrasi 2014.1.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung sudah memberikan kepuasan terhadap calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,449), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 20,20%, dan sisanya sebesar 79,80% merupakan pengaruh dari luar variabel jaminan (*assurance*)., tetapi

belum mencapai kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas jaminan dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan, kecakapan, keramahan, kesungguhan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh staf dalam menghadapi konsumen, dan menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008) *assurance* merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan/staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan. Dimana semakin tinggi tingkat jaminan staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapat pelayanan sesuai dengan harapannya.

Handi irawan dalam Syamsi (2008) menyatakan bahwa dimensi keempat dari kualitas jasa yang menentukan kepuasan konsumen adalah *assurance*, yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan *frontline staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggannya, hal ini berarti pelayanan melalui dimensi kualitas jaminan merupakan salah satu faktor yang memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen.

##### **5. Pengaruh Kualitas Empati (*Empathy*) Layanan Informasi Terhadap Calon Mahasiswa.**

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,574 dengan indeks determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,330, atau koefisien determinasi sebesar 33,00%, dengan demikian bahwa besar pengaruh kualitas empati (*empathy*) layanan informasi terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,574 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau pengaruhnya sebesar

33,00%, sedangkan sisanya sebesar 67,00% merupakan pengaruh dari luar kualitas empati (*empathy*). Dari hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan calon mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas empati (*empathy*), dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa “Besarnya pengaruh kualitas empati (*empathy*) terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non-Pendas 2014.1 sebesar 0,574 yang termasuk kategori cukup tinggi, atau pengaruhnya sebesar 33,00%, pengujian ini dengan menggunakan persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 24,318 + 0,747 X_5$ .

Hasil pengujian hipotesis penelitian ke lima mengenai “Kualitas empati (*empathy*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa”, dengan menggunakan uji t pada taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 7,286, dan Distribusi t tabel sebesar 1,980, hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 kualitas empati (*empathy*) layanan informasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas pada masa registrasi 2014.1.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas empati (*empathy*) layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung sudah memberikan kepuasan calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,574), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 33,00%, dan sisanya sebesar 67,00% merupakan pengaruh dari luar variabel empati, tetapi belum termasuk kepada kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas empati dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam

menerima layanan informasi. Hal ini karena menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008) *empathy* mencakup kemudahan melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan. Empati merupakan ketetapan memperdulikan serta perhatian secara pribadi ke pelanggan, atribut pembentuk dimensi empati berupa jam kerja, perhatian didalam pelayanan, menjadikan pelanggan tertarik kepada perusahaan, perhatian pribadi kepada pelanggan, dan memahami kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Kolter (Suwardi; 2011) pelanggan dengan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa atau oleh perusahaan maka pelanggan akan (1) Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain; (2) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. Dimana semakin tinggi tingkat empati staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapat pelayanan sesuai dengan harapannya.

#### **6. Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Secara Bersama (Simultan) Terhadap Calon Mahasiswa.**

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai besar pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,655 dengan indeks determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,429, atau koefisien determinasi sebesar 42,90%, dengan demikian bahwa besar pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 0,655 yang termasuk kategori **tinggi** (0,600 - 0,799), atau pengaruhnya sebesar = 42,90%, yang terdiri dari pengaruh bukti fisik (*tangibles*) sebesar = 10,74%, keandalan (*reliability*) sebesar = 10,10%, daya tanggap (*responseveness*) sebesar = 4,14%, jaminan (*assurance*) sebesar = -7,27% dan pengaruh dari empati (*empathy*) sebesar = 25,20% sedangkan sisanya sebesar = 57,10% merupakan

pengaruh dari luar kualitas layanan informasi yang tidak diteliti, Dari hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan calon mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas layanan informasi secara bersama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa “Besarnya pengaruh kualitas layanan informasi secara bersama terhadap kepuasan calon mahasiswa program Non-Pendas 2014.1 sebesar 0,655 yang termasuk kategori tinggi, atau pengaruhnya sebesar = 42,90%, pengujian ini dengan menggunakan persamaan regresi ganda  $\hat{Y} = 17,188 + 0,350 X_1 + 0,164 X_2 + 0,172 X_3 + (-0,198 X_4) + 0,571 X_5$ .

Hasil pengujian hipotesis penelitian ke dua mengenai “Kualitas layanan informasi secara bersama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa”, dengan menggunakan uji t pada taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 diperoleh nilai sebesar 9,008, dan Distribusi t tabel sebesar 1,980, hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan taraf nyata  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 kualitas layanan informasi secara bersama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan calon mahasiswa program non-pendas pada masa registrasi 2014.1.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di UPBJJ – UT Bandung kualitas seluruh dimensi layanan informasi sudah memberikan kepuasan calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori **tinggi** (0,655), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 42,90%, yang merupakan pengaruh dari dari bukti fisik (*tangibles*) sebesar 10,74%, keandalan (*reliability*) sebesar 10,10%, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 4,14%, jaminan (*assurance*) sebesar 7,27%, dan pengaruh dari empati (*empathy*) sebesar 25,20%, dan sisanya

sebesar 57,10% merupakan pengaruh dari luar layanan informasi yang tidak diteliti seperti latar belakang pendidikan dan tempat tinggal calon mahasiswa, motivasi masuk ke UT. Walaupun secara bersama dimensi kualitas layanan informasi termasuk kategori tinggi, tetapi perlu ditingkatkan lagi kualitas layanan informasi terhadap calon mahasiswa program non-pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena layanan informasi merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi. Menurut Handi Irawan dalam Syamsi (2008) dikatakan bahwa salah satu konsep *service quality* mempunyai 5 dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Dimana layanan informasi dengan melaksanakan kelima dimensi kualitas jasa dengan sebaik mungkin, maka layanan informasi akan mampu memberikan kepuasan calon mahasiswa.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian pada Bab IV mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa Program Non - Pendas Masa Registrasi 2014.1, pada bab ini akan disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas bukti fisik (*tangibles*) layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung yang mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, kelengkapan peralatan komunikasi sudah memberikan kepuasan kepada calon mahasiswa yang termasuk kategori cukup tinggi (0,469) dan memberikan pengaruh kepuasan kepada calon mahasiswa sebesar 22,00%, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi. Walaupun dimensi kualitas bukti fisik termasuk kategori cukup dan memberikan pengaruh 22,00%, tetapi hal ini jangan diabaikan, karena menurut Parasuraman dkk, dalam Yan Hapsari (2008) “Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti langsung yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan”, sehingga calon mahasiswa akan merasa puas apabila kualitas tampilan fisik (*tangibles*) peralatan dan penampilan fasilitas fisik, penampilan pegawai / staf tampak baik, bersih, dan rapih

Faktor yang perlu perhatian dalam meningkatkan layanan informasi pada kualitas bukti fisik yaitu kelengkapan peralatan dan penampilan fasilitas fisik, penampilan pegawai di bagian layanan informasi, dan media informasi yang lengkap serta tersedia setiap saat seperti brosur, katalog, leaflet, kalender akademik, dan penampilan petugas layanan informasi. Dimana kualitas bukti fisik semakin

mendukung, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan semakin meningkat, hal ini karena calon mahasiswa merasa pelayanan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan.

2. Kualitas keandalan (*reliability*) layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung sudah memberikan pengaruh kepada kepuasan calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,558), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 31.10%, sedangkan sisanya sebesar 68,90% merupakan pengaruh dari luar variabel keandalan, tetapi perlu belum mencapai kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas keandalan dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program non pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008) *reliability* mencakup kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara tepat (*accurately*), cepat dan akurat, dan kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*). Dibandingkan dengan keempat dimensi yang lainnya, dimensi ini sering dipersepsi paling penting bagi pelanggan dan berbagai industri jasa. Dimana semakin tinggi tingkat keandalan staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya.
3. Kualitas daya tanggap (*responsiveness*) layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung sudah memberikan kepuasan kepada calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,414), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa hanya sebesar 17,20%, dan sisanya sebesar 82,80% merupakan pengaruh dari luar variabel daya tanggap, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi. Sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas daya tanggap dari staf dalam

memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program non pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Walaupun pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 17,20% tetapi jangan diabaikan, hal ini karena menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008) *responsiveness* mencakup kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan servis secara sigap. Daya tanggap merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Pelayanan yang tanggap juga dipengaruhi oleh sikap staf atau karyawan. Dimana semakin tinggi tingkat daya tanggap (*responsiveness*) staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya.

4. Kualitas jaminan (*assurance*) layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung sudah memberikan kepuasan terhadap calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,449), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 20,20%, dan sisanya sebesar 79,80% merupakan pengaruh dari luar variabel jaminan (*assurance*), tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas jaminan dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan, kecakapan, keramahan, kesungguhan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh staf dalam menghadapi konsumen, dan menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008) *assurance* merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan/staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan. Dimana semakin tinggi tingkat jaminan staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan

meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapat pelayanan sesuai dengan harapannya.

Handi irawan dalam Syamsi (2008) menyatakan bahwa dimensi keempat dari kualitas jasa yang menentukan kepuasan konsumen adalah *assurance*, yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan *frontline staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggannya, hal ini berarti pelayanan melalui dimensi kualitas jaminan merupakan salah satu faktor yang memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen.

5. Kualitas empati (*empathy*) layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung sudah memberikan kepuasan calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi (0,574), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 33,00%, dan sisanya sebesar 67,00% merupakan pengaruh dari luar variabel empati, tetapi belum termasuk kepada kategori sangat tinggi, sehingga perlu ditingkatkan lagi tingkat kualitas empati dari staf dalam memberikan layanan informasi terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena menurut Parasuraman dkk, (Yan Hapsari; 2008) *empathy* mencakup kemudahan melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan. Empati merupakan ketetapan memperdulikan serta perhatian secara pribadi ke pelanggan, atribut pembentuk dimensi empati berupa jam kerja, perhatian didalam pelayanan, menjadikan pelanggan tertarik kepada perusahaan, perhatian pribadi kepada pelanggan, dan memahami kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Kolter (dalam Suwardi, 2011) pelanggan dengan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa atau oleh perusahaan maka pelanggan akan (1) Mengatakan hal yang baik tentang

perusahaan kepada orang lain; (2) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. Dimana semakin tinggi tingkat empati staf layanan informasi, maka tingkat kepuasan calon mahasiswa akan meningkat, hal ini karena calon mahasiswa mendapat pelayanan sesuai dengan harapannya.

6. Kualitas seluruh dimensi layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung sudah memberikan kepuasan calon mahasiswa yang termasuk kedalam kategori tinggi (0,655), dan memberi pengaruh terhadap kepuasan calon mahasiswa sebesar 42,90%, yang merupakan pengaruh dari dari bukti fisik (*tangibles*) sebesar 10,74%, kehandalan (*reliability*) sebesar 10,10%, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 4,14%, jaminan (*assurance*) sebesar 7,27%, dan pengaruh dari empati (*empathy*) sebesar 25,20%, dan sisanya sebesar 57,10% merupakan pengaruh dari luar layanan informasi yang tidak diteliti seperti latar belakang pendidikan dan tempat tinggal calon mahasiswa, motivasi masuk ke UT. Walaupun seluruh dimensi kualitas layanan informasi termasuk kategori tinggi, tetapi perlu ditingkatkan lagi kualitas layanan informasi terhadap calon mahasiswa program non-pendas agar calon mahasiswa merasa puas dalam menerima layanan informasi. Hal ini karena layanan informasi merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi. Menurut Handi Irawan dalam Syamsi (2008) dikatakan bahwa salah satu konsep *service quality* mempunyai 5 dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Dimana layanan informasi dengan melaksanakan kelima dimensi kualitas jasa dengan sebaik mungkin, maka layanan informasi akan mampu memberikan kepuasan calon mahasiswa.

## **B. Rekomendasi**

1. Sehubungan kualitas masing-masing ke lima dimensi dalam layanan informasi di UPBJJ-UT Bandung masih dalam kategori cukup tinggi, belum termasuk kedalam kategori sangat tinggi, maka diperlukan adanya peningkatan kualitas seluruh dimensi pelayanan informasi baik dalam hal penataan sarana dan prasarana, maupun dari seluruh staf layanan informasi agar dapat memberikan kepuasan kepada calon mahasiswa secara optimal.
2. Walaupun kualitas dimensi layanan informasi secara bersama kategori tinggi, namun belum termasuk kategori sangat tinggi, hal ini pun perlu ditingkatkan lagi secara bersama seluruh dimensi, agar kepuasan calon mahasiswa dapat meningkat secara optimal.
3. Untuk penelitian lanjutan, sehubungan penelitian ini hanya menyangkut kualitas layanan informasi dalam penerimaan mahasiswa baru, maka untuk mengetahui kualitas kepuasan baik calon mahasiswa maupun mahasiswa diperlukan juga penelitian secara menyeluruh terhadap aspek kualitas pelayanan di UPBJJ – UT Bandung.

===== *dp* =====

## DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, H. (2008). *Aplikasi Statistika Dan Metode Penelitian Untuk Administrasi & Manajemen*, Bandung: Dewa Ruchi.
- Arsyad, Aisyah. T. (2008). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan "KYZ"*. Tesis, Bogor: Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB [Online] terdapat dalam <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/17859/h08ata.pdf?sequence=3> di unduh tgl 15/01/2013
- Belawati, T. Wardani, I.G.A.K (2012). *Analisis Data dan Penyusunan Laporan dalam Metode Penelitian*. Banten: Universitas Terbuka.
- Furqon, ( 2009 ). *Statistik Terapan Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Hapsari Yan (2008). *Analisis Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Tesis, Tanpa Tempat: Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. [Online] terdapat pada <http://eprints.undip.ac.id/17324/> di unduh tgl. 15/01/2013
- Istianto. I.H., Tyra. M.J. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS) Vol. 1 No. 3 September 2011.
- Kotler, P (2001) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Jakarta: Prehalindi.
- Kristianti, P.A. dkk (2009). *Metode dan Instrumen Pengumpulan Data dalam Metode Penelitian*. Banten: Universitas Terbuka.
- Lupiyoadi, R. (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sa'ud, Udin S. H. (2007). *Modul: Metodologi Peneltian Pendidikan Dasar*, Bandung: Program Magister Pendidikan Dasar Sekolah Pascasarjana, Univeritas Pendidikan Indonesia.
- Sugiyono (2010). *Metodologi Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Afabeta.
- Suwardi. (2011). *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vo. 11 No.1 April 2011.[Online] Terdapat [http://www.polines.ac.id/ragam/index\\_files/.../paper\\_7%20apr\\_2011.pdf](http://www.polines.ac.id/ragam/index_files/.../paper_7%20apr_2011.pdf) diunduh tgl. 5/02/2013

Suwarman, U. (2003). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Syamsi. (2008), Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandar Lampung, dalam Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 5 Nomor 1, April 2008

Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Yoeti, H. Oka (2000). *Customer Service (Cara Efektif Memuaskan Pelanggan)*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

===== dp =====



## Lampiran 1

**INDIKATOR VARIABEL PENELITIAN**

<b>NO.</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>SUB VARIABEL</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>NOMOR SOAL</b>
1	KUALITAS LAYANAN INFORMASI (X)			
		1. Kualitas bukti fisik ( <i>tangibles</i> ) (X <sub>1</sub> )	1.1 Tempat layanan informasi yang memadai (kursi, meja, tempat yang luasa, dll) 1.2. Peralatan tersedia (komputer, printer, kertas, telepon, dll.) 1.3. Penataan fasilitas fisik di tempat informasi menarik 1.4. Media informasi yang lengkap dan informatif (brosur, leaflet, katalog, kalender akademik, formulir registrasi, dll) 1.5. Tempat layanan informasi bersih dan rapih 1.6. Sarana pendukung yang memadai seperti toilet, tempat parkir, dll 1.7. Penampilan staf layanan informasi rapi dan professional	1 s.d. 7
		2. Kualitas keandalan ( <i>reliability</i> ) (X <sub>2</sub> )	2.1. Memberikan informasi secara tepat, cepat dan akurat 2.2. Memberikan informasi secara jelas 2.3. Memberikan informasi yang dapat dipercaya 2.4. Memberikan bimbingan pengisian formulir registrasi dengan jelas 2.5. Kemampuan staf layanan informasi dalam memberikan jawaban dengan baik 2.6. Kemampuan staf layanan informasi dalam	1 s.d. 12

			<p>memberikan bimbingan registrasi pertama dengan tepat dan cepat</p> <p>2.7. Kemampuan staf layanan informasi dalam memberikan layanan informasi secara baik</p> <p>2.8. Penguasaan staf layanan informasi dalam memberikan informasi ke-UT-an secara baik</p> <p>2.9. Memberikan media informasi yang mendukung registrasi pertama</p> <p>2.10. Kemampuan staf layanan informasi dalam membantu permasalahan dengan cepat</p> <p>2.11. Kemampuan staf layanan informasi dalam memberikan informasi dengan menyenangkan</p> <p>2.12. Kemampuan staf layanan informasi dalam menerima keluhan secara cepat</p>	
		3. Kualitas daya tanggap ( <i>responsibility</i> ) ( $X_3$ )	<p>3.1. Cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan</p> <p>3.2. Memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan</p> <p>3.3. Mudah dan siap dalam memberikan informasi yang dibutuhkan</p> <p>3.4. Kemauan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan</p> <p>3.5. Memberikan informasi dengan cepat dan jelas</p>	1 s.d. 5
		4. Kualitas jaminan ( <i>assurance</i> ) ( $X_4$ )	<p>4.1. Kemampuan dan kecakapan dalam menyampaikan informasi yang jelas sesuai dengan yang dibutuhkan</p> <p>4.2. Staf layanan informasi mampu menjawab</p>	1 s.d. 10

			<p>pertanyaan dengan jelas</p> <p>4.3. Staf layanan informasi memberikan layanan dengan ramah</p> <p>4.4. Staf layanan informasi memberikan perhatian dengan sungguh-sungguh kepada calon mahasiswa</p> <p>4.5. Terciptanya suasana kekeluargaan dalam layanan informasi</p> <p>4.6. Tercipanya saling menghormati dalam layanan informasi</p> <p>4.7. Terciptanya citra UT yang baik dalam masyarakat</p> <p>4.8. Staf layanan informasi memberikan keterbukaan dalam menyampaikan informasi</p> <p>4.9. Staf layanan informasi memberikan rasa percaya kepada calon mahasiswa</p> <p>4.10. Staf layanan informasi menimbulkan keyakinan kepada calon mahasiswa</p>	
		5. Kualitas empati ( <i>emphaty</i> ) (X <sub>5</sub> )	<p>5.1. Memberikan kemudahan dalam layanan informasi yang dibutuhkan</p> <p>5.2. Memberikan perhatian secara sungguh-sungguh kepada calon mahasiswa</p> <p>5.3. Memberikan dorongan kepada calon mahasiswa</p> <p>5.4. Memberikan layanan informasi melalui telepon</p> <p>5.5. Memberikan pemahaman yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa</p> <p>5.6. Memberikan rasa tertarik menjadi mahasiswa</p> <p>5.7. Terjalin hubungan yang akrab dalam layanan informasi</p> <p>5.8. Terjalannya komunikasi yang baik dalam layanan informasi, baik secara langsung maupun melalui</p>	1 s.d. 8

			telepon	
2	KEPUASAN CALON MAHASISWA (Y)			
		1. Kualitas produk	1.1. Staf layanan informasi memberikan informasi yang lengkap sesuai yang dibutuhkan 1.2. Kelengkapan media informasi untuk registrasi sesuai dengan kebutuhan calon mahasiswa	1,2
		2. Kualitas pelayanan	2.1. Menurut saya, staf layanan informasi memberikan kepuasan sesuai dengan yang dibutuhkan 2.2. Secara umum, staf layanan informasi memberikan pelayanan yang baik	3,4
		3. Emosional	3.1. Staf layanan informasi menanggapi keluhan dengan sungguh-sungguh 3.2. Staf layanan secara cepat memberikan tanggapan dengan baik dalam melayani calon mahasiswa 3.3. Staf layanan informasi menumbuhkan pencitraan UT yang baik di masyarakat 3.4. Staf layanan informasi memberikan keterbukaan dan rasa percaya kepada calon mahasiswa	5,6,7,8
		4. Harga	4.1. Pembiayaan di UT relatif murah 4.2. Memberikan pilihan dalam pembiayaan pendidikan	9,10
		5. Biaya	5.1. Memberikan kemudahan dalam cara pembiayaan SPP 5.2. Pembiayaan dengan	11,12

			Uang Kuliah Tunggal (UKT) meringankan calon mahasiswa	
--	--	--	---	--

Lampiran 2

## ANGKET/KUESIONER

Kepada  
Yth. Sdr. Mahasiswa Baru Universitas Terbuka  
Di  
Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

Untuk melihat kualitas layanan informasi di UPBJJ – UT Bandung, maka kami mengadakan penelitian dengan melalui angket kepada mahasiswa yang meregistrasi pertamanya 2014.1

Informasi yang diberikan kepada kami sangat berarti, oleh karena itu kami sangat mengharapkan bantuan Saudara untuk mengisi/menjawab angket dan mengembalikan lagi kepada kami.

Judul penelitian ini tentang :

**“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Informasi terhadap Kepuasan Calon Mahasiswa” (Survey terhadap calon mahasiswa program Non-Pendas di UPBJJ – UT Bandung masa registrasi 2014.1)**

Jawaban Saudara yang diberikan pada angket ini tidak ada pengaruhnya kepada Saudara sebagai mahasiswa, artinya jawaban pada angket ini tidak ada kaitannya dengan nilai yang diperoleh pada hasil UAS nanti. Identitas responden pada angket ini juga bersifat tertutup, sehingga identitas responden akan dirahasiakan.

Atas jawaban yang diberikan, kami sampaikan ucapkan terima kasih.

Bandung, Februari 2014

Didi Permana, Moh. Taufik

**Petunjuk Pengisian :**

1. Identitas Responden

Jawablah pertanyaan/ Pernyataan di bawah ini dengan mengisi titik-titik yang ada atau dengan memberikan tanda silang ( X ) pada jawaban yang di pilih.

- A. N a m a : .....
- B. NIM : .....
- C. Program Studi : .....
- D. Usia : ..... Tahun
- E. Registrasi melalui : a. UPBJJ-UT Bandung, b. Perluasan c. *Online*

2. Pertanyaan/ pernyataan mengenai kualitas layanan informasi dan kepuasan calon mahasiswa

Jawablah pertanyaan/ pernyataan di bawah ini dengan cara memberi tanda silang ( X ) pada jawaban yang dianggap Anda benar

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Pengukuran kualitas layanan informasi dan kepuasan calon mahasiswa

NO.	PERTANYAAN / PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
	<b>1. BUKTI FISIK (TANGIBLES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Menurut anda kelengkapan tempat layanan informasi sudah memadai (kursi, meja, tempat yang leluasa, dll)					
2	Menurut anda peralatan di layanan informasi sudah lengkap, seperti komputer, printer, kertas, telepon, dll.					
3	Menurut Anda penataan fasilitas fisik di tempat informasi menarik					
4	Menurut anda media informasi yang dibutuhkan lengkap dan informatif seperti brosur, leaflet,					

	katalog, kalender akademik, formulir registrasi, dll					
5	Menurut anda tempat layanan informasi bersih dan rapih					
6	Menurut anda sarana pendukung di sekitar layanan informasi seperti toilet, tempat parkir, dll sudah memadai					
7	Menurut anda penampilan staf layanan informasi rapi dan profesional					
	<b>2. KEANDALAN (RELIABILITY)</b>					
1	Staf layanan informasi memberikan informasi secara tepat, cepat dan akurat					
2	Menurut anda staf layanan informasi memberikan informasi secara jelas					
3	Menurut anda staf layanan informasi memberikan informasi yang dapat dipercaya					
4	Menurut anda staf layanan informasi memberikan bimbingan pengisian formulir registrasi dengan jelas					
5	Staf layanan informasi memiliki kemampuan memberikan jawaban dengan baik					
6	Staf layanan informasi memiliki kemampuan dalam memberikan bimbingan registasi pertama dengan tepat dan cepat					
7	Staf layanan informasi memiliki kemampuan memberikan layanan informasi secara baik					
8	Penguasaan staf layanan informasi dalam memberikan informasi ke- UT-an secara baik					
9	Menurut anda staf layanan informasi memberikan media informasi yang mendukung registrasi pertama					
10	Menurut anda staf layanan informasi memiliki kemampuan membantu permasalahan dengan cepat					
11	Menurut anda staf layanan informasi memiliki kemampuan memberikan informasi dengan menyenangkan					
12	Kemampuan staf layanan informasi dalam menerima keluhan secara cepat					
	<b>3. DAYA TANGGAP (RESPONSIVENES)</b>					
1	Cepat dan tanggap staf layanan informasi dalam menanggapi keluhan calon mahasiswa					
2	Staf layanan informasi memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan calon mahasiswa					
3	Staf layanan informasi kemudahan dan siap dalam melayani dibutuhkan calon mahasiswa					
4	Kemauan staf layanan informasi dalam memberikan informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa					



5	Memberikan informasi dengan cepat dan jelas kepada calon mahasiswa					
	<b>4. JAMINAN (ASSURANCE)</b>					
1	Kemampuan dan kecakapan staf layanan informasi dalam menyampaikan informasi dengan jelas sesuai dengan yang dibutuhkan					
2	Staf layanan informasi mampu menjawab pertanyaan dengan jelas					
3	Staf layanan informasi memberikan layanan dengan ramah					
4	Staf layanan informasi memberikan perhatian dengan sungguh-sungguh kepada calon mahasiswa					
5	Terciptanya suasana kekeluargaan dalam layanan informasi					
6	Tercipanya saling menghormati dalam layanan informasi					
7	Staf layanan informasi memberikan citra UT yang baik dalam masyarakat					
8	Staf layanan informasi memberikan keterbukaan dalam menyampaikan informasi					
9	Staf layanan informasi memberikan rasa percaya kepada calon mahasiswa					
10	Staf layanan informasi menimbulkan keyakinan kepada calon mahasiswa					
	<b>5. EMPATI (EMPATY)</b>					
1	Memberikan kemudahan dalam layanan informasi yang dibutuhkan					
2	Memberikan perhatian secara sungguh-sungguh kepada calon mahasiswa					
3	Memberikan dorongan kepada calon mahasiswa					
4	Memberikan layanan informasi melalui telepon					
5	Memberikan pemahaman yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa					
6	Memberikan rasa tertarik menjadi mahasiswa					
7	Terjalin hubungan yang akrab staf layanan informasi dengan calon mahasiswa					
8	Terjalannya komunikasi yang baik antara staf informasi dengan calon mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui telepon					
	<b>6. KEPUASAN CALON MAHASISWA</b>					
1	Staf layanan informasi memberikan informasi yang lengkap sesuai yang dibutuhkan kepada calon					

	mahasiswa					
2	Kelengkapan media informasi untuk registrasi sesuai dengan kebutuhan calon mahasiswa					
3	Staf layanan informasi mempunyai penguasaan materi untuk memberikan kepuasan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa					
4	Secara umum staf layanan informasi mampu memberikan pelayanan dengan yang baik terhadap calon mahasiswa					
5	Staf layanan informasi menanggapi keluhan dengan sungguh-sungguh terhadap calon mahasiswa					
6	Staf layanan informasi secara cepat memberikan tanggapan dengan baik dalam melayani calon mahasiswa					
7	Staf layanan informasi menumbuhkan pencitraan UT yang baik di masyarakat					
8	Staf layanan informasi memberikan keterbukaan dan rasa percaya kepada calon mahasiswa					
9	Pembiayaan pendidikan di UT relatif murah					
10	Pembiayaan pendidikan di UT memberikan beberapa pilihan yang meringankan calon mahasiswa					
11	Pembayaran dalam pembiayaan pendidikan di UT sangat mudah					
12	Pembiayaan pendidikan dengan Uang Kuliah Tunggal (UKT) meringankan calon mahasiswa					

Saran dan komentar Saudara untuk meningkatkan kualitas layanan informasi UPBJJ – UT Bandung masa yang akan datang

.....

.....

.....

.....

.....

**TERIMA KASIH ATAS BANTUAN DAN  
KERJASAMANYA**

Lampiran 3

**PEMANFAATAN DANA PENELITIAN**

NO.	URAIAN PEMANFAATAN	JUMLAH
1.	Honor Peneliti (2 orang)	Rp. 7.000.000,-
2.	Pembelian Bahan Pustaka dan Peralatan	Rp. 4.000.000,-
3.	Transport Uji Coba Instrumen	Rp. 500.000,-
4.	Perjalanan Penyebaran Angket	Rp. 500.000,-
5.	Penyusunan dan Penggandaan Laporan	Rp. 1.400.000,-
6.	Konsultasi Penyusunan Angket	Rp. 750.000,-
7.	Konsultasi Pengolahan Data Penelitian	Rp. 750.000,-
	Jumlah	Rp. 15.000.000,-

Lampiran 4  
Data Hasil Uji Coba

No. Resp.	1. Tangibles							Σ	2. Reliability												Σ
	1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	3	4	4	2	3	24	2	3	4	4	2	4	3	2	2	3	2	4	35
2	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	42
3	4	4	3	5	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	5	4	4	4	30	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51
5	4	3	3	5	4	5	5	29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
6	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	42
8	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	4	3	5	4	4	4	28	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	45
10	4	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
11	3	3	3	3	3	3	3	21	5	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	49
12	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
13	4	4	4	5	5	5	4	31	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	42
14	2	3	3	2	4	4	4	22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	49
15	2	3	3	4	3	3	2	20	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	45
16	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	57
17	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	3	4	2	4	4	4	4	25	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	43
19	5	5	5	4	4	4	3	30	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
20	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	54
	75	78	71	82	78	77	75		80	75	83	79	73	76	80	73	75	77	80	80	

3. Responsiveness						4. Assurance										
1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ
2	4	2	4	4	16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
3	3	3	3	3	15	4	2	2	4	4	4	3	4	2	4	33
4	3	4	3	3	17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
3	2	2	3	3	13	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	40
3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
4	4	5	4	4	21	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	37
5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	45
4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
4	3	4	4	4	19	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	4	18	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	40
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	34
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
71	72	78	77	77		77	75	78	79	80	80	82	85	80	80	

5. Empati ( <i>Empathy</i> )									6. Kepuasan													
1	2	3	4	5	6	7	8	Σ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Σ	
4	2	4	2	4	4	4	4	<b>28</b>	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	<b>24</b>	
2	4	3	3	2	3	4	4	<b>25</b>	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	<b>26</b>	
4	3	3	4	3	3	3	3	<b>26</b>	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	<b>29</b>	
4	4	4	4	3	2	3	4	<b>28</b>	3	2	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>31</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>34</b>	
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>	
4	3	3	4	4	3	2	3	<b>26</b>	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	<b>26</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	<b>30</b>	
4	4	4	3	4	4	4	4	<b>31</b>	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>32</b>	
4	3	4	4	4	5	4	4	<b>32</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>39</b>	
5	4	3	4	4	3	3	5	<b>31</b>	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	<b>34</b>	
3	2	3	4	3	3	2	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>35</b>	
5	5	5	5	4	5	5	4	<b>38</b>	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>37</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	
3	4	4	4	3	3	5	4	<b>30</b>	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>34</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	<b>28</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	<b>28</b>	
3	4	4	4	4	3	4	4	<b>30</b>	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	<b>30</b>	
4	4	4	3	3	3	3	3	<b>27</b>	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	<b>28</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	<b>30</b>	
<b>78</b>	<b>75</b>	<b>77</b>	<b>77</b>	<b>74</b>	<b>73</b>	<b>75</b>	<b>79</b>		<b>73</b>	<b>68</b>	<b>80</b>	<b>81</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>88</b>	<b>81</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>79</b>		

**Lampiran 5 : Tabel Hasil Pengujian Validitas**

**Tabel 5.1**  
**Hasil Pengujian Validitas Konstruks Variabel Bentuk Fisik (*Tangibles*)**

No. Item Pert.	Koefisien korelasi ( r hitung)	r kritis	Harga r tabel (5%) (18)	Keputusan
1	0,641	0,30	0,46	Valid/tinggi
2	0,597	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
3	0,512	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
4	0,540	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
5	0,614	0,30	0,46	Valid/tinggi
6	0,573	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
7	0,517	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi

**Tabel 5.2**  
**Hasil Pengujian Validitas Konstruks Variable Kehandalan (*Reliability*)**

No. Item Pert.	Koefisien korelasi ( r hitung)	r kritis	Harga r tabel (5%) (18)	Keputusan
1	0,803	0,30	0,46	Valid/sangat tinggi
2	0,553	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
3	0,579	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
4	0,559	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
5	0,703	0,30	0,46	Valid/tinggi
6	0,532	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
7	0,583	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
8	0,572	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
9	0,599	0,30	0,46	Valid/tinggi
10	0,521	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
11	0,525	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
12	0,525	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi

**Tabel 5.3**  
**Hasil Pengujian Validitas Konstruks Variable Daya Tanggap**  
**(Responiveness)**

No. Item Pert.	Koefisien korelasi ( r hitung)	r kritis	Harga r tabel (5%) (18)	Keputusan
1	0,630	0,30	0,46	Valid/tinggi
2	0,737	0,30	0,46	Valid/tinggi
3	0,732	0,30	0,46	Valid/tinggi
4	0,689	0,30	0,46	Valid/ tinggi
5	0,520	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi

**Tabel 5.4**  
**Hasil Pengujian Validitas Konstruks Variable Jaminan (Assurance)**

No. Item Pert.	Koefisien korelasi ( r hitung)	r kritis	Harga r tabel (5%) (18)	Keputusan
1	0,464	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
2	0,503	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
3	0,819	0,30	0,46	Valid/sangat tinggi
4	0,497	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
5	0,570	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
6	0,782	0,30	0,46	Valid/tinggi
7	0,689	0,30	0,46	Valid/tinggi
8	0,652	0,30	0,46	Valid/tinggi
9	0,635	0,30	0,46	Valid/tinggi
10	0,535	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi



**Tabel 5. 5**  
**Hasil Pengujian Validitas Konstruks Variable Empati (*Empathy*)**

No. Item Pert.	Koefisien korelasi ( r hitung)	r kritis	Harga r tabel (5%) (18)	Keputusan
1	0,537	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
2	0,584	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
3	0,785	0,30	0,46	Valid/tinggi
4	0,469	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
5	0,666	0,30	0,46	Valid/tinggi
6	0,674	0,30	0,46	Valid/tinggi
7	0,625	0,30	0,46	Valid/tinggi
8	0,486	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi

**Tabel 5.6**  
**Hasil Pengujian Validitas Konstruks Variabel Kepuasan**

No. Item Pert.	Koefisien korelasi ( r hitung)	r kritis	Harga r tabel (5%) (18)	Keputusan
1	0,462	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
2	0,655	0,30	0,46	Valid/tinggi
3	0,459	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
4	0,487	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
5	0,622	0,30	0,46	Valid/tinggi
6	0,879	0,30	0,46	Valid/sangattinggi
7	0,808	0,30	0,46	Valid/sangat tinggi
8	0,807	0,30	0,46	Valid/sangat tinggi
9	0,487	0,30	0,46	Valid/cukup tinggi
10	0,622	0,30	0,46	Valid /tinggi
11	0,879	0,30	0,46	Valid/Sangat tinggi
12	0,808	0,30	0,46	Valid/Sangat tinggi

Tabel Hasil Pengolahan SPSS

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	23.05	7.734	.641	.677	.786
No.2	22.90	8.200	.597	.539	.795
No.3	23.25	8.303	.512	.702	.809
No.4	22.70	7.800	.540	.518	.806
No.5	22.90	8.516	.614	.482	.795
No.6	22.95	8.155	.573	.740	.798
No.7	23.05	8.471	.517	.742	.807

2

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	42.60	18.042	.803	.935	.859
No.2	42.85	19.503	.553	.961	.876
No.3	42.45	21.418	.579	.766	.877
No.4	42.65	20.661	.559	.831	.875
No.5	42.95	19.524	.703	.920	.867
No.6	42.75	19.882	.532	.933	.877
No.7	42.60	20.253	.583	.976	.874
No.8	42.95	20.155	.572	.906	.874
No.9	42.85	19.713	.599	.815	.873
No.10	42.75	20.408	.521	.946	.877
No.11	42.60	20.042	.525	.938	.877
No.12	42.60	20.042	.525	.930	.877

3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	15.20	4.274	.630	.705	.813
No.2	15.15	4.029	.737	.631	.779
No.3	14.85	3.924	.732	.683	.782
No.4	14.90	4.726	.689	.582	.797
No.5	14.90	5.779	.520	.610	.846

4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	35.95	17.839	.464	.760	.879
No.2	36.05	16.997	.503	.667	.878
No.3	35.90	15.358	.819	.957	.852
No.4	35.85	17.187	.497	.790	.878
No.5	35.80	16.589	.570	.520	.873
No.6	35.80	16.589	.782	.913	.859
No.7	35.70	16.011	.689	.681	.863
No.8	35.55	17.208	.652	.659	.867
No.9	35.80	16.695	.635	.918	.868
No.10	35.80	17.642	.535	.834	.875

5.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	26.50	12.579	.537	.642	.843
No.2	26.65	12.029	.584	.662	.838
No.3	26.55	12.261	.785	.755	.818
No.4	26.55	13.103	.469	.405	.850
No.5	26.70	12.326	.666	.707	.828
No.6	26.75	11.461	.674	.717	.826
No.7	26.65	11.503	.625	.827	.834
No.8	26.45	13.734	.486	.382	.849

6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	43.60	39.411	.462	.	.916
No.2	43.85	37.397	.655	.	.907
No.3	43.25	42.303	.459	.	.914
No.4	43.20	42.589	.487	.	.914
No.5	43.30	40.116	.622	.	.908
No.6	43.30	34.011	.879	.	.894
No.7	43.30	34.221	.808	.	.899
No.8	42.85	38.871	.807	.	.902
No.9	43.20	42.589	.487	.	.914
No.10	43.30	40.116	.622	.	.908
No.11	43.30	34.011	.879	.	.894
No.12	43.30	34.221	.808	.	.899

Lampiran 6

Tabel Data Hasil Angket

No. Resp	1. TANGIBLES								2. RELIABILITY												
	1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	4	4	5	4	5	<b>30</b>	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>52</b>
2	4	4	4	4	5	4	5	<b>30</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>53</b>
3	3	3	3	3	3	2	3	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	4	5	4	4	4	3	4	<b>28</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>50</b>
5	4	4	3	4	4	4	3	<b>26</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	<b>44</b>
6	3	4	4	4	4	5	5	<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	<b>44</b>
7	5	4	4	4	5	4	4	<b>30</b>	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	<b>44</b>
8	5	5	4	5	4	4	3	<b>30</b>	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	<b>43</b>
9	4	4	3	4	4	4	4	<b>27</b>	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
10	4	4	3	4	5	4	4	<b>28</b>	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	<b>53</b>
11	4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	<b>36</b>
12	5	4	5	5	5	4	4	<b>32</b>	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	3	<b>51</b>
13	4	4	4	5	4	4	4	<b>29</b>	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	<b>51</b>
14	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>55</b>
15	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>48</b>
16	5	4	3	4	5	4	4	<b>29</b>	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	<b>44</b>
17	3	3	4	3	4	3	3	<b>23</b>	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	<b>40</b>
18	4	4	4	4	5	3	3	<b>27</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	<b>44</b>
19	4	2	3	2	2	3	4	<b>20</b>	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	<b>50</b>
20	5	4	3	1	5	5	4	<b>27</b>	5	4	3	5	2	1	5	5	5	4	3	3	<b>45</b>
21	5	4	4	5	4	5	4	<b>31</b>	5	5	5	3	5	4	5	4	4	3	4	5	<b>52</b>
22	5	3	3	4	5	3	4	<b>27</b>	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5	3	<b>47</b>
23	4	3	4	5	5	4	4	<b>29</b>	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>54</b>
24	3	4	4	4	4	4	4	<b>27</b>	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	<b>44</b>
25	4	4	5	4	5	4	5	<b>31</b>	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>58</b>
26	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	<b>48</b>
27	4	4	4	4	4	5	5	<b>30</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
28	4	4	3	3	3	3	4	<b>24</b>	4	4	3	3	3	3	5	3	4	3	4	5	<b>44</b>
29	3	4	3	4	4	4	3	<b>25</b>	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	<b>43</b>
30	2	4	2	5	5	4	4	<b>26</b>	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	<b>51</b>
31	5	5	4	5	4	4	4	<b>31</b>	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>52</b>
32	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>49</b>
33	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
34	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
35	5	5	5	5	5	4	5	<b>34</b>	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	<b>53</b>
36	5	3	5	5	5	4	4	<b>31</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>

37	4	4	3	4	4	4	5	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
38	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
39	2	4	4	4	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
40	3	3	3	4	4	4	4	<b>25</b>	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	<b>42</b>
41	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	<b>53</b>
42	4	3	4	4	4	4	4	<b>27</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>47</b>
43	4	4	4	4	5	4	4	<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
44	4	3	4	4	4	4	4	<b>27</b>	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	<b>43</b>
45	4	4	4	4	4	5	5	<b>30</b>	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	<b>48</b>
46	4	4	4	4	5	4	4	<b>29</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
47	3	4	5	4	4	3	4	<b>27</b>	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	<b>41</b>
48	4	4	4	4	3	3	4	<b>26</b>	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	<b>53</b>
49	4	4	4	3	5	4	3	<b>27</b>	4	3	3	5	4	5	4	3	3	4	3	<b>44</b>
50	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	<b>41</b>
51	4	2	2	4	5	4	3	<b>24</b>	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	<b>41</b>
52	4	4	3	5	4	4	5	<b>29</b>	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	<b>51</b>
53	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>47</b>
54	4	4	4	5	5	3	4	<b>29</b>	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	<b>53</b>
55	4	3	3	3	4	4	3	<b>24</b>	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	<b>42</b>
56	4	4	3	3	4	3	4	<b>25</b>	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	<b>43</b>
57	5	5	5	5	5	5	4	<b>34</b>	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	<b>53</b>
58	4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>51</b>
59	5	4	4	5	4	5	5	<b>32</b>	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>52</b>
60	4	5	3	5	5	5	4	<b>31</b>	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	<b>55</b>
61	4	4	4	5	5	3	4	<b>29</b>	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	<b>53</b>
62	4	3	3	3	4	4	3	<b>24</b>	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	<b>42</b>
63	4	4	3	3	4	3	4	<b>25</b>	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	<b>43</b>
64	5	4	5	5	4	4	4	<b>31</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	<b>48</b>
65	4	3	4	4	5	4	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
66	3	3	4	3	2	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>46</b>
67	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	<b>51</b>
68	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
69	4	4	4	4	4	3	3	<b>26</b>	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	<b>44</b>
70	4	4	4	2	4	4	3	<b>25</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>47</b>
71	3	2	3	3	3	4	3	<b>21</b>	3	4	4	4	2	3	3	4	3	2	3	<b>38</b>
72	5	4	4	5	4	4	3	<b>29</b>	2	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	<b>40</b>
73	4	5	4	5	5	4	5	<b>32</b>	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>57</b>
74	4	4	4	4	4	5	5	<b>30</b>	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	<b>55</b>
75	3	2	3	4	4	4	4	<b>24</b>	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	<b>34</b>
76	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
77	5	4	4	4	5	5	4	<b>31</b>	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>51</b>

78	4	4	4	4	4	3	4	<b>27</b>	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	<b>51</b>
79	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	<b>40</b>
80	4	4	3	3	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
81	4	4	3	4	4	4	4	<b>27</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
82	4	3	4	3	4	4	4	<b>26</b>	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	<b>44</b>
83	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	<b>44</b>
84	4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
85	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>	3	3	4	3	3	5	3	3	4	3	4	4	<b>42</b>
86	4	4	3	3	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
87	4	4	3	4	3	4	3	<b>25</b>	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	<b>44</b>
88	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	<b>45</b>
89	4	4	3	3	4	4	4	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
90	3	3	4	3	4	4	3	<b>24</b>	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	<b>45</b>
91	3	4	4	3	4	4	4	<b>26</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>45</b>
92	4	4	4	3	4	4	3	<b>26</b>	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	<b>45</b>
93	3	4	4	3	4	4	3	<b>25</b>	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	<b>44</b>
94	4	4	3	3	4	3	4	<b>25</b>	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	<b>43</b>
95	5	5	5	5	5	5	4	<b>34</b>	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	<b>53</b>
96	4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>51</b>
97	5	4	4	5	4	5	5	<b>32</b>	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	<b>52</b>
98	4	5	3	5	5	5	4	<b>31</b>	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	<b>55</b>
99	4	4	4	5	5	3	4	<b>29</b>	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	<b>53</b>
100	4	3	3	3	4	4	3	<b>24</b>	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	<b>42</b>
101	4	4	3	3	4	3	4	<b>25</b>	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	<b>43</b>
102	5	4	5	5	4	4	4	<b>31</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	<b>48</b>
103	4	3	4	4	5	4	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
104	3	3	4	3	2	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	<b>46</b>
105	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	<b>51</b>
106	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
107	4	4	4	4	4	3	3	<b>26</b>	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	<b>44</b>
108	4	4	4	2	4	4	3	<b>25</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>47</b>
109	3	2	3	3	3	4	3	<b>21</b>	3	4	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	<b>38</b>
110	5	4	4	5	4	4	3	<b>29</b>	2	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	<b>40</b>

3. RESPONSIVENESS						4. ASSURANCE											5. EMPATHY							
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8
4	4	5	4	5	<b>22</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	<b>43</b>	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	<b>24</b>	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>47</b>	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	4	4	<b>17</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	<b>44</b>	3	4	5	4	5	4	4	4
3	3	3	3	4	<b>16</b>	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	<b>38</b>	4	3	4	3	4	3	3	3
3	4	4	3	3	<b>17</b>	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	<b>39</b>	4	3	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	<b>38</b>	4	3	3	3	4	4	3	3
5	4	4	3	5	<b>21</b>	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>47</b>	5	5	4	4	3	3	3	3
4	3	4	3	4	<b>18</b>	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	<b>37</b>	4	4	3	4	4	3	4	4
5	5	4	5	4	<b>23</b>	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	<b>45</b>	4	5	5	4	5	5	4	4
3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	<b>35</b>	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	5	4	4	<b>21</b>	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>	4	4	4	5	5	4	4	4
4	3	4	4	4	<b>19</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	<b>42</b>	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	<b>14</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	<b>36</b>	3	3	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	3	<b>17</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>43</b>	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	<b>18</b>	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	4	5	<b>19</b>	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	<b>39</b>	4	3	5	5	4	4	4	4
2	3	3	3	5	<b>16</b>	5	5	4	3	3	2	3	2	5	1	<b>33</b>	5	5	5	4	2	3	3	5
4	4	5	4	5	<b>22</b>	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	<b>43</b>	5	4	5	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	<b>19</b>	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	3	4	3	3	3
5	5	5	4	5	<b>24</b>	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>47</b>	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	3	4	<b>19</b>	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>37</b>	4	4	4	4	4	3	4	4
4	5	5	5	5	<b>24</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	<b>44</b>	4	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	5	3	<b>18</b>	4	4	4	4	3	3	5	4	5	3	<b>39</b>	4	4	4	3	4	5	3	3
3	4	4	4	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	2	3	<b>16</b>	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5	<b>43</b>	3	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	<b>43</b>	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>	5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	<b>21</b>	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	<b>43</b>	4	4	5	5	4	4	5	5
3	3	5	5	5	<b>21</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>	5	5	5	3	5	5	5	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>	4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4



4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>38</b>	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	<b>37</b>	4	4	3	3	4	3	4	3
5	4	4	4	5	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	<b>42</b>	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	3	3	<b>17</b>	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	<b>37</b>	4	3	3	4	4	4	4	4
3	3	4	3	5	<b>18</b>	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>48</b>	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	<b>43</b>	4	5	4	5	4	5	4	4
2	2	2	2	3	<b>11</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	4	5	3	4	4
3	3	3	4	4	<b>17</b>	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>38</b>	4	3	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	<b>41</b>	5	3	4	4	5	3	4	4
3	3	3	3	4	<b>16</b>	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	<b>32</b>	4	3	3	3	4	3	4	4
4	4	4	5	4	<b>21</b>	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	<b>43</b>	4	5	5	4	4	4	5	3
3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	<b>33</b>	4	3	3	4	3	4	3	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	<b>42</b>	4	3	3	4	5	4	4	5
3	4	3	3	4	<b>17</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	<b>37</b>	3	3	4	4	4	4	2	2
3	3	4	4	5	<b>19</b>	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	<b>41</b>	4	4	4	3	5	4	4	4
3	3	4	3	3	<b>16</b>	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>	4	4	4	3	4	4	3	3
3	4	4	4	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>	4	4	4	3	4	4	5	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	3	4	3	3	4
3	4	4	4	4	<b>19</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>	4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>	4	3	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	<b>33</b>	3	3	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	<b>34</b>	3	2	2	3	3	2	2	3
4	3	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>	3	3	3	2	3	4	4	4
5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	<b>44</b>	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	<b>43</b>	5	4	5	3	4	5	4	4
3	3	2	3	3	<b>14</b>	3	5	2	4	3	3	3	3	3	2	<b>31</b>	4	3	3	2	3	2	3	2
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>41</b>	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>	4	5	5	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	5	5	4	5	4	4	5	4
3	3	4	3	3	<b>16</b>	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	<b>35</b>	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>41</b>	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	4	5	4	4	<b>42</b>	4	4	5	3	4	4	4
3	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	3
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	4	5	4	4	<b>42</b>	4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	4	5	4	4	<b>42</b>	4	4	5	3	4	4	4
4	5	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>41</b>	4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	4	5	4	4	<b>42</b>	4	4	5	3	4	4	4
3	4	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>	4	4	5	3	4	4	4
4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	3	4	5	4	3	<b>40</b>	4	4	5	3	4	3	4
3	4	4	4	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	4	5	<b>24</b>	4	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>48</b>	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	5	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	5	4	4	4	<b>42</b>	5	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	<b>22</b>	4	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>45</b>	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>	4	3	4	1	4	5	5
3	3	4	4	5	<b>19</b>	3	4	5	5	4	4	3	4	4	<b>41</b>	4	4	4	3	5	4	4
3	3	4	3	3	<b>16</b>	3	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>38</b>	4	4	4	3	4	4	3
3	4	4	4	3	<b>18</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>39</b>	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>41</b>	4	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	<b>19</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>	4	5	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>42</b>	4	3	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	3	3	3	2	3	4	4	4	<b>33</b>	3	3	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	<b>18</b>	4	4	3	3	3	4	3	4	3	<b>34</b>	3	2	2	3	3	2	3
4	3	4	4	4	<b>19</b>	4	3	4	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>	3	3	3	2	3	4	4

<b>6. KEPUASAN</b>												
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>53</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	<b>51</b>
3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	<b>39</b>
4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	<b>47</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>49</b>
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>57</b>
3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	<b>39</b>
5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	4	4	<b>53</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	<b>51</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
3	3	3	3	2	4	3	4	2	4	4	3	<b>38</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>47</b>
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	<b>48</b>
3	4	4	3	2	3	2	3	4	4	3	5	<b>40</b>
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	<b>54</b>
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	<b>52</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>50</b>
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	<b>51</b>
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>57</b>
4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	<b>43</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	3	4	4	3	2	3	4	5	5	5	5	<b>47</b>
4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>56</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	<b>55</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>59</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>52</b>
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	<b>53</b>
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	<b>58</b>
4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>

4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	<b>43</b>
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	<b>43</b>
4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	<b>55</b>
5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	<b>53</b>
4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	<b>44</b>
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	<b>41</b>
4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	<b>44</b>
4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	<b>41</b>
3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	<b>53</b>
4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	<b>43</b>
5	5	3	5	4	4	3	2	4	4	4	4	<b>47</b>
2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	<b>40</b>
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	<b>51</b>
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	<b>52</b>
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>51</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>48</b>
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	<b>51</b>
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	<b>46</b>
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	<b>41</b>
3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	5	<b>41</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>49</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>47</b>

4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>47</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>49</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>47</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>49</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	<b>45</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>49</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	<b>44</b>
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	<b>42</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	<b>52</b>
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>51</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>48</b>
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	<b>51</b>
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	<b>46</b>
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	<b>41</b>
3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	5	<b>41</b>

Lampiran 7

Tabel Hasil Pengolahan Data Angket

1.

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan

Correlations

		Kepuasan	Tangibles
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.469
	Tangibles	.469	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000
	Tangibles	.000	.
N	Kepuasan	110	110
	Tangibles	110	110

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.213	3.982	.220	30.511	1	108	.000

a. Predictors: (Constant), Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	483.727	1	483.727	30.511	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1712.237	108	15.854		
	Total	2195.964	109			

a. Predictors: (Constant), Tangibles

**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.389	3.574		7.944	.000
	Tangibles	.715	.130	.469	5.524	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model		Tangibles	
1	Correlations	Tangibles	1.000
	Covariances	Tangibles	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan

2.

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reliability <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan

**Correlations**

		Kepuasan	Reliability
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.558
	Reliability	.558	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan		.000
	Reliability	.000	
N	Kepuasan	110	110
	Reliability	110	110

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.558 <sup>a</sup>	.311	.304	3.743	.311	48.709	1	108	.000

a. Predictors: (Constant), Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	682.558	1	682.558	48.709	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1513.406	108	14.013		
	Total	2195.964	109			

a. Predictors: (Constant), Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan

**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.116	3.443		7.004	.000
	Reliability	.505	.072	.558	6.979	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model		Reliability
1	Correlations Reliability	1.000
	Covariances Reliability	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan

3

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Responsiveness <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan



### Correlations

		Kepuasan	Responsiveness
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.414
	Responsiveness	.414	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000
	Responsiveness	.000	.
N	Kepuasan	110	110
	Responsiveness	110	110

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.414 <sup>a</sup>	.172	.164	4.104	.172	22.370	1	108	.000

a. Predictors: (Constant), Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.804	1	376.804	22.370	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1819.159	108	16.844		
	Total	2195.964	109			

a. Predictors: (Constant), Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.113	2.966		11.502	.000
	Responsiveness	.711	.150	.414	4.730	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

**Correlations**

		Kepuasan	Empathy
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.574
	Empathy	.574	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000
	Empathy	.000	.
N	Kepuasan	110	110
	Empathy	110	110

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.574 <sup>a</sup>	.330	.323	3.692	.330	53.089	1	108	.000

a. Predictors: (Constant), Empathy

b. Dependent Variable: Kepuasan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	723.707	1	723.707	53.089	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1472.256	108	13.632		
	Total	2195.964	109			

a. Predictors: (Constant), Empathy

b. Dependent Variable: Kepuasan

**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.318	3.272		7.433	.000
	Empathy	.747	.103	.574	7.286	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model		Empathy
1	Correlations	Empathy
	Covariances	Empathy
		1.000
		.011

a. Dependent Variable: Kepuasan

**6. Chi-Quadrat**

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Percentiles		
						25th	50th (Median)	75th
Tangibles	110	27.44	2.945	20	35	26.00	27.00	29.00
Reliability	110	47.35	4.958	34	60	44.00	47.50	51.00
Responsiveness	110	19.55	2.615	11	25	18.00	20.00	21.00
Assurance	110	40.49	3.684	31	50	39.00	40.00	42.00
Empathy	110	31.72	3.449	20	39	30.00	32.00	33.00
Kepuasan	110	48.02	4.488	38	60	46.00	48.00	51.00

**Test Statistics**

	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy	Kepuasan
Chi-Square	49.345 <sup>a</sup>	88.400 <sup>b</sup>	76.964 <sup>c</sup>	81.455 <sup>d</sup>	1.204E2 <sup>e</sup>	92.400 <sup>f</sup>
df	13	21	12	17	15	22
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000

- a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 7,9.
- b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 5,0.
- c. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 8,5.
- d. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 6,1.
- e. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 6,9.
- f. 23 cells (100,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 4,8.

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan	48.02	4.488	110
Tangibles	27.44	2.945	110
Reliability	47.35	4.958	110
Responsiveness	19.55	2.615	110
Assurance	40.49	3.684	110
Empathy	31.72	3.449	110

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.655 <sup>a</sup>	.429	.402	3.472	.429	15.634	5	104	.000

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangibles, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	942.301	5	188.460	15.634	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1253.663	104	12.054		
	Total	2195.964	109			

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangibles, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.188	3.982		4.316	.000
	Tangibles	.350	.153	.229	2.292	.024
	Reliability	.164	.110	.181	1.488	.140
	Responsiveness	.172	.180	.100	.953	.343
	Assurance	-.198	.155	-.162	-1.280	.203
	Empathy	.571	.144	.439	3.963	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Correlations

		Kepuasan	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.469	.558	.414	.449	.574
	Tangibles	.469	1.000	.637	.433	.544	.386
	Reliability	.558	.637	1.000	.619	.637	.619
	Responsiveness	.414	.433	.619	1.000	.655	.476
	Assurance	.449	.544	.637	.655	1.000	.697
	Empathy	.574	.386	.619	.476	.697	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000	.000	.000	.000	.000
	Tangibles	.000	.	.000	.000	.000	.000
	Reliability	.000	.000	.	.000	.000	.000
	Responsiveness	.000	.000	.000	.	.000	.000
	Assurance	.000	.000	.000	.000	.	.000
	Empathy	.000	.000	.000	.000	.000	.
N	Kepuasan	110	110	110	110	110	110
	Tangibles	110	110	110	110	110	110
	Reliability	110	110	110	110	110	110
	Responsiveness	110	110	110	110	110	110
	Assurance	110	110	110	110	110	110
	Empathy	110	110	110	110	110	110

		Correlations					
		Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy	Kepuasan
Tangibles	Pearson Correlation	1	.637**	.433**	.544**	.386**	.469
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.00
	N	110	110	110	110	110	11
Reliability	Pearson Correlation	.637**	1	.619**	.637**	.619**	.558
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.00
	N	110	110	110	110	110	11
Responsiveness	Pearson Correlation	.433**	.619**	1	.655**	.476**	.414
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.00
	N	110	110	110	110	110	11
Assurance	Pearson Correlation	.544**	.637**	.655**	1	.697**	.449
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.00
	N	110	110	110	110	110	11
Empathy	Pearson Correlation	.386**	.619**	.476**	.697**	1	.574
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.00
	N	110	110	110	110	110	11
Kepuasan	Pearson Correlation	.469**	.558**	.414**	.449**	.574**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	11

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

**Correlations**

			Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy	Kepuasan
Spearman's rho	Tangibles	Correlation Coefficient	1.000	.671**	.427**	.545**	.348**	.483**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.000
		N	110	110	110	110	110	110
	Reliability	Correlation Coefficient	.671**	1.000	.588**	.635**	.623**	.531**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000
		N	110	110	110	110	110	110
	Responsiveness	Correlation Coefficient	.427**	.588**	1.000	.676**	.506**	.391**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.000
		N	110	110	110	110	110	110
	Assurance	Correlation Coefficient	.545**	.635**	.676**	1.000	.736**	.517**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000
		N	110	110	110	110	110	110
	Empathy	Correlation Coefficient	.348**	.623**	.506**	.736**	1.000	.586**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000
		N	110	110	110	110	110	110
	Kepuasan	Correlation Coefficient	.483**	.531**	.391**	.517**	.586**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
		N	110	110	110	110	110	110

\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

==== dp =====