

ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI ITS SURABAYA DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

Lissa Rosdiana Noer

Magister Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

E-mail: sarosdiana@gmail.com, sasa_rosdiana@yahoo.com

Abstract

MMT-ITS Study Program is a program that has orientations in developing and implementing Technology Management science. This program has some fields and they are Industrial Management, Project Management, and Information Technology Management. Service quality can be known by using Service Quality Methods, they are: (i) tangible, (ii) reliability, (iii) responsiveness, (iv) assurance, and (v) empathy. The assesment of service levels use questionnaire and this research propose to use Gap 5. Based on the integration result of Servqual Method and Importance Performance Analysis (IPA), MMT-ITS students' satisfaction will be reached by improving some variables, they are: motorcycle parking space, availability of cleaning service, the ease of delivering facilities and infrastructures complaints, the efficiency of security guard (a main priority of quadrant I). Maintaining the achievement of quadrant II includes: quick in delivering academic information, satisfying literatures of books/references/journals, good lecture materials comprehension, online journal can be accessed easily and fast, any replacement class, fast response to students' complaints, the ease of academic students' complaints, the good conditions of tables and chairs, clean classroom, employees willing to give lectures information, clarity in giving information related to college payment and another activities, guarantee of students' data confidentiality, bright light in the room, safe feeling in students, polite and kind employees, room temperature which is cool. While, another very important variables are fast wifi/internet facility and clean toilet (quadrant IV that has high satisfaction level).

Keywords: Customer satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA), Service quality, Servqual.

Abstrak

Program Studi MMT-ITS adalah program yang memiliki orientasi pada pengembangan dan aplikasi ilmu Manajemen Teknologi. Bidang keahlian yang dimiliki diantaranya yaitu Manajemen Industri, Manajemen Proyek, dan Manajemen Teknologi Informasi. Kualitas pelayanan dapat diketahui menggunakan metode service quality, diantaranya: (i) tangible, (ii) reliability, (iii) responsiveness, (iv) assurance, dan (v) empathy. Penilaian tingkat layanan diberikan dengan menggunakan kuesioner dan penelitian ini menggunakan Gap 5. Dari hasil pengintegrasian metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA), kepuasan mahasiswa MMT-ITS akan tercapai dengan meningkatkan beberapa variabel diantaranya adalah tempat parkir motor, kesigapan petugas kebersihan, kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan sarana dan prasarana, kesigapan Satpam mengatur parkir dan keamanan (Prioritas utama/Kuadran I). Pertahankan prestasi/kuadaran II antara lain: informasi akademik cepat, literatur buku/referensi/jurnal memadai, materi perkuliahan diterima dengan baik, akses journal online mudah dan cepat, kelas pengganti apabila dosen tidak hadir, keluhan mahasiswa ditanggapi dengan cepat, kemudahan mahasiswa

menyampaikan keluhan akademik, kondisi meja dan kursi baik, ruangan kelas bersih, karyawan memberikan informasi perkuliahan, kejelasan informasi pembayaran kuliah dan kegiatan lainnya, jaminan kerahasiaan data mahasiswa, pencahayaan ruang terang, mahasiswa merasa aman, karyawan bersikap ramah, karyawan bersikap sopan, dan suhu ruangan sejuk. Variabel yang tidak kalah penting adalah fasilitas wifi/internet cepat dan toilet bersih (Tingkat kepuasan tinggi/Kuadran IV).

Kata kunci: *Kepuasan pelanggan, Importance Performance Analysis (IPA), Kualitas layanan, Servqual.*

1. PENDAHULUAN

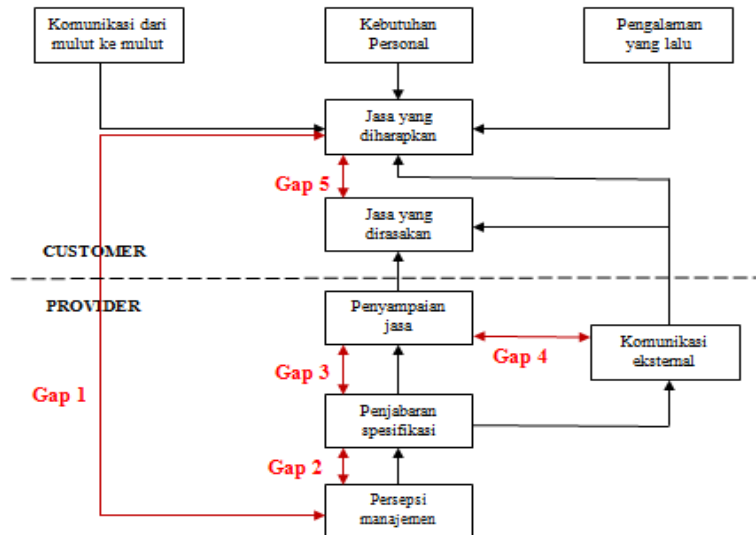
Program Studi MMT-ITS merupakan pusat pendidikan berjenjang S2 yang berorientasi pada pengembangan dan aplikasi ilmu Manajemen Teknologi. Prodi MMT-ITS memberikan proses belajar mengajar yang inovatif kepada mahasiswa dengan menyediakan sarana atau prasarana pendidikan dan atmosfer akademik yang kondusif. Selain itu, program studi ini menghasilkan lulusan yang berkualitas dan berkomitmen tinggi dalam bidang Manajemen Teknologi. Prodi MMT-ITS adalah program multidisiplin dibawah pengelolaan Program Pascasarjana ITS, bidang keahlian yang dimiliki diantaranya Manajemen Industri, Manajemen Proyek, dan Manajemen Teknologi Informasi.

Lima perguruan tinggi yang menjadi kompetitor Prodi ini, diantaranya adalah MBA-ITB, MM-UGM, MM-UI, MM-Unair, dan MM-IPB. Pada umumnya mahasiswa mengetahui Prodi MMT- ITS melalui web www.mmt.its.ac.id dan *Word of Mouth* (WOM). Pada tahun 2014, Prodi MMT-ITS mengalami penurunan jumlah calon mahasiswa yang akan mendaftar. Dimana pada semester 1 jumlah mahasiswa yang akan mendaftar sebanyak 430 mahasiswa sedangkan pada semester 2 hanya berjumlah 418 mahasiswa, dapat disimpulkan terjadi

penurunan sebesar 2,79%. Penurunan pada semester genap umumnya disebabkan oleh beberapa faktor yaitu banyaknya program beasiswa yang tidak dibuka pada semester genap, opini masyarakat bahwa program pendaftaran mahasiswa S2 Prodi MMT-ITS dibuka seperti penerimaan S1 yaitu setahun sekali, dan adanya Prodi di universitas/institut lain yang menawarkan biaya SPP yang jauh lebih murah serta waktu perkuliahan yang lebih fleksibel. Akan tetapi Prodi MMT-ITS masih memiliki beberapa keunggulan diantaranya bidang keahlian yang ditawarkan tidak seperti manajemen murni pada universitas/institut lain dan waktu perkuliahan yang disediakan tidak seperti program S2 yang ada di ITS Sukolilo. Diharapkan dengan adanya peningkatan kualitas sarana dan prasarana, jumlah mahasiswa Prodi MMT-ITS dapat mengalami peningkatan kedepannya dan mampu bersaing dengan kompetitor.

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau jasa menurut Kotler (2009), merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, proses produksinya mungkin juga dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik.



Gambar 1. Model Konseptual Kualitas Jasa (Parasuraman, dkk, 1988)

Kegagalan penyampaian jasa dapat diakibatkan oleh lima gap, gap tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut (Parasuraman, dkk, 1990):

1. *Knowledge Gap* (Gap 1)
 Apa yang diinginkan pelanggan tidak selalu dipahami oleh pihak manajemen pada suatu perusahaan.
2. *Standards Gap* (Gap 2)
 Manajemen kemungkinan benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak dalam menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. *Delivery Gap* (Gap 3)
 Karyawan pada umumnya tidak terlatih secara baik atau bekerja melampaui batas dan tidak mampu atau tidak bersedia memenuhi standar, atau dihadapkan pada standar yang berlawanan.
4. *Communication Gap* (Gap 4)
 Janji-janji yang diberikan oleh perusahaan, melalui media iklan tidak sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.
5. *Service Gap* (Gap 5)
 Konsumen mengukur dengan cara yang berbeda suatu kinerja perusahaan atau bisa juga keliru dalam mempersepsikan mengenai kualitas jasa tersebut.

Gap 5 akan digunakan pada penelitian ini, *gap* ini sebagai acuan dalam peningkatan pelayanan pada pelanggan berdasarkan Model Konseptual Kualitas Jasa. Menurut Parasuraman, dkk (1998), jasa yang baik adalah jasa yang diharapkan sama dengan jasa yang dirasakan, sehingga nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan.

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan didefinisikan melalui perspektif dari pengalaman pelanggan, setelah menggunakan maupun mengkonsumsi suatu produk maupun jasa. Irawan (2002) berpendapat bahwa kepuasan merupakan persepsi pada suatu produk atau jasa yang telah memenuhi harapan pelanggan. Sehingga apabila persepsi dari pelanggan lebih rendah dibandingkan dengan nilai harapan, maka pelanggan tersebut tidak merasa puas terhadap produk maupun jasa yang diberikan. Sebaliknya, apabila persepsi pelanggan bernilai sama atau lebih dari yang diharapkan, maka pelanggan merasa puas terhadap produk maupun jasa tersebut.

▪ Persepsi

Menurut Kotler (1995), kualitas layanan dimulai dari harapan atau kebutuhan pelanggan, serta berakhir pada persepsi pelanggan. Sehingga kualitas suatu jasa, sangat bergantung kepada pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati jasa tersebut.

▪ Harapan

Harapan pelanggan adalah keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut (Tjiptono, 2007). Harapan pelanggan mempunyai peranan yang besar sebagai acuan suatu perusahaan dalam menentukan spesifikasi suatu produk.

c. Metode Service Quality (Servqual)

Kemampuan perusahaan dalam

memberikan layanan yang memuaskan kepada para pelanggan, merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan tingkat keberhasilan dalam mempertahankan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Suatu layanan dapat dikatakan memuaskan apabila sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Metode *Servqual* dapat digunakan sebagai alat ukur suatu kualitas layanan. Nilai *servqual* dapat diperoleh melalui selisih antara nilai persepsi pelanggan dengan nilai dari harapan pelanggan. Nilai ini berfungsi untuk menunjukkan kesenjangan antara persepsi dengan harapan pelanggan.

Kualitas suatu produk baik barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Kelima dimensi pokok suatu kualitas jasa model *service quality* sebagai berikut (Parasuraman, dkk, 1990):

1. Tampilan Elemen Fisik/Berwujud (*Tangible*)
Dimensi ini mencakup ketersediaan fasilitas fisik, peralatan, sumber daya manusia, materi-materi untuk komunikasi yang merupakan bukti nyata dari pelayanan.
2. Keandalan (*Reliability*)
Dimensi ini mencakup kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Dimensi ini mencakup kemampuan dan kesediaan para karyawan dalam membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan/Keyakinan (*Assurance*)
Dimensi ini mencakup perilaku karyawan yang dapat menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan sehingga perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan ini berarti bahwa para karyawan menguasai pengetahuan dan keterampilan dalam menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan serta selalu bersikap sopan.

5. Empati (*Emphaty*)

Hal ini mencakup pemahaman masalah oleh perusahaan kepada para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggannya dan juga jam operasi yang nyaman.

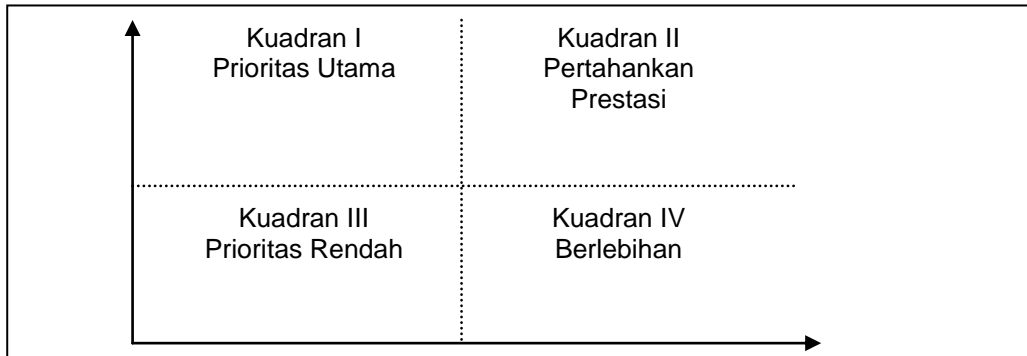
d. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Wijaya (2011), *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan prosedur dalam menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya. Metode IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi *performance* (kinerja) dengan *importance* (kepentingan) ke dalam dua grid, kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalamnya. Nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal dan nilai kinerja sebagai sumbu horizontal dengan menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kinerja sebagai pusat pemotongan garis.

Terdapat empat kuadran pada metode IPA, dimana tiap kuadran dapat memberikan informasi manajemen atau strategi layanan diantaranya (Huang et al., 2006):

- a. Kuadran Pertama (**Perusahaan harus mempertahankan kondisi ini**)
Tingkat kepentingan dari pelanggan pada atribut layanan tinggi dan kinerja perusahaan juga tinggi.
- b. Kuadran Kedua (**Perusahaan harus segera meningkatkan kinerja layanan mereka**)
Tingkat kepentingan dari pelanggan pada atribut layanan tinggi, namun kinerja perusahaan rendah.
- c. Kuadran Ketiga (**Perusahaan mengurangi atau menghentikan sumber daya mereka dengan atribut layanan tertentu**)
Tingkat kepentingan dari pelanggan pada atribut layanan dan kinerja perusahaan rendah.
- d. Kuadran Keempat (**Apabila perusahaan mempunyai sumber daya terbatas, perusahaan dapat mengalihkan sumber daya pada atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi**)

Tingkat kepentingan dari pelanggan pada perusahaan tinggi.
atribut layanan rendah dan kinerja



Gambar 2. Matriks Dua Dimensi IPA Menurut Tzeng dkk (Wulan, 2014)

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiarto (1999) Sampel merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya, sedangkan banyaknya suatu anggota suatu sampel disebut dengan ukuran sampel. Penelitian ini menggunakan *convenience sampling* (sampel yang dipilih dengan pertimbangan kemudahan) yaitu peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang dapat diambil sebagai sampel karena kebetulan berada ditempat itu atau kebetulan mengenal seseorang tersebut. (Tjiptono, 2001 dan Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Perkiraan jumlah sampel

N : Perkiraan jumlah populasi pelanggan
e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Hasil uji validitas data sampel menunjukkan setiap pernyataan yang termuat dalam kuesioner telah valid. Pernyataan tersebut didasarkan hasil pengujian SPSS versi 20.0 yang menunjukkan bahwa nilai r memiliki signifikansi kurang dari 5% atau < 0,05 (Nazir, 1983).

Hasil uji reliabilitas data sampel menunjukkan hasil yang *reliable*, nilai *cronbach's alpha* (α) > 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner *Servqual* dari setiap dimensi baik persepsi dan harapan. (Malhotra, 1996).

3. HASIL DAN DISKUSI

Hasil nilai *mean* dan *gap* Prodi MMT-ITS ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai *Mean* dan *Gap* Program Studi MMT-ITS

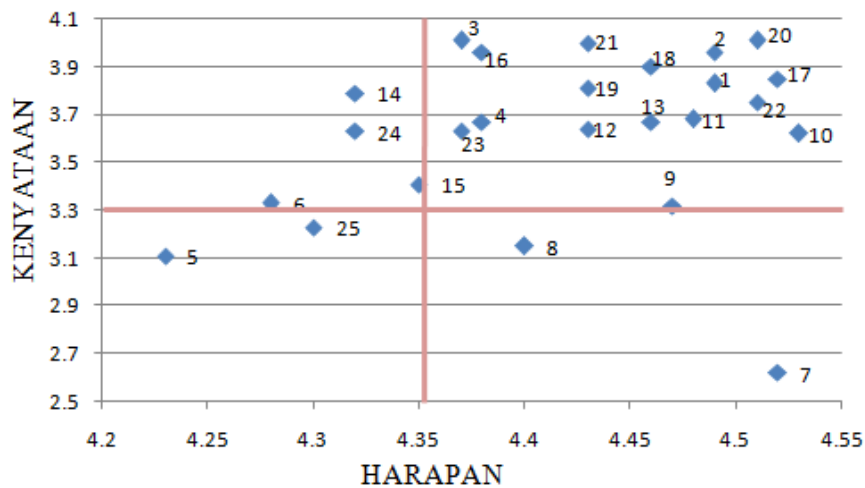
Dimensi	Var	Suara Konsumen	Customer Satisfaction Performance			
			Harapan	Kenyataan	Gap	No Prioritas
Tangible	Tan1	Ruangan kelas bersih	4.49	3.83	0.66	17
	Tan2	Pencahayaan ruang kelas terang	4.49	3.96	0.53	20
	Tan3	Suhu ruangan kelas sejuk	4.37	4.01	0.36	25
	Tan4	Kondisi meja dan kursi di ruang kelas baik	4.38	3.67	0.71	14
	Tan5	Tempat parkir mobil memadai	4.23	3.11	1.12	4
	Tan6	Tempat parkir motor memadai	4.28	3.33	0.95	6

Dimensi	Var	Suara Konsumen	Customer Satisfaction Performance			
			Harapan	Kenyataan	Gap	No Prioritas
	Tan7	Fasilitas wifi/internet cepat	4.52	2.62	1.9	1
	Tan8	Toilet bersih	4.4	3.15	1.25	2
Reliability	Rel1	Penyampaian informasi akademik cepat	4.47	3.32	1.15	3
	Rel2	Literatur buku/referensi/jurnal di ruang baca memadai	4.53	3.62	0.91	8
	Rel3	Materi perkuliahan dapat diterima dengan baik	4.48	3.68	0.8	9
	Rel4	Akses journal <i>online</i> mudah dan cepat	4.43	3.64	0.79	10
Responsiveness	Res1	Adanya kelas pengganti apabila dosen tidak hadir pada jam perkuliahan	4.46	3.67	0.79	11
	Res2	Kesigapan Karyawan (Satpam) dalam mengatur parkir dan keamanan	4.32	3.79	0.53	21
	Res3	Kesigapan Karyawan (Petugas Kebersihan) dalam menjaga kebersihan toilet	4.35	3.41	0.94	7
	Res4	Karyawan bersikap ramah kepada mahasiswa	4.38	3.96	0.42	24
Assurance	Ass1	Karyawan bersedia memberikan informasi perkuliahan kepada mahasiswa	4.52	3.85	0.67	16
	Ass2	Jaminan kerahasiaan data mahasiswa	4.46	3.9	0.56	19
	Ass3	Kejelasan dalam memberikan informasi berkaitan dengan pembayaran kuliah dan kegiatan-kegiatan lainnya	4.43	3.81	0.62	18
	Ass4	Mahasiswa merasa aman selama mengikuti perkuliahan	4.51	4.01	0.5	22
	Ass5	Karyawan bersikap sopan kepada mahasiswa	4.43	4	0.43	23
Emphaty	Emp1	Keluhan mahasiswa ditanggapi dengan cepat	4.51	3.75	0.76	12
	Emp2	Kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan akademik	4.37	3.63	0.74	13
	Emp3	Kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan	4.32	3.63	0.69	15

Dimensi	Var	Suara Konsumen	Customer Satisfaction Performance			
			Harapan	Kenyataan	Gap	No Prioritas
		Sarana dan Prasarana				
	Emp4	Adanya kotak saran untuk menampung keluhan dan dapat menyelesaikan keluhan mahasiswa	4.3	3.23	1.07	5
Jumlah Nilai Rata-rata			4.42	3.62	0.79	

Dari hasil perhitungan *gap* yang ada, nilai *gap* tertinggi dari 25 variabel dan lebih dominan adalah variabel *Tangible*. Setelah mengetahui posisi *Servqual* dari Tabel 1, maka langkah berikutnya dalam penelitian ini adalah pengintegrasian Metode *Servqual* dan IPA.

Titik perpotongan didapatkan dari nilai rata-rata tingkat harapan dan kenyataan yang ada pada Tabel 1, sehingga dapat diketahui kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya (Wijaya, 2011).



Gambar 2. Diagram *Cartesius* Indikator Kepuasan Mahasiswa MMT-ITS

Urutan tingkat kesenjangan (*gap*) pada tiap kuadran dapat diketahui melalui Gambar 3, diantaranya sebagai berikut:

1. Kuadran I, prioritas utama (tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kepuasan rendah).

Variabel pada kuadran I antara lain: *Tangible* 6 (Tempat parkir motor memadai), *Responsiveness* 3 (Kesigapan Karyawan (Petugas Kebersihan) dalam menjaga kebersihan toilet), *Emphaty* 3 (Kemudahan Mahasiswa menyampaikan keluhan Sarana dan Prasarana), *Responsiveness* 2 (Kesigapan Karyawan/Satpam) dalam mengatur parkir dan keamanan). Variabel ini merupakan variabel yang sangat penting bagi pelanggan, namun kondisi saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber

daya yang memadai dalam meningkatkan penerapan beberapa variabel tersebut.

2. Kuadran II, pertahankan prestasi (tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kepuasan tinggi).

Variabel tersebut antara lain: *Reliability* 1 (Penyampaian informasi akademik cepat), *Reliability* 2 (Literatur buku/referensi/jurnal di ruang baca memadai), *Reliability* 3 (Materi perkuliahan dapat diterima dengan baik), *Reliability* 4 (Akses *journal online* mudah dan cepat), *Responsiveness* 1 (Adanya kelas pengganti apabila dosen tidak hadir pada jam perkuliahan), *Emphaty* 1 (Keluhan mahasiswa ditanggapi dengan cepat), *Emphaty* 2 (Kemudahan Mahasiswa menyampaikan keluhan akademik), *Tangible* 4 (Kondisi meja dan kursi di ruang kelas baik), *Tangible* 1

(Ruang kelas bersih), *Assurance 1* (Karyawan bersedia memberikan informasi perkuliahan kepada mahasiswa), *Assurance 3* (Kejelasan dalam memberikan informasi berkaitan dengan pembayaran kuliah dan kegiatan-kegiatan lainnya), *Assurance 2* (Jaminan kerahasiaan data mahasiswa), *Tangible 2* (Pencahaya-an ruang kelas terang), *Assurance 4* (Anda merasa aman selama mengikuti perkuliahan), *Responsiveness 4* (Karyawan bersikap ramah kepada mahasiswa), *Assurance 5* (Karyawan bersikap sopan kepada mahasiswa) dan *Tangible 3* (Suhu ruangan kelas sejuk). Variabel ini merupakan variabel penunjang bagi pelanggan, sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa penerapan yang dilakukan oleh institusi yang dikelolanya dapat terus dipertahankan.

3. Kuadran III, prioritas rendah (tingkat kepentingan kurang dan tingkat kepuasan kurang).

Variabel tersebut antara lain: *Tangible 5* (Tempat parkir mobil memadai) dan *Emphaty 4* (Adanya Kotak Saran untuk menampung keluhan dan dapat menyelesaikan keluhan mahasiswa). Variabel ini mempunyai tingkat kepuasan rendah dan dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan, namun harus tetap diperhatikan.

4. Kuadran IV, berlebihan (tingkat kepentingan rendah dan tingkat kepuasan tinggi).

Variabel tersebut antara lain: *Tangible 7* (Fasilitas wifi/internet cepat) dan *Tangible 8* (Toilet bersih). Variabel ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan tersebut antara lain: *Tangible 7* (Fasilitas wifi/internet cepat) dan *Tangible 8* (Toilet bersih). Variabel ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan variabel-variabel tersebut kepada variabel-variabel lain yang memiliki prioritas penanganan lebih tinggi yang masih memerlukan peningkatan. Namun masih adanya variabel yang bernilai negatif, maka pihak manajemen

berkewajiban memperhatikan variabel-variabel tersebut.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pembatasan pengambilan sampel dengan cara *convenience sampling* (sampel dipilih dengan pertimbangan kemudahan), membuat penelitian tidak bersifat universal atau hanya dapat diaplikasikan sebagai upaya perbaikan kualitas pelayanan mahasiswa Prodi MMT-ITS saja. Variabel pelayanan Prodi berdasarkan metode *Servqual*, terdapat lima variabel yang memiliki nilai *gap* tertinggi, yaitu pertama variabel *Tangible 7* sebesar 1,9 yaitu fasilitas wifi/internet cepat. Kedua adalah variabel *Tangible 8* sebesar 1,25 yaitu toilet bersih. Ketiga adalah variabel *reliability 1* sebesar 1,15 yaitu penyampaian informasi akademik cepat. Keempat adalah variabel *tangible 5* sebesar 1,12 yaitu tempat parkir mobil memadai. Terakhir adalah variabel *emphaty 4* sebesar 1,07 yaitu adanya kotak saran untuk menampung keluhan dan dapat menyelesaikan keluhan mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang lebih dominan dari kelima variabel tertinggi tersebut adalah variabel *tangible*.
2. Berdasarkan hasil pengintegrasian Metode *Servqual* dan IPA. Variabel yang perlu ditingkatkan oleh Prodi MMT-ITS diantaranya adalah tempat parkir motor, kesigapan petugas kebersihan, kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan sarana dan prasarana, kesigapan Satpam mengatur parkir dan keamanan (Prioritas utama/Kuadran I). Pertahankan prestasi/kuadran II antara lain: informasi akademik cepat, literatur buku/referensi/jurnal memadai, materi perkuliahan diterima dengan baik, akses jurnal *online* mudah dan cepat, kelas pengganti apabila dosen tidak hadir, keluhan mahasiswa ditanggapi dengan cepat, kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan akademik, kondisi meja dan kursi baik, ruangan kelas bersih, karyawan memberikan informasi perkuliahan, kejelasan informasi pembayaran kuliah dan kegiatan lainnya, jaminan kerahasiaan data mahasiswa, pencahaya-an ruang terang, mahasiswa

merasa aman, karyawan bersikap ramah, karyawan bersikap sopan, dan suhu ruangan sejuk. Variabel yang tidak kalah penting adalah fasilitas *wifi/internet* cepat dan toilet bersih (Tingkat kepuasan tinggi/Kuadran IV).

DAFTAR PUSTAKA

- Huang, Yuan-Chih., Wu, Chih-Hung., and Hsu, J. Chia-Jung. (2006). Using importance-performance analysis in evaluating taiwan medium and long distance national highway passenger transportation service quality. *Journal of American Academy of Business* 8(2), 98-104.
- Irawan, I. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (1995). *Marketing: An Introduction*, 3rd Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*, 13th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Malhotra, N. K. (1996). *Marketing Research an Applied Oriented Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Nazir, M. (1983). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Balai Aksara.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. (1988), *SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. (1990), *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Sugiarto, Endar. (1999). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta Press.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Kelima. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tzeng, G.-H., & Chang, H.-F. (2011). Applying importance performance analysis as a service quality measure in food.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT Indeks.
- Wulan, Vieqi. (2014), *Analisa Kepuasan Pelanggan Tenaga Kerja Alih Daya (Outsourcing) pada Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya*. Tesis, MMT-ITS, Surabaya.