

**ANALISA KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN JASA
PENDIDIKAN TINGGI
(STUDI KASUS PADA KELAS KARYAWAN DAN PASCASARJANA
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA)**



TESIS

**Karya Ilmiah sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister dari
Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta**

Oleh :

RM. LISTIJONO SETYOPRATIGNJO

NPM : 201122130001

(Program Studi Magister Manajemen)

**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA**

2017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup Pembatasan Masalah	5
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II KERANGKA TEORI	9
2.1. Pemasaran Jasa	9
2.1.1. Definisi Pemasaran Jasa	9
2.1.2. Karakteristik Jasa Pendidikan	10
2.1.3. Pentingnya pemasaran Jasa Pendidikan	12
2.2. Kepuasan Konsumen	13
2.2.1. Pengertian kepuasan konsumen	13
2.2.2. Komponen kepuasan konsumen.....	13
2.2.3. Elemen kepuasan konsumen.....	15
2.2.4. Tipe-tipe kepuasan dan ketidak puasan konsumen.....	16
2.2.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.....	17
2.2.6. Mengukur Kepuasan Konsumen	19
2.2.7. Ciri-ciri konsumen yang puas	20
2.3. Pelayanan.....	20
2.3.1. Definisi Pelayanan.....	20

2.3.2. Indikator Pelayanan.....	22
2.4. <i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	23
2.4.1. Konsep Service Quality	23
2.4.2. <i>GAP ANALYSIS SERVICE QUALITY</i>	29
2.4.3. Upaya penyelesaian masalah.....	31
2.5. Penelitian terdahulu (Jurnal Internasional dan Nasional).....	35
2.6 . Bagan Alur Konseptual Penelitian.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.2. Teknik Pengumpulan Data	45
3.3. Uji Kecukupan Data	46
3.4. Uji Validitas	46
3.5. Uji Reliabilitas	47
3.6. <i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	47
3.7. <i>Potential Gain Customer Value (PGCV)</i>	54
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Gambaran Umum Usahid	56
4.1.1. Sejarah Universitas Sahid	56
4.1.2. Falsafah Yayasan Kesejahteraan, Pendidikan dan Sosial Sahid Jaya	63
4.2. Hasil Penelitian.....	67
4.2.1. Analisis Statistik Diskriptif.....	67
4.3. Hasil penelitian analisis eferensil.....	67
4.3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	67
4.3.1.1. Uji Validitas.....	67
4.3.1.2. Uji Reliabilitas.....	70
4.3.2. Analisa Hasil Penelitian.....	71
4.3.2.1. Analisis menggunakan diagram Kartesius.....	71
4.3.2.2. Analisa menggunakan <i>PGCV (Potential Gain Customer Value)</i>	72
4.3.2.2.1. Perhitungan <i>ACV (Achieved Customer Value)</i>	74
4.3.2.2.2. Perhitungan <i>UDCV (Ultimately Desired Customer Value)</i>	78
4.3.2.2.3. Perhitungan nilai <i>PGCV (Potential Gain Customer Value)</i>	83
4.3.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.3.3.1. Analisa dan Pembahasan ServQual.....	88

4.3.3.1.1. Nilai Tingkat Kepentingan (Harapan) dan Nilai Tingkat Kinerja (Persepsi)	88
4.3.3.1.2. Nilai Kualitas Pelayanan <i>Servqual</i> dan Nilai Kepuasan Konsumen.....	113
4.3.3.2. Analisa dan Pembahasan <i>Potential Gain Customer Value (PGCV)</i>	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	154
5.1. Kesimpulan.....	154
5.2. Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN-LAMPIRAN	160

Analisa Kepuasan Konsumen Pada Layanan Jasa Pendidikan Tinggi (Studi Kasus Pada Kelas Karyawan S1 dan Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta)

RM. Listijono Setyopratiigno
NPM : 201122130001
Email : listyo_pratignyo@usahid.ac.id
Program Studi Magister Manajemen

Abstrak

Universitas Sahid Jakarta adalah salah satu Universitas Swasta di Jakarta yang terus berkembang dengan program Strata-1, Strata-2 dan Strata-3, memiliki Pola Ilmiah Pokok (PIP) Kepariwisata dan Kewirausahaan. Dan program studi yang sarat akan kualitas layanan dan harus lebih mengedepankan factor *hospitality*. Dalam industry jasa, pelayanan merupakan produk utama yang sifatnya intangible atau tidak tampak, namun hanya dapat dirasakan oleh konsumen, setiap pelayanan yang diberikan oleh produsen akan langsung dirasakan hasilnya oleh konsumen saat itu juga. Dengan demikian, bagi industry jasa, menyampaikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen sangat penting Dalam Upaya menciptakan kepuasan konsumen, agar konsumen bersedia membeli Kembali pelayanan dari industry tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik dan non akademik serta proses belajar mengajar di Universitas Sahid Jakarta, serta memberikan usulan Upaya perbaikan. Metode yang digunakan adalah mencari Gap Analysis dari Service Quality antara Importance dan Performance yang terdiri dari 5 dimensi utama yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. Metode pengukuran dengan menggunakan Potensial Gain Customer Value (PGCV) adalah metode untuk mengukur kualitas pelayanan dari perhitungan sebelumnya. PGCV analisis konsumen Melalui angka indeks merupakan konsep dan peralatan yang mudah untuk menganalisis konsumen. Langkah pertama mencari Achieved Customer Value (ACV) yaitu dengan mengalikan variable importance dengan variable performance. Selanjutnya mencari Ultimately Desired Customer Value (UDCV) atau nilai akhir keinginan konsumen adalah hasil dari rata-rata importance nilai kinerja maksimum dalam skala likert. Dan terakhir PGCV diperoleh dari hasil pengurangan UDCV dikurangi ACV.

Hasil kesimpulan yang didapatkan bila suatu item untuk mendapatkan nilai indeks PGCV terbesar, maka item tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru kemudian menyusul item kedua dan seterusnya.

Hasil penelitian pada Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV) dapat disimpulkan sebagai usulan 10 prioritas perbaikan kualitas layanan di Universitas Sahid Jakarta, sebagai berikut :

- a. Kecepatan dalam menangani dan memperbaiki fasilitas yang rusak untuk kenyamanan mahasiswa.
- b. Sarana lahan parkir memadai.
- c. Sarana pembelajaran (kursi, meja, papan tulis, LCD dan AC) di setiap ruang kuliah tersedia dan berfungsi dengan baik.
- d. Staf administrasi membantu memberikan informasi dan solusi untuk mahasiswa yang bermasalah dalam administrasi (akademik, keuangan, dll).
- e. Semua dosen menyediakan layanan pembelajaran e-learning.
- f. Jangka waktu pelayanan yang diberikan sudah baku (standard) seperti pengurusan surat, revisi jadwal kuliah, KPRS.
- g. Ketersediaan fasilitas seperti toilet, kantin, tempat ibadah, ruang tunggu, lahan parkir dan lainnya.
- h. Informasi oleh setiap staf administrasi kepada mahasiswa disampaikan secara konsisten.
- i. Staf administrasi universitas memberikan tanggapan yang cepat dan baik terhadap kebutuhan administrasi mahasiswa. (surat keterangan mahasiswa, surat keterangan lulus, dan lainnya).
- j. Kepastian dan ketepatan waktu perkuliahan.

Kata kunci: Universitas Sahid, Kepuasan Konsumen, Service Quality, Potential Gain Customer Value.

**Analysis of Consumer Satisfaction with Higher Education Services
(Case Study in Undergraduate and Postgraduate Employee Classes at Sahid University
Jakarta)**

RM. Listijono Setyopratiigno
NPM: 201122130001
Email: listyo_pratignyo@usahid.ac.id
Master of Management Study Program

Abstract

Sahid University Jakarta is one of the private universities in Jakarta which continues to develop with Strata-1, Strata-2, and Strata-3 programs, and has a Principal Scientific Pattern (PIP) for Tourism and Entrepreneurship. And study programs are full of service quality and must prioritize hospitality factors. In the service industry, service is the main product which is intangible or invisible, but can only be felt by consumers. Every service provided by producers will immediately feel the results of consumers right away. Thus, for the service industry, delivering services in accordance with consumer expectations is very important in an effort to create consumer satisfaction, so that consumers are willing to buy back services from that industry.

This research aims to determine the level of student satisfaction with the quality of academic and non-academic services as well as the teaching and learning process at Sahid University Jakarta, as well as providing suggestions for improvements. The method used is to look for a Gap Analysis of Service Quality between Importance and Performance which consists of 5 main dimensions, namely Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The measurement method using Potential Gain Customer Value (PGCV) is a method for measuring service quality from previous calculations. PGCV consumer analysis through index numbers is an easy concept and tool for analyzing consumers. The first step to finding Achieved Customer Value (ACV) is to multiply the importance variable by the performance variable. Next, look for the Ultimate Desired Customer Value (UDCV) or the final value of consumer desires which is the result of the average importance of maximum performance value on a Likert scale. Finally, PGCV is obtained from the results of subtracting UDCV from ACV.

The conclusion obtained is that if an item gets the largest PGCV index value, then that item gets top priority to improve its performance and then the second item, and so on.

The results of research on the Potential Gain Customer Value (PGCV) Index can be concluded as a proposal for 10 priorities for improving service quality at Sahid University Jakarta, as follows:

1. Speed in handling and repairing damaged facilities for student comfort.
2. Parking facilities are adequate.
3. Learning facilities (chairs, tables, whiteboards, LCD, and AC) in each lecture room are available and functioning well.
4. Administrative staff help provide information and solutions for students who have problems with administration (academic, financial, etc.).
5. All lecturers provide e-learning learning services.
6. The service period provided is standard, such as processing letters, revising class schedules, KPRS.
7. Availability of facilities such as toilets, canteens, places of worship, waiting rooms, parking lots and others.
8. Information by each administrative staff to students is conveyed consistently.
9. The university's administrative staff responds quickly and well to students' administrative needs. (student certificate, graduation certificate, etc.).
10. Certainty and punctuality of lectures.

Keywords : Sahid University, Customer Satisfaction, Service Quality, Potential Gain Customer Value.