

**ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN  
JASA PENDIDIKAN TINGGI: METODE *CUSTOMER  
SATISFACTION INDEX*  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**LARASATI SUKMA NURHIDAYAH  
NIM : 19510094**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG  
2023**

**ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN  
JASA PENDIDIKAN TINGGI: METODE *CUSTOMER  
SATISFACTION INDEX*  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



**Oleh**

**LARASATI SUKMA NURHIDAYAH  
NIM : 19510094**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG  
2023**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

Analisis Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Jasa Pendidikan Tinggi:  
Metode *Customer Satisfaction Index* (Studi pada Mahasiswa Universitas  
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)

### **SKRIPSI**

Oleh

**LARASATI SUKMA NURHIDAYAH**

NIM : 19510094

Telah Disetujui Pada

Tanggal 21 Agustus 2023

**Dosen Pembimbing,**



**H. Slamet, SE, MM., Ph.D**

**NIP. 196604121998031003**

## LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Jasa Pendidikan Tinggi:  
Metode *Customer Satisfaction Index* (Studi pada Mahasiswa Universitas  
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)

### SKRIPSI

Oleh

**LARASATI SUKMA NURHIDAYAH**

NIM : 19510094

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima  
Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen (S.M.) Pada 22 September 2023

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Ketua Penguji

**Dr. Fani Firmansyah, SE., MM**

NIP. 197701232009121001



2 Anggota Penguji

**Nur Laili Fikriah, M.Sc**

NIP. 199403312020122005



3 Sekretaris Penguji

**H. Slamet, SE, MM., Ph.D**

NIP. 196604121998031003



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP. 197406042006041002

# SURAT PERNYATAAN

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Larasati Sukma Nurhidayah  
NIM : 19510094  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**"ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN TINGGI: METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)"** adalah hasil karya saya sendiri bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 25 Oktober 2023

Hormat Saya,



Larasati Sukma Nurhidayah  
NIM: 19510094

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji Syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT dan baginda nabi agung Muhammad SAW. Atas Rahmat dan karunia-Nya saya mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Seluruh Keluarga saya terutama kedua orang tua saya Bapak Ngatiman dan Ibu Indarwati yang sangat saya sayangi yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada saya hingga mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Kepada Bapak H. Slamet, SE., MM., Ph.D yang sudah sangat sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses mengerjakan tugas akhir saya.

Yang terakhir untuk diri saya sendiri yang sudah hebat dan bertahan dalam proses mengerjakan skripsi serta melewati berbagai rintangan di dalamnya.

## **HALAMAN MOTTO**

“Usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil”

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini mampu diselesaikan dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Jasa Pendidikan: Metode *Customer Satisfaction Index* (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan yang terang benderang, yakni agama Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan selesai dan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, nikmat, serta karunia-Nya berupa kesehatan dan akal yang luar biasa sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. M. Zainuddin M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Muhammad Sulhan, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. H. Slamet, SE., MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan arahan sehingga penelitian serta tugas akhir skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah menyampaikan pengetahuan dan wawasan keilmuan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.



7. Kedua orang tua saya, Bapak Ngatiman dan Ibu Indarwati beserta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Diri saya sendiri karena telah bertahan dan berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Sahabat saya Nanda Tata Agustien yang selalu memberikan support dan menguatkan saya.
10. Teman spesial saya Alfin Rahmawan Surya Saputra yang telah membantu dan menemani proses.
11. Teman-teman saya khususnya anggota keluarga cemara yang selalu saling menguatkan satu sama lain.
12. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam memperoleh data yang berkaitan dengan penyusunan skripsi.
13. Serta seluruh pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin Ya Robbal ‘Alamin.

Malang, 15 Agustus 2023

Larasati Sukma Nurhidayah

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teori.....	12
2.2.1 Perguruan Tinggi .....	12
2.2.1.1 Pengertian Perguruan Tinggi .....	12
2.2.1.2 Perguruan Tinggi dalam Konteks Bisnis .....	13
2.2.1.3 Pola Perguruan Tinggi .....	14
2.2.1.4 Layanan Jasa Perguruan Tinggi.....	15
2.2.2 Kepuasan Konsumen .....	21
2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	21
2.2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan .....	22
2.2.2.3 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	24
2.2.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.3 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	26
2.2.4 Dimensi Pengukuran Kepuasan Layanan Perguruan Tinggi .....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	29
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambil Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel .....	31
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.4 Instrumen Penelitian.....	33
3.4.1 Skala Pengukuran .....	33
3.4.2 Uji Validitas .....	34
3.4.3 Uji Reliabilitas .....	35
3.5 Data dan Jenis Data .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.8 Analisis Data .....	41
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	41
3.8.2 Uji <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Profil Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ...	45
4.2 Gambaran Umum Responden .....	46
4.3 Analisis Data .....	48
4.3.1 Uji Standar Deviasi .....	48
4.3.2 Analisis Deskriptif dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	49
4.4 Pembahasan .....	50
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Bagi Universitas.....	57
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 2.2 Dimensi Pengukuran Kepuasan .....	28
Tabel 3.1 Skala Likert dalam Pertanyaan Tertutup.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.5 Kriteria Tingkat Kepuasan .....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	47
Tabel 4.3 Hasil Analisis Data .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Jumlah Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2017-2019 .....	30
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Data Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	64
Lampiran 5 Biodata Penulis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 6 Jurnal Bimbingan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## ABSTRAK

Larasati Sukma Nurhidayah. 2023, Skripsi. Judul: “Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Jasa Pendidikan: Metode *Customer Satisfaction Index* (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”.

Pembimbing: H. Slamet, SE., MM., Ph.D

Kata Kunci: Perguruan Tinggi, Kepuasan Mahasiswa, *Customer Satisfaction Index*

---

---

Perguruan tinggi seringkali dipandang sebagai sebuah perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang pendidikan yang memberikan jasa kependidikan berupa proses belajar, mengajar, penelitian, serta mengabdikan kepada masyarakat. Perguruan tinggi sebagai lembaga yang menyediakan jasa pendidikan juga diharuskan mampu untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi para mahasiswanya. Sangat penting bagi suatu unit pelayanan seperti universitas ini untuk melakukan pengukuran terhadap kepuasan mahasiswanya. Dengan melakukan hal tersebut pihak perguruan tinggi dapat mengetahui bagaimana kepuasan yang didapatkan oleh para mahasiswa terhadap layanan yang mereka berikan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan tinggi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 385 responden yang ditentukan dengan Rumus Slovin, dengan penyebaran kuesioner menggunakan teknik *purposive sampling* dan *simple random sampling*. Dalam analisis data menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada indeks 62,07% yang artinya cukup puas terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Persepsi mahasiswa terhadap fasilitas dan pelayanan relatif seragam, hal ini berdasarkan standar deviasi dimensi *tangible* sebesar 7,72; dimensi *responsiveness* sebesar 4,56; dimensi *reliability* sebesar 5,09; dimensi *assurance* sebesar 7,71; dimensi *empathy* sebesar 4,77. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang masih belum sepenuhnya baik sehingga mahasiswa masih merasa kurang puas.

## ABSTRACT

Larasati Sukma Nurhidayah. 2023, Thesis. Title: "Analysis of Student Satisfaction Levels Using Education Services: Customer Satisfaction Index Method (Study on Students of State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang)".

Advisor: H. Slamet, SE., MM., Ph.D

Keywords: College, Student Satisfaction, Customer Satisfaction Index

---

---

College is often seen as a business enterprise engaged in education that provides educational services in the form of learning, teaching, research, and serving the community. Universities as institutions that provide educational services are also required to be able to provide the best quality of service for their students. It is very important for a service unit such as this university to measure student satisfaction. By doing this, the university can find out how satisfied the students are with the services they provide.

The purpose of this study is to determine the level of student satisfaction with higher education services at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. The method used in this research is descriptive quantitative. The population in this study were students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. The sample used in the study was 385 respondents determined by the Slovin Formula, by distributing questionnaires using purposive sampling and simple random sampling techniques. In analyzing the data using the Customer Satisfaction Index (CSI) method.

The results of this study indicate that the level of satisfaction of students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang is at an index of 62.07%, which means that they are quite satisfied with the facilities and services provided by UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Student perceptions of facilities and services are relatively not diverse, based on the standard deviation of the tangible dimension of 7.72; responsiveness dimension of 4.56; reliability dimension of 5.09; assurance dimension of 7.71; empathy dimension of 4.77. Based on the results of the study, it shows that the quality of service provided by UIN Maulana Malik Ibrahim Malang is still not entirely good so that students still feel less satisfied.



## المستخلص

لاراستي سوكما نرهديه ٢٠٢٣. أطروحة. العنوان " تحليل مستويات رضا الطلاب باستخدام الخدمات التعليمية: طريقة مؤشر رضا العملاء (دراسات على طلاب جامعة مولانا الإسلامية الحكومية في مولانا (مالك إبراهيم مالانج).

مستشار :سلامت Ph. D., MM., SE

الكلمات المفتاحية: التعليم العالي ، رضا الطلاب ، مؤشر رضا العملاء

غالبًا ما يُنظر إلى التعليم العالي على أنه شركة تجارية تعمل في مجال التعليم الذي يقدم خدمات تعليمية في شكل تعلم ، وتدريب ، وبحث ، وخدمة المجتمع. كما أن التعليم العالي كمؤسسة تقدم خدمات تعليمية مطلوب أيضًا ليكون قادرًا على تقديم أفضل جودة من الخدمة لطلابها. من المهم جدًا لوحدة خدمة مثل هذه الجامعة قياس رضا الطلاب. من خلال القيام بذلك ، يمكن لمؤسسة التعليم العالي معرفة مدى رضا الطلاب عن الخدمات التي يقدمونها.

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد مستوى رضا الطلاب عن خدمات التعليم العالي في جامعة الدولة الإسلامية في مولانا مالك إبراهيم مالانج. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة الوصفية الكمية. كان السكان في هذه الدراسة طلابًا في جامعة مولانا الإسلامية التابعة للدولة الإسلامية مالك إبراهيم مالانج. بلغت العينة المستخدمة في هذه الدراسة ٣٨٥ مبحوثًا تم تحديدهم باستخدام صيغة سلوفين ، وذلك من خلال توزيع الاستبيانات باستخدام أساليب أخذ العينات الهادفة وأخذ العينات العشوائية البسيطة. في تحليل البيانات باستخدام طريقة مؤشر رضا العملاء

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مستوى رضا الطلاب في جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج بلغ مؤشر ٦٢,٠٧٪، مما يعني أنهم راضون تمامًا عن المرافق والخدمات التي تقدمها جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج. تصورات الطلاب للمرافق والخدمات موحدة نسبيًا، بناءً على الانحراف المعياري للبعد الملموس البالغ ٧,٢٧؛ بُعد الاستجابة ٤,٢٧؛ بُعد الموثوقية ٥,٠٩؛ بُعد الضمان ٧,٧١؛ البعد التعاطفي ٤,٧٧ استنادا إلى نتائج الدراسة، تبين أن جودة الخدمات المقدمة من جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج لا تزال ليست جيدة تمامًا بحيث لا يزال الطلاب يشعرون بعدم الرضا

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perguruan tinggi merupakan sebuah lembaga yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, penelitian ilmiah, dan pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 mengenai Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan sekolah yang lebih tinggi dari pendidikan menengah. Dimana Pendidikan tinggi tersebut mencakup Diploma, Sarjana, Magister, Spesialis, dan juga Doktor. Pada era ini, pendidikan tinggi dianggap sebagai lembaga pendidikan yang mampu menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Perguruan tinggi seringkali dipandang sebagai sebuah perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang pendidikan yang memberikan jasa kependidikan berupa proses belajar, mengajar, penelitian, serta mengabdikan kepada masyarakat (Wijatno, 2009). Perguruan tinggi juga mempunyai visi dan misi, kebijakan, anggaran, program, serta strategi dalam menghadapi berbagai ancaman baik dari dalam maupun luar perguruan tinggi tersebut layaknya sebuah perusahaan (Indrajit & Djokopranoto, 2006).

Layaknya sebuah perusahaan bisnis, perguruan tinggi juga memiliki produk yang dimana produk tersebut tentunya ditujukan kepada para konsumen. Dalam konteks perguruan tinggi, yang dimaksud produk adalah ilmu pengetahuan (Wijatno, 2009). Dimana ilmu pengetahuan tersebut diberikan kepada para

masyarakat yang tentunya membutuhkan layanan pendidikan tinggi demi terciptanya sumber daya yang profesional. Adapun yang dimaksud konsumen dalam perguruan tinggi yaitu mahasiswa sebagai pengguna jasa pendidikan tersebut (Wijaya, 2016). Indrajit & Djokopranoto (2006) berpendapat bahwa konsumen dalam perguruan tinggi terbagi menjadi 2 sudut pandang. Pertama, apabila dilihat dari produk universitas yang berupa pengetahuan dan pendidikan maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa adalah pelanggannya. Kedua, apabila produk universitas berupa sarjana lulusan, maka dapat dipastikan bahwa pelanggan universitas adalah masyarakat luas. Oleh sebab itu, maka perguruan tinggi harus menciptakan kualitas layanan yang memadai dan profesional sebagai syarat untuk menunjang produk perguruan tinggi yakni, sarjana yang berkualitas secara keilmuan.

Peranan jasa pelayanan saat ini memegang peranan penting dalam dunia bisnis, terlebih lagi dalam bidang pendidikan (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Perguruan tinggi merupakan produsen jasa pendidikan, sehingga harus senantiasa meningkatkan kemampuan untuk menyediakan jasa pendidikan yang baik agar memudahkan para konsumennya untuk mendapatkan jasa pendidikan yang layak (Lupiyoadi & Hamdani, 2008). Perguruan tinggi sebagai lembaga yang menyediakan jasa pendidikan juga diharuskan mampu untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi para mahasiswanya. Hal tersebut dikarenakan mutu layanan perguruan tinggi memiliki keterkaitan yang sangat erat terhadap kepuasan mahasiswa (Negricea et al., 2014). Setiap lembaga perguruan tinggi harus mengetahui keinginan dan juga kebutuhan para pelanggannya, dimana hal tersebut

merupakan salah satu fokus perguruan tinggi dalam mengelola pelayanannya. Selain itu, menurut pendapat Lovelock (2010) perguruan tinggi juga harus mengetahui dan melakukan pengamatan terhadap pesaing dengan tujuan untuk memberikan motivasi kepada para tenaga pendidik perguruan tinggi agar senantiasa meningkatkan kinerjanya demi menunjang pelayanan yang memuaskan. Hal tersebut dikarenakan dengan memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka akan timbul persepsi positif dari konsumen terhadap perguruan tinggi tersebut dan akan menimbulkan rasa kepuasan dan akan timbul menjadi loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2009).

Kepuasan merupakan sebuah nilai yang didapatkan konsumen setelah mengonsumsi produk atau jasa dimana produk atau jasa tersebut sesuai dengan yang telah diharapkan (Daryanto & Setyobudi, 2014). Kepuasan mahasiswa merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap perguruan tinggi. Mahasiswa yang mendapatkan rasa kepuasan umumnya akan bertahan pada jasa yang telah dipilihnya, cenderung membicarakan hal-hal yang positif tentang pilihan mereka dan menceritakan pengalamannya kepada orang lain sehingga hal tersebut dapat mengurangi biaya promosi dari perguruan tinggi tersebut (Schiffman, 2019). Pelanggan yang mendapatkan kepuasan yang tinggi, tidak akan mudah untuk mengubah pilihan mereka terhadap unit pelayanan pesaing lainnya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler (1997) yang mengatakan bahwa pelanggan yang merasa puas akan secara cepat untuk beralih apabila mendapatkan tawaran yang lebih menarik, berbeda dengan pelanggan yang sudah mendapatkan rasa kepuasan yang tinggi mereka akan lebih susah untuk mengubah pilihan mereka.

Sangat penting bagi suatu unit pelayanan seperti universitas ini untuk melakukan pengukuran terhadap kepuasan mahasiswanya. Dengan melakukan hal tersebut pihak perguruan tinggi dapat mengetahui bagaimana kepuasan yang didapatkan oleh para mahasiswa terhadap layanan yang mereka berikan. Menurut pendapat Mulyawan & Shidarta (2014) kepuasan mahasiswa akan menjadi tolak ukur keberhasilan lembaga perguruan tinggi dalam mengelola lembaga pendidikannya. Hal tersebut juga telah dikemukakan oleh (Wijaya, 2016) yang mengatakan bahwa keberhasilan sebuah lembaga pendidikan dapat diukur dengan sejauh mana jasa pendidikan yang dihasilkan telah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Kemudian dengan terciptanya kepuasan, mahasiswa akan bersedia untuk memberikan usaha terbaik mereka terhadap pembelajaran dan hal tersebut tentunya akan membuat universitas memperoleh keuntungan dalam persaingan (Dahan et al., 2016). Berdasarkan hal di atas penulis dapat mengetahui seberapa penting kepuasan pelanggan bagi perusahaan seperti perguruan tinggi.

Penelitian terdahulu mengenai kepuasan telah banyak dilakukan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Arna Wisudaningsi dkk (2019) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Ismanto & Munzir, 2020) dengan tujuan penelitian pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas

produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Septianna dkk (2019) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian tersebut juga memperoleh hasil yang sama bahwa kualitas jasa memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Belawanti dkk (2021) yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Hapsah, 2020) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa juga memperoleh yang sama yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan terhadap konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Ngatmo & Bodroastuti, (2012) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan. Penelitian tersebut menggunakan kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan biaya dan kemudahan sebagai variabel independen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang juga dilakukan oleh Sari & Hakimah, (2020) dengan tujuan penelitian mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, khususnya faktor kualitas pelayanan.

Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pendidikan yang berlokasi di Jalan Gajayana, Dinoyo, Lowokwaru, Malang. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu universitas di Kota Malang yang memiliki banyak peminat dalam setiap tahun ajaran. Hal tersebut terbukti ketika pada tahun 2019 jumlah pelajar yang memiliki minat terhadap UIN Malang mencapai 110 ribu peserta (Izzah, 2020). Dengan banyaknya peminat tersebut menunjukkan bahwa UIN Malang merupakan perguruan tinggi yang mempunyai kualitas pendidikan yang baik. Namun disamping itu, masih terdapat beberapa mahasiswa yang merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh kampus. Hal tersebut terbukti berdasarkan data kepuasan mahasiswa dengan persentase 28,83% sangat baik, 51,65% baik, 16,75% cukup, dan 2,75% kurang (LPM UIN Malang). Adapun ketidakpuasan tersebut mencakup bagian layanan akademik yang kurang jelas dan sedikit rumit dalam memberikan pelayannya, serta terhadap fasilitas-fasilitas belajar yang telah diberikan. Maka dari itu, pihak universitas harus melakukan pembenahan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat tercapainya kepuasan.

LPM UIN Malang dalam mengukur kepuasan tersebut menggunakan metode survei dengan mengambil jumlah responden secara acak sebesar 30% dari seluruh total populasi. Terdapat beberapa aspek yang digunakan dalam mengukur kepuasan, yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*. Survei dilakukan melalui kuesioner yang bisa diakses oleh mahasiswa sebelum *login* ke *website* SIAKAD. Setelah itu, data yang diperoleh akan diolah

menggunakan aplikasi SPSS dan Excel untuk mengetahui deskripsi secara statistik. Dalam melakukan pengukuran kepuasan tersebut masih terdapat beberapa kekurangan dan dapat dikatakan masih kurang kredibel. Hal tersebut dibuktikan dengan waktu pengisian kuesioner, mahasiswa diwajibkan mengisi sebelum masuk ke SIAKAD sehingga dalam proses mengisi bisa saja terburu-buru dan tidak sesuai dengan pengalaman. Selain itu, survei dilakukan ketika mahasiswa sudah masuk ke semester baru setelah liburan panjang sehingga beberapa mahasiswa sudah lupa terhadap pengalaman yang didapatkan sebelumnya. Adapun pernyataan kuesioner juga hanya terkait pembelajaran dosen dengan mahasiswa saja, tidak menyeluruh tentang pelayanan. Selain itu juga item pernyataan juga tidak sesuai dengan aspek kualitas pelayanan. Beberapa hal tersebut terbukti sebagaimana terlampir.

Tujuan utama dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan tinggi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal tersebut didasarkan pada paparan latar belakang di atas mengenai pentingnya kepuasan mahasiswa bagi perguruan tinggi. Selain itu, berdasarkan pengamatan penulis pada UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang merupakan salah satu universitas yang memiliki kualitas pendidikan yang baik, namun masih terdapat beberapa mahasiswa yang merasa kurang puas dengan layanan yang diberikan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan susunan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sejauh mana indeks kepuasan mahasiswa atas pelayanan



Pendidikan tinggi yang disajikan oleh Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang kepada mahasiswa?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa terhadap Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

a. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak universitas terkait permasalahan mengenai kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan dan dapat melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan sepanjang berjalannya universitas.

b. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan wawasan tentang pentingnya kepuasan terhadap suatu perusahaan. Selain itu juga dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang sama.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	(Fajrian Nispi, Ana Kurniawati & Lily Wulandari (2023)  “ <i>Analysis of User Satisfaction Level on Study Abroad Guidance Website Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods</i> ”	Tujuan penelitian untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.	Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Penelitian menggunakan metode CSI menghasilkan nilai 83,64%, yang berarti kinerja website website berada pada kategori "Sangat Puas". Untuk metode IPA, ditemukan bahwa semua atribut pernyataan untuk setiap dimensi memiliki "Sangat Sesuai" dengan nilai persentase pada rentang 80% - 100%. Hal ini berarti bahwa kesesuaian antara antara harapan dan kinerja website yang dirasakan pengguna saat ini adalah sangat sesuai atau puas dengan atribut-atribut tersebut.
2.	(Juni Hero Budianto, Abdul rahman, Sutrisno (2020)  “ <i>Application Of Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) Method to Analyze Indonesian Naval</i>	Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan atribut penting yang perlu diperbaiki.	Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Hasilnya didapatkan nilai sebesar 71,4%, walaupun sudah masuk dalam kategori puas masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang berarti segera diperbaiki.

	<i>2 nd Fleet Command Materiel Service Performance”</i>			
3.	(Muhammad Luthfi Hamzah, Rahmi Fitria Rahmadhani, Asti Ayu Purwati (2022)  “ <i>An Integration of Webqual 4.0, Importance Performance Analysis and Customer Satisfaction Index on E-Campus</i> ”	Tujuan penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan dan mengetahui indikator yang paling penting	Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kinerja sistem masih belum sesuai dengan harapan mahasiswa. secara keseluruhan, tingkat kepuasan berada pada kategori puas.
4.	Aula Putri Anindya dan Iva Mindhayani (2021)  “Analisis Kepuasan Pelanggan <i>De Laundry</i> dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> dan <i>Service Quality</i> ”	Tujuan penelitian untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh <i>De Laundry</i>	<i>Customer Satisfaction Index</i> dan <i>Service Quality</i>	Hasil penelitian dengan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> sebesar 80% yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Hasil metode <i>Service Quality</i> diketahui bahwa atribut dimensi <i>Assurance</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai kualitas pelayanan (Q) sebesar 1,0, serta diperoleh melalui hasil diagram kartesius bahwa atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan atau menjadi prioritas utama dalam perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan.
5.	(Noni Oktiana Setiowati, Abdul Alimul Karim, Eka Krisna Santoso (2022)	Tujuan penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan	Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Importance Performance</i>	Hasil studi menunjukkan bahwa mahasiswa ITK memiliki tingkat kepuasan sebesar 74.79% yang masuk

	<p>“<i>Assessment of Students Satisfaction with Online Learning Experiences during the COVID-19 Pandemic: Customer Satisfaction Index and Importance Performance Analysis Case Study at Institut Teknologi Kalimantan</i>”</p>	<p>mahasiswa tentang pengalaman belajar online ketika pandemi COVID-19 di Institut Teknologi Kalimantan (ITK)</p>	<p><i>Analysis (IPA)</i></p>	<p>ke dalam kategori Puas. Berdasarkan hasil analisis IPA menunjukkan bahwa sebagian besar ketidakpuasan mahasiswa berasal dari salah satu item pada indikator iklim belajar.</p>
6.	<p>Made Nanda Pranata, Amna Hartiati, dan Cokorda Anom Bayu Sadyasmara (2019)</p> <p>“Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di <i>Voltvet Eatery and Coffee</i> Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>”</p>	<p>Tujuan penelitian untuk mengetahui atribut produk dan jasa yang penting oleh pelanggan, menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan, dan menentukan atribut yang perlu ditingkatkan dalam memperoleh kepuasan.</p>	<p>Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Potential Gains In Customer Values (PGCV)</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua atribut kualitas produk dan jasa dianggap penting oleh konsumen. hasil dengan metode CSI terhadap kualitas produk sebesar 82,85% dan kualitas pelayanan sebesar 83,83% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas. Atribut kualitas produk yang perlu diperhatikan adalah penyajian, diskon, dan konsistensi makanan. Sedangkan atribut pada kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan tempat parkir, fasilitas wifi, dan penampilan pegawai.</p>
7.	<p>(Endang Pudji Widjajati, Mega Cattleya, Prameswari Anissa Islami (2022)</p> <p>“<i>Assessment of Service Quality in</i></p>	<p>Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui nilai kepuasan terhadap pelayanan dan untuk</p>	<p><i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan indeks kepuasan pelanggan sebesar 70,8%. yang berarti bahwa pelanggan di Puskesmas Kedamean Gresik merasa</p>

	Community Health Center Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA)”	mengetahui atribut yang perlu di evaluasi untuk meningkatkan pelayanan.		puas dengan pelayanan yang diberikan, namun perlu dilakukan perbaikan pada pelayanannya.
8.	Ridho Elghani, Dyah Aring Hepiana Lestari, dan Maya Riantini (2022)  “Analisis Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Pelayanan Koperasi Pertanian Seandanan di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran”	Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota koperasi dan untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi prioritas utama Koperasi Pertanian Seandanan	<i>Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Hasil penelitian dengan menggunakan metode CSI sebesar 70,12% yang menunjukkan anggota koperasi merasa puas. Sedangkan dengan metode IPA terdapat 7 atribut yang menjadi prioritas utama yaitu dukungan peralatan penunjang operasional, petugas lapangan kegiatan operasional memadai, koordinasi karyawan di lingkungan internal koperasi, koordinasi karyawan koperasi dengan instansi lain, jaminan atas kehilangan/kerusakan berkas administrasi, tingkat intelektualitas dan tanggung jawab petugas, dan pemahaman petugas terhadap kebutuhan anggota.

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Perguruan Tinggi

#### 2.2.1.1 Pengertian Perguruan Tinggi

Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 mengenai Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, perguruan tinggi merupakan

satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi. Dimana Pendidikan tinggi tersebut mencakup Diploma, Sarjana, Magister, Spesialis, dan juga Doktor. Menurut Abbas (2008), perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, yang kelebagaannya dapat berupa akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, dan universitas. Sedangkan menurut KBBI, perguruan tinggi adalah tempat pendidikan dan pengajaran tingkat tinggi seperti sekolah tinggi, akademi, dan universitas.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai perguruan tinggi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perguruan tinggi adalah sebuah lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dalam upaya menghasilkan sumber daya yang terdidik dan profesional.

#### **2.2.1.2 Perguruan Tinggi dalam Konteks Bisnis**

Menurut Wijatno (2009) Perguruan tinggi seringkali dipandang sebagai sebuah perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang pendidikan yang memberikan jasa kependidikan berupa proses belajar, mengajar, penelitian, serta mengabdikan kepada masyarakat. Kemudian Indrajit & Djokopranoto (2006) juga berpendapat bahwa layaknya sebuah perusahaan, perguruan tinggi juga mempunyai visi dan misi, kebijakan, anggaran, program, serta strategi dalam menghadapi berbagai ancaman baik dari dalam maupun luar perguruan tinggi tersebut. Selain itu, perguruan tinggi juga memiliki konsumen, konsumen dalam perguruan tinggi yaitu mahasiswa sebagai pengguna jasa pendidikan tersebut (Wijaya, 2016). Sedangkan menurut pendapat Indrajit & Djokopranoto (2006) konsumen dalam perguruan tinggi terbagi menjadi 2 sudut pandang. Pertama, apabila dilihat dari

produk universitas yang berupa pengetahuan dan pendidikan maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa adalah pelanggannya. Kedua, apabila produk universitas berupa sarjana lulusan, maka dapat dipastikan bahwa pelanggan universitas adalah masyarakat luas. Menurut pendapat Slamet dkk (2023) seperti halnya perusahaan, perguruan tinggi juga ingin menciptakan kepuasan pelanggan dari layanan mereka. Dimana kepuasan tersebut tercipta melalui layanan pendidikan yang berkualitas.

### **2.2.1.3 Pola Perguruan Tinggi**

Menurut Slamet et al., (2023) saat ini, pola perguruan tinggi di Indonesia ada 3, yaitu:

- 1) Perguruan tinggi negeri dengan pola manajemen keuangan negara pada umumnya, merupakan salah satu satuan kerja pemerintah dalam bidang layanan Pendidikan tinggi, sehingga status dan perlakuan perguruan tinggi sama dengan satuan kerja pemerintah pada umumnya.
- 2) Perguruan tinggi negeri dengan pola Badan Layanan Umum, perguruan tinggi dengan pola tersebut mengedepankan prinsip efisiensi, efektivitas, produktivitas, dan diperbolehkan melakukan praktik bisnis yang sehat sejalan dengan *core business* Badan Layanan Umum.
- 3) Perguruan tinggi dengan pola Badan Hukum, merupakan perguruan tinggi negeri yang memiliki status sebagai subjek hukum yang otonom. Perguruan tinggi dengan pola ini mempunyai hak otonom yang luas tentang pengembangan akademik.

#### **2.2.1.4 Layanan Jasa Perguruan Tinggi**

Berdasarkan Undang-Undang RI No. 12 tahun 2012 Tentang Perguruan Tinggi pengelolaan layanan perguruan tinggi terbagi menjadi 2, yaitu:

##### **a. Akademik**

Pelayanan akademik merupakan pelayanan kependidikan yang berkaitan langsung kepada primer (mahasiswa) dari perguruan tinggi yang meliputi kurikulum, silabus, rancangan mutu perkuliahan, satuan materi sajian, penyajian materi, evaluasi, praktikum, dan pembimbingan (Anastasia & Tjiptono, 2003). Adapun pengertian masing-masingnya yaitu:

- i) Kurikulum, merupakan seperangkat rencana dan pengaturan yang berhubungan dengan materi pelajaran (perkuliahan) atau bahan kajian, metode penyampaian, serta penilaian (Sudiyono, 2004).
- ii) Silabus, merupakan rencana pembelajaran pada suatu sistem atau kelompok mata pelajaran atau tema tertentu yang mencakup standar kompetensi, kompetensi dasar, materi pokok, kegiatan pembelajaran, indikator, penilaian, alokasi waktu, dan sumber bahan belajar (Narwanti, 2015).
- iii) Rancangan mutu perkuliahan, merupakan sebuah dokumen yang berisi tentang rencana penyelenggaraan perkuliahan oleh setiap perguruan tinggi yang mencakup strategi, tujuan, dan indikator yang harus dicapai oleh perguruan tinggi.



- iv) Satuan materi sajian, merupakan satuan materi yang disusun dalam mata pelajaran atau mata kuliah dengan tujuan untuk membantu mahasiswa dalam mempelajari materi tersebut.
- v) Penyajian materi, merupakan metode atau teknik yang digunakan dosen dalam memberikan materi perkuliahan kepada mahasiswa seperti diskusi, presentasi, tanya jawab, dan ceramah.
- vi) Evaluasi, merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa dapat menerima dan memahami materi yang telah diperoleh (Arikunto, 2012).
- vii) Praktikum, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia praktikum merupakan pelajaran praktik yang bertujuan agar mahasiswa dapat menguji dan melaksanakan dalam keadaan nyata apa yang diperoleh dalam teori.
- viii) Pembimbingan, merupakan kegiatan dan pelayanan bantuan kepada mahasiswa untuk membantu mahasiswa secara individu maupun kelompok selama proses perkuliahan (Rahma, 2010).

b. Non Akademik

Pengelolaan layanan di bidang non akademik meliputi penetapan norma dan kebijakan operasional serta pelaksanaan: (1) organisasi kemahasiswaan, (2) keuangan, hal tersebut meliputi beasiswa, dana yang mendukung prestasi mahasiswa seperti perlombaan, seminar, dan yang lainnya (3) layanan administrasi, (4) ketenagaan, yang mencakup dosen dan para staf lainnya (5) sarana prasarana. Pengukuran kualitas pelayanan non akademik di perguruan

tinggi menggunakan dimensi kualitas pelayanan jasa. Menurut Parasuraman dkk dalam Lupiyoadi & Hamdani (2008) terdapat 5 dimensi kualitas layanan jasa, diantaranya yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*. Adapun pengertian masing-masing dimensi yaitu:

- i) *Tangible* atau berwujud, merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya terhadap pihak luar. Penampilan dan kemampuan serta sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan dan juga keadaan lingkungan sekitar yang merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Adapun *tangible* dalam konteks perguruan tinggi merupakan bukti fisik yang mendukung proses perkuliahan yang mencakup gedung perkuliahan, perpustakaan, laboratorium, tempat parkir, dan lain sebagainya. Selain itu, kerapihan penampilan tenaga pendidik juga termasuk dari *tangible*. Kerapihan dalam penampilan sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-A'raf ayat 26

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا<sup>ط</sup> وَلِبَاسُ  
التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۗ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

*Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”(QS. Al-A'raf 7:26)*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam berpakaian harus rapi, sopan, dan beretika. Hal tersebut sesuai dengan teori yang telah dijelaskan bahwa tenaga pendidik dalam memberikan pelayanan harus berpakaian sesuai dengan etika.

ii) *Responsiveness* atau ketanggapan, merupakan kebijakan perusahaan dalam membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat terhadap pelanggan. Selain itu dalam memberikan informasi, perusahaan juga harus jelas dan mudah diterima oleh konsumen. dalam konteks perguruan tinggi, *responsiveness* adalah ketanggapan para tenaga pendidik untuk mendengarkan dan memberi solusi terhadap keluhan yang dialami mahasiswa. Islam telah mengajarkan untuk senantiasa bersikap profesional dalam menjalankan pekerjaannya, hal tersebut sesuai dengan perintah Allah Swt dalam Al-Quran surah Al-Israa ayat 84

فَلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

*Artinya: “Katakanlah: Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.”(QS. Al-Israa 17:84)*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam mengerjakan sesuatu harus sesuai dengan porsinya, tidak lebih dan juga tidak kurang. Ayat tersebut sesuai dengan teori yang telah dijelaskan diatas bahwasannya dalam bekerja harus sesuai dengan profesi yang dimilikinya.

iii) *Reliability* atau keandalan, merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimana layanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. berupa jaminan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pekerja perusahaan untuk meyakinkan produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada para pelanggan. Adapun *reliability* dalam konteks perguruan tinggi adalah berhubungan dengan

kebijakan-kebijakan kampus, pelayanan pegawai, dan kompetensi dosen sesuai dengan yang dijanjikan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

Islam mengajarkan para umatnya untuk senantiasa menepati janji yang sebelumnya telah disepakati, selain itu islam juga mengajarkan untuk menjaga sebuah amanah yang telah diberikan. Konsep keandalan dalam kualitas pelayanan sudah diatur dalam Al-Quran pada Surah An-Nahl ayat

91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*Artinya : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”(QS. An-Nahl 16:91)*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap muslim harus senantiasa untuk menepati janji yang telah disepakati. Hal tersebut juga sesuai dengan teori yang telah dijelaskan bahwa perguruan tinggi harus memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada konsumennya.

- iv) *Assurance* atau jaminan dan kepastian, berupa jaminan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pekerja perusahaan untuk meyakinkan produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada para pelanggan. Dalam konteks perguruan tinggi, *assurance* berupa jaminan pelayanan jasa yang diberikan dapat menjamin keamanan, dan kompetensi sesuai dengan harapan mahasiswa. Dalam memberikan pelayanan, haruslah para tenaga

pendidik memberikan layanan dengan sebaik-baiknya. Sebagaimana hal tersebut telah diajarkan oleh Rasulullah kepada umatnya untuk bersikap secara benar ketika berinteraksi dengan orang lain. hal tersebut juga sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al-Quran surah Ali 'Imran ayat 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا  
عَمَّنْ حَوْلِكَ فَاغْفِرْ لَهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ  
فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."(QS. Ali 'Imran 3:159)*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam berinteraksi kita harus bersikap baik dan tidak berlaku kasar terhadap orang lain. hal tersebut sesuai dengan teori yang telah dijelaskan bahwa dalam memberikan pelayanan kepada *stakeholders* harus sesuai dengan etika.

- v) *Empathy* atau empati, yaitu memberikan perhatian yang tulus dalam upaya untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Adapun *empathy* dalam konteks perguruan tinggi yaitu berhubungan dengan kemudahan mahasiswa dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, dan komunikasi, selain itu para tenaga pendidik juga harus mampu dalam memahami kondisi mahasiswa.

Islam selalu mengajarkan untuk senantiasa berbuat kebaikan terhadap sesama manusia. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Al-Quran surah An-Nahl ayat 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ  
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

*Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”(QS. An-Nahl 16:90)* Ayat tersebut mengajarkan bahwa harus senantiasa untuk bersifat kebaikan dan adil tidak membeda-bedakan. Ayat tersebut sesuai dengan teori yang telah dijelaskan bahwa dalam memberikan pelayanan harus bersifat baik dan tidak membeda-bedakan antar mahasiswa satu dengan lainnya.

## **2.2.2 Kepuasan Konsumen**

### **2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler, (1997) kepuasan merupakan rasa senang atau kecewa yang didapatkan oleh konsumen setelah membandingkan harapannya dan hasil yang didapatkannya. Apabila hasil yang didapatkan sesuai dengan keinginan, maka pelanggan akan mendapatkan kepuasan, begitu pula sebaliknya. Fatihudin & Firmansyah (2019) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk atau jasa yang diterima. Kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman. Sedangkan kepuasan konsumen menurut Daryanto & Setyobudi (2014) adalah sebuah nilai yang didapatkan konsumen setelah mengonsumsi produk atau jasa dimana produk atau jasa tersebut sesuai dengan yang telah diharapkan. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen

adalah perasaan yang muncul setelah mengonsumsi sebuah produk atau jasa yang telah diterima. Rasa puas akan muncul apabila produk atau jasa yang diterima sudah sesuai dengan harapan konsumen.

#### **2.2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terciptanya kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml dalam Daryanto & Setyobudi (2014) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu: (1) Kualitas produk dan jasa, (2) Harga, (3) Faktor situasi, dan (4) Faktor personal. Adapun penjelasan masing-masing faktor yaitu:

- 1) Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan jasa. Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik dan fitur dalam suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memberikan kepuasan yang dinyatakan atau tersirat (*American Society of Quality Control* dalam Kotler & Keller, 2008). Semakin tinggi tingkat kualitas suatu produk atau jasa, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang didapatkan oleh konsumen. Dalam menilai tingkat kepuasannya, pelanggan akan terlebih dahulu menggunakan suatu produk atau jasa yang telah dipilihnya. Setelah itu mereka akan menilai kualitas dari produk atau jasa yang kemudian menimbulkan rasa kepuasan.
- 2) Selain faktor kualitas terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan yaitu harga. Menurut Kotler & Armstrong (2008) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang telah digunakan. Seringkali konsumen menghadapi berbagai

macam pertimbangan terhadap sesuatu yang akan mereka dapatkan dengan biaya yang dikeluarkan jika mengonsumsi sebuah produk atau jasa tersebut. Apakah harga tersebut akan sebanding dengan yang mereka dapatkan atau tidak.

- 3) Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah faktor situasional. Menurut Mothersbaugh & Hawkins (2016) faktor situasional merupakan *all those factors particular to a time and place that do not follow from a knowledge of the stable attributes of the consumer and the stimulus and that have an effect on current behavior*. Faktor situasional merupakan faktor yang berhubungan dengan waktu dan tempat serta tidak berasal dari merek yang dipasarkan dan tidak juga dari diri mereka sendiri. Faktor situasional muncul secara tiba-tiba dan akan menimbulkan pengaruh bagi seseorang untuk mengonsumsi sebuah produk atau jasa.
- 4) Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah faktor personal atau kepribadian. Menurut (Kotler, 1997) karakteristik kepribadian tersebut terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Faktor kepribadian tersebut menimbulkan tanggapan yang konsisten dan bertahan lama terhadap persepsi mengenai kepuasan pembelian.

Sedangkan, menurut pendapat Lupiyoadi dalam Indrasari (2019) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh 5 faktor yang perlu diperhatikan, yaitu:

- 1) Kualitas produk, konsumen akan mudah merasa puas apabila produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik dan sesuai harapan mereka.



- 2) Kualitas pelayanan, dengan memberikan pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa sangat nyaman dan puas.
- 3) Emosional, *customer* akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan mengagumi apabila ia menggunakan produk atau jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, produk atau jasa yang berkualitas dan menetapkan harga yang cenderung murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, konsumen tidak perlu membayar biaya tambahan dan membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa akan cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### **2.2.2.3 Mengukur Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam sebuah perusahaan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan perlu melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggannya untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan. Terdapat beberapa langkah yang dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler (2004), yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran, dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan dan saran. Hal tersebut kemudian dapat menjadi masukan bagi dan bertindak secara cepat untuk menyelesaikan masalah yang terjadi.

- b. Survei kepuasan pelanggan, mengadakan survei secara berkala dengan memberikan daftar pertanyaan untuk mengetahui penilaian terhadap kinerja perusahaan.
- c. *Ghost shopping* atau pembeli bayaran, hal ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang untuk menjadi pelanggan produk perusahaan dan pesaing. Setelah itu, *ghost shopper* akan menyampaikan kelemahan dan kelebihan dari perusahaan pesaing sesuai dengan pengalaman mereka.
- d. *Lost customer analysis*, perusahaan menghubungi para pelanggan yang sudah tidak membeli lagi produk atau jasa mereka untuk mengetahui penyebabnya dan kemudian perusahaan melakukan evaluasi terhadap kekurangan-kekurangan produk atau jasa yang ditawarkan.

#### **2.2.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Berry dan Parasuraman dalam Alma (2005) yang dikutip kembali oleh Rinto Alexandro (2020) terdapat 5 indikator kepuasan, diantaranya yaitu:

- 1) *Tangible* atau berwujud, merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya terhadap pihak luar. Penampilan dan kemampuan serta sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan dan juga keadaan lingkungan sekitar yang merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.
- 2) *Responsiveness* atau ketanggapan, merupakan kebijakan perusahaan dalam membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat terhadap

pelanggan. Selain itu dalam memberikan informasi, perusahaan juga harus jelas dan mudah diterima oleh konsumen.

- 3) *Reliability* atau keandalan, merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimana layanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. berupa jaminan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pekerja perusahaan untuk meyakinkan produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada para pelanggan.
- 4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian, berupa jaminan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pekerja perusahaan untuk meyakinkan produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada para pelanggan.
- 5) *Empathy* atau empati, yaitu memberikan perhatian yang tulus dalam upaya untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

### **2.2.3 Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut produk atau jasa. Menurut Aritonang (2005) yang dikutip oleh Devani & Rizko (2016); Pranata dkk (2019) terdapat langkah-langkah yang perlu diketahui untuk mengukur besarnya CSI yaitu:

- 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). *Mean Importance Score* (MIS) adalah rata-rata skor pentingnya suatu atribut yang berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen. sedangkan

*Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata kinerja suatu atribut yang berasal dari rata-rata kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen.

- 2) Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.
- 3) Menghitung *Weight Score* atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata kepuasan.
- 4) Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

#### **2.2.4 Dimensi Pengukuran Kepuasan Layanan Perguruan Tinggi**

Merujuk pendapat Parasuraman dkk dalam Lupiyoadi & Hamdani, 2008 menyatakan bahwa ada lima parameter atau dimensi pengukuran kualitas pelayanan, yaitu tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy. Merujuk Anastasia & Tjiptono, 2003 menyatakan bahwa ada dua area layanan pendidikan tinggi yaitu layanan akademik dan non akademik. Sementara, merujuk Zeithaml dalam Daryanto & Setyobudi, 2014 faktor yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu faktor situasional dan harga. Oleh sebab itu, desain instrument penelitian ini merupakan gabungan dari ketiga pandangan di atas. Dengan demikian, Parameter/dimensi pengukuran kepuasan mahasiswa sebagaimana tergambar dalam Tabel 2.2. berikut:

**Tabel 2.2**  
**Dimensi Pengukuran Kepuasan**

No	Dimensi	Akademik	Non Akademik	Faktor-Faktor
1.	<i>Tangible</i>	Sarana pendidikan	Prasarana Pendidikan	Situasi/kondisi belajar (Situasional)
2.	<i>Responsiveness</i>	Tenaga Pendidikan (Dosen)	Tenaga kependidikan (karyawan)	-
3.	<i>Reliability</i>	Tenaga Pendidikan (Dosen)	Tenaga kependidikan (karyawan)	Situasi/ kondisi dalam merespon layanan kepada mahasiswa (Situasional)
4.	<i>Assurance</i>	Kurikulum & kompetensi dosen	Kompetensi karyawan, standar layanan, ijazah, dan akreditasi.	Biaya pendidikan (UKT)
5.	<i>Empathy</i>	Tenaga Pendidikan (Dosen)	Tenaga Pendidikan (Dosen)	Pemberian beasiswa

Sumber: Desain instrumen (peneliti, 2023)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dikarenakan analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa angka. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan atas paradigma *positivistic*, yang menganggap bahwa pengalaman bersifat objektif dan dapat diukur dan kemudian dihitung (Kasiram, 2010). Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, metode penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat angka atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

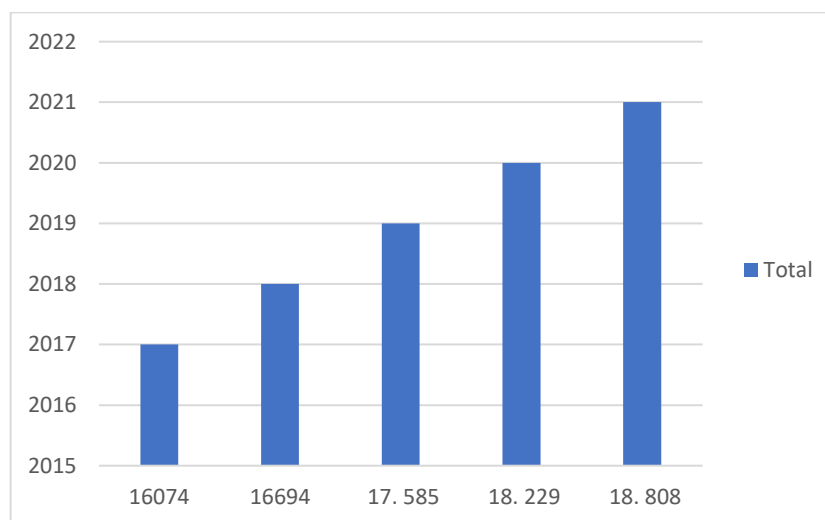
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei. Menurut Indriyani (2017) mendefinisikan survei sebagai teknik pengumpulan data dengan cara menanyakan sejumlah pertanyaan terstruktur kepada responden yang dipilih secara acak dari populasi tertentu dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang keadaan, perilaku, dan pandangan terkait topik yang diteliti.

#### **3.2 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya sebuah penelitian. Pemilihan lokasi penelitian berdasarkan keterbatasan geografi praktis seperti biaya,

waktu, dan juga tenaga yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi penelitian (Moeloeng, 2007). Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Lokasi tersebut digunakan dengan alasan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan kampus terbaik di Malang yang menempati posisi ketiga (Humas, 2023). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Alasan peneliti memilih subjek tersebut adalah dikarenakan jumlah mahasiswa yang mengalami dalam setiap tahunnya. Hal tersebut dibuktikan secara grafik dalam gambar 3.1 berikut:

**Gambar 3. 1**  
**Jumlah Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**  
**2017-2021**



Sumber : UIN Malang 2023

Melalui peningkatan jumlah tersebut dapat dikatakan bahwa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu universitas yang memiliki kualitas pelayanan baik sehingga banyak calon mahasiswa yang memilih universitas tersebut.

### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambil Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dapat juga diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya (Kasiram, 2010). Berdasarkan hal tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Populasi menurut jenisnya terbagi menjadi dua (Asnawi & Masyhuri, 2011) yaitu populasi terbatas dan tidak terbatas. Berdasarkan kategori tersebut, mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang termasuk dalam kategori populasi terbatas. Hal tersebut dikarenakan jumlah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diketahui secara kuantitatif. Dalam penelitian ini diketahui jumlah populasi sebanyak 10.212 mahasiswa.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (Syahrurum & Salim, 2012). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah bertujuan untuk mempermudah dalam pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2013) teknik pengambilan sampel merupakan cara yang dilakukan dalam menentukan sampel yang akan digunakan. Jumlah populasi dalam penelitian ini sudah diketahui, sehingga untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2019) berikut:



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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Margin of error*, 5% (0,05)

$$n = \frac{10.212}{(1 + (10.212 \times 0.05^2))} = 385$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut, jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 385.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dan *simple random sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan atas dasar pertimbangan peneliti semata yang menganggap bahwa unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil (Surahman et al., 2016). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang semester 4-8. Alasan menggunakan kriteria tersebut dikarenakan mahasiswa semester 4-8 tergolong sudah menikmati sebagian besar pelayanan yang diberikan oleh universitas. Menurut Syahrudin & Salim (2012) *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara random tanpa pandang bulu.

### 3.4 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena tersebut disebut sebagai variabel penelitian. Sedangkan menurut Creswell (2012) dalam Raihan (2017) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur, pencapaian nilai, dan mengamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Raihan (2017) kuesioner atau angket adalah alat pengumpulan data berupa pertanyaan yang kemudian diberikan kepada responden untuk dijawabnya. Adapun langkah yang dilakukan setelah menyebarkan kuesioner kepada sejumlah sampel yang telah ditentukan, data kemudian akan diolah menggunakan metode CSI untuk mengetahui indeks kepuasan yang tercapai.

#### 3.4.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut (Sugiyono, 2013) skala likert adalah alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Untuk keperluan analisis kuantitatif, pertanyaan pada kuesioner menggunakan skor 1-5.

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert dalam Pertanyaan Tertutup**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

### 3.4.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Pada penelitian kuantitatif, hal tersebut dilakukan untuk memperoleh data yang valid. Uji validitas adalah uji instrumen data untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah instrumen dalam penelitian dalam mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen dapat dikatakan valid apabila terdapat korelasi yang signifikan terhadap skor totalnya. Menurut pendapat Purnomo (2016) jika signifikansi  $< 0,05$  maka item valid, tetapi jika signifikansi  $> 0,05$  maka item tidak valid. Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini pada Tabel 3. 5 berikut:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Dimensi</b>	<b>Item</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Tangible</i>	T.1	$< 0,001$	Valid
	T.2	$< 0,001$	Valid
	T.3	0,002	Valid
	T.4	0,197	Tidak Valid
	T.5	0,025	Valid
	T.6	$< 0,001$	Valid
	T.7	$< 0,001$	Valid
	T.8	0,030	Valid
	T.9	0,009	Valid
	T.10	0,010	Valid
	T.11	0,229	Tidak Valid
	T.12	0,002	Valid
	T.13	0,004	Valid
<i>Responsive</i>	RS.1	$< 0,001$	Valid
	RS.2	$< 0,001$	Valid
	RS.3	$< 0,001$	Valid
	RS.4	$< 0,001$	Valid
	RS.5	$< 0,001$	Valid
	RS.6	$< 0,001$	Valid
	RS.7	$< 0,001$	Valid
<i>Reliability</i>	R.1	0,002	Valid
	R.2	0,006	Valid
	R.3	$< 0,001$	Valid

	R.4	< 0,001	Valid
	R.5	< 0,001	Valid
	R.6	0,003	Valid
	R.7	< 0,001	Valid
Assurance	A.1	< 0,001	Valid
	A.2	< 0,001	Valid
	A.3	< 0,001	Valid
	A.4	< 0,001	Valid
	A.5	< 0,001	Valid
	A.6	< 0,001	Valid
	A.7	0,003	Valid
	A.8	< 0,001	Valid
	A.9	0,007	Valid
	A.10	< 0,001	Valid
	A.11	< 0,001	Valid
Empathy	E.1	< 0,001	Valid
	E.2	< 0,001	Valid
	E.3	0,003	Valid
	E.4	< 0,001	Valid
	E.5	< 0,001	Valid
	E.6	< 0,001	Valid
	E.7	< 0,001	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan kepada 30 responden menunjukkan bahwa terdapat 2 item yang tidak valid pada dimensi *tangible*. Pada item yang tidak valid telah dilakukan perubahan dalam pernyataannya. Sehingga pernyataan dapat dikatakan layak dan dapat digunakan mengukur sesuai dengan yang diinginkan.

### 3.4.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten (memperoleh hasil yang sama) apabila pengukuran dilakukan secara berulang (Surahman et al., 2016). Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana instrumen yang digunakan adalah instrumen yang sudah valid. Menurut Sekaran (1992) dalam Purnomo (2016) untuk menentukan reliabel atau tidaknya menggunakan batasan 0,6. Apabila

reliabilitas <0,6 maka dikatakan kurang baik, jika 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik. Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.4 berikut:

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Dimensi</b>	<b>Nilai <i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
<i>Tangible</i>	0,738	Reliabel
<i>Responsive</i>	0,781	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,760	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,768	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,778	Reliabel

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan hasil bahwa semua dimensi yang digunakan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 yang artinya reliabel. Sehingga semua item pernyataan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan layak dilanjut penelitian.

### **3.5 Data dan Jenis Data**

Menurut Siyoto & Sodik (2015) data merupakan fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk memberikan gambaran spesifik mengenai objek penelitian. Sedangkan sumber data adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Data terbagi menjadi 2, yaitu data primer dan data sekunder (Raihan, 2017). Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya (responden). Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pada penelitian ini data sekunder berupa data kepuasan mahasiswa dan jumlah seluruh mahasiswa yang diperoleh dari LPM UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

dan Bagian Akademik UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sedangkan, data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data secara objektif (Syahrums & Salim, 2012). Teknik pengumpulan data merupakan sebuah langkah utama dalam sebuah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Sugiyono (2019) survei merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan tersebut bersifat tertutup, sehingga responden hanya perlu memilih salah satu alternatif jawaban dari pertanyaan yang disediakan. Kemudian pertanyaan tersebut disebar melalui *google form* kepada responden yang sesuai dengan sumber data penelitian. Dalam proses penyebaran kuesioner, peneliti mendampingi setiap pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden untuk menghindari terjadinya pengisian secara asal. Proses penyebaran kuesioner ini dimulai pada 8 Juni 2023 sampai dengan 12 Juli 2023.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Syahrums & Salim (2012) definisi operasional variabel merupakan sebuah batasan-batasan yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel penelitiannya sendiri sehingga variabel penelitian dapat diukur. Definisi operasional dalam penelitian penting untuk dilakukan, hal tersebut dikarenakan definisi operasional akan menunjuk alat pengambilan data seperti apa yang cocok

untuk digunakan sesuai dengan penelitian. Adapun tujuan dari definisi operasional variabel ini adalah untuk memberikan makna yang jelas dari sebuah variabel penelitian. Berdasarkan Tabel 2.2 di atas, maka dapat dirumuskan definisi operasional variabel pada Tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.4**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Definisi Operasional Variabel</b>	
Kualitas layanan (Parasuraman dkk dalam Lupiyoadi & Hamdani, 2008)	<i>Tangible</i>	Yang dimaksud <i>tangible</i> dalam penelitian ini yaitu semua bukti fisik yang dapat dilihat, dirasakan, dan didengarkan oleh mahasiswa, baik terkait sarana pendidikan, prasarana pendidikan, maupun situasi/kondisi belajar dan lingkungan kampus yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang,	
	<i>Responsiveness</i>	Adapun yang dimaksud <i>responsiveness</i> dalam penelitian ini terkait dengan pelayanan yang diberikan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang kepada mahasiswa yang mencakup ketanggapan para civitas akademik dalam memberikan layanan, menerima dan mengatasi segala macam keluhan dari para mahasiswa	
	<i>Reliability</i>	Yang dimaksud <i>reliability</i> dalam penelitian ini adalah kehandalan,	



		kemampuan, dan kompetensi para civitas akademik dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.	
	<i>Assurance</i>	Yang dimaksud <i>assurance</i> dalam penelitian ini adalah kepastian atau jaminan para tenaga pendidik dan kependidikan mempunyai kompetensi dan kemampuan sesuai yang dijanjikan.	
	<i>Empathy</i>	Yang dimaksud <i>empathy</i> dalam penelitian ini adalah sejauh mana para civitas akademik memperhatikan mahasiswanya	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

### **3.8 Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2018) terdapat 4 tahapan dalam melakukan analisis data, yaitu:

- a. Mengumpulkan dan mengelompokkan data, pada tahap ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan metode teknik sampling.
- b. Membersihkan dan mentabulasi data, data mentah yang telah diperoleh perlu dilakukan proses pemilahan untuk mendapatkan data yang sesuai. Pada penelitian ini, setelah peneliti melakukan pemilahan data ternyata terdapat beberapa hasil kuesioner yang tidak layak dijadikan analisis dengan alasan diragukan, misalnya semua skor pernyataan memiliki jawaban yang sama dan banyak pernyataan yang tidak mendapat jawaban atau kosong. Sehingga dari jumlah sampel yang telah ditentukan, data yang dapat digunakan sebesar 75% atau sebanyak 288 responden.
- c. Melakukan pengolahan data, pada tahap ini setelah seluruh data telah dipilah Langkah yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan olah data menggunakan metode yang telah ditentukan oleh peneliti.
- d. Menyajikan data, tahap terakhir setelah pengolahan yaitu data disajikan dengan sebaik mungkin agar data dapat mudah dipahami oleh para pembacanya.

#### **3.8.1 Analisis Deskriptif**

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

berlaku untuk umum (Sugiyono, 2019). Adapun item yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy*.

### 3.8.2 Uji *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Menurut Aritonang (2005) yang dikutip oleh Devani & Rizko (2016); Pranata dkk (2019) terdapat langkah-langkah yang perlu diketahui untuk mengukur besarnya CSI yaitu:

- 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). *Mean Importance Score* (MIS) adalah rata-rata skor pentingnya suatu atribut yang berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen. sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata kinerja suatu atribut yang berasal dari rata-rata kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n .Y_i}{n}$$

Keterangan:

$Y_i$  = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

$n$  = Jumlah responden

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n .Y_i}{n}$$

Keterangan:

$Y_i$  = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

$n$  = Jumlah responden

- 2) Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

$MIS_i$  = Nilai rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$  = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

- 3) Menghitung *Weight Score* atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata kepuasan.

$$WS_i = WFi \times MSS$$

Keterangan:

$WFi$  = Faktor tertimbang ke-i

$MSS$  = Rata-rata tingkat kepuasan

- 4) Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

$HS$  = High Scale merupakan skala maksimum yang digunakan (5)

$\sum_{i=1}^p MIS$  = Total rata-rata skor kepentingan dari ke-i ke-p

**Tabel 3.5**  
**Kriteria Tingkat Kepuasan**

<b>No</b>	<b>Nilai CSI (%)</b>	<b>Keterangan CSI</b>
1.	81% - 100%	Sangat Puas
2.	66% - 80,99%	Puas
3.	51% - 65,99%	Cukup Puas
4.	35% - 50,99%	Kurang Puas
5.	0% - 34,99%	Tidak Puas

Sumber: Aritonang (2005) dalam Devani & Rizko (2016)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

Universitas Islam Negeri Maulana Ibrahim Malang merupakan salah satu universitas besar yang terletak di Kota Malang, tepatnya di Jalan Gajayana 50, Dinoyo, Malang. Universitas ini memiliki ciri khusus dalam model pengembangan keilmuannya, seluruh sivitas akademika harus fasih berbahasa Arab dan Inggris. Mereka diharapkan dapat melakukan studi Islam dalam bahasa Arab dengan Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utamanya, selain itu mereka juga diharapkan dapat mempelajari ilmu-ilmu umum dan terkini dalam bahasa Inggris selain menerapkannya sebagai bahasa komunikasi internasional. Universitas ini disebut sebagai universitas multibahasa. Untuk mencapai tujuan tersebut, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang mengembangkan asrama kampus yang dikenal dengan nama ma'had. Semua mahasiswa tahun pertama diwajibkan tinggal di ma'had. Oleh karena itu, universitas ini merupakan gabungan tradisi universitas dan ma'had atau pesantren.

Saat ini, menurut kelembagaannya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tujuh fakultas dan program pascasarjana, yaitu: (1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan dengan program studi Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah, Pendidikan Islam

Anak Usia Dini, Tadris Bahasa Inggris, dan Tadris Matematika. (2) Fakultas Syariah dengan program studi Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Keluarga Islam, Hukum Tata Negara, dan Ilmu Al-Quran dan Tafsir. (3) Fakultas Humaniora dengan program studi Bahasa dan Sastra Arab dan Sastra Inggris. (4) Fakultas Psikologi. (5) Fakultas Ekonomi dengan program Studi Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah. (6) Fakultas Sains dan Teknologi dengan program studi Matematika, Biologi, Kimia, Fisika, Teknik Informatika, Teknik Arsitektur, dan Perpustakaan dan Sains Informasi. (7) Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan dengan program studi Farmasi dan Pendidikan Dokter.

### **Visi**

*Terwujudnya pendidikan tinggi integratif dalam memadukan sains dan Islam yang bereputasi internasional.*

### **Misi**

- a. Mencetak sarjana yang berkarakter *Ulul Albab*
- b. Menghasilkan sains, teknologi, seni yang relevan dan budaya saing tinggi

### **Tujuan**

- a. Memberikan akses pendidikan tinggi keagamaan yang lebih luas kepada masyarakat
- b. Menyediakan sumber daya manusia terdidik untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat

## **4.2 Gambaran Umum Responden**

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang semester 4-8. Adapun jumlah keseluruhan responden yaitu

288 mahasiswa. Berdasarkan hasil data yang diperoleh kriteria responden disajikan dalam Tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

Fakultas	Jumlah Responden	Persentase
Fakultas Ekonomi	41	14,24
Fakultas Humaniora	34	11,81
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	75	26,04
Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	17	5,90
Fakultas Psikologi	23	7,99
Fakultas Saintek	51	17,71
Fakultas Syariah	47	16,32
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Tabel 4.1 di atas merupakan rincian dari karakteristik responden berdasarkan fakultas. Hasil tersebut didapatkan secara random sesuai dengan teknik pengambilan sampel yang telah dipaparkan.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Semester**

Semester	Jumlah Responden	Persentase
IV	53	18,40
VI	103	35,76
VIII	132	45,83
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah responden semester 4 sebanyak 53 responden atau 18,40%. Responden semester 6 sebanyak 103 responden atau 35,76%. Sedangkan responden semester 8 sebanyak 132 responden atau 45,83%. Maka berdasarkan tabel tersebut menunjukkan pada responden penelitian ini didominasi oleh mahasiswa semester 8.



### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Uji Standar Deviasi

Nilai standar deviasi atau simpangan baku adalah sebuah nilai yang digunakan untuk menentukan persebaran data pada sebuah sampel dan untuk melihat seberapa dekat rata-rata data dengan mean (Sekaran & Bougie, 2016). Secara statistik apabila nilai standar deviasi dibawah mean maka data tersebut dikatakan tidak beragam dan apabila nilai standar deviasi lebih dari mean maka data tersebut beragam (Hajar, 1996). Berikut merupakan nilai standar deviasi:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Standar Deviasi**

<b>Dimensi</b>	<b>Mean</b>	<b>Standar Deviasi</b>
Tangible	36,14	7,27
Responsiveness	18,75	4,56
Reliability	19,41	5,09
Assurance	32,48	7,71
Empathy	21,17	4,77

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut menunjukkan bahwa seluruh data dikatakan tidak beragam karena nilai standar deviasi lebih kecil dari mean. Adapun dimensi tangible nilai standar deviasinya sebesar 7,72 dan meannya sebesar 36,14, pada dimensi responsiveness nilai standar deviasi sebesar 4,56 dan mean 18,75, dimensi reliabel nilai standar deviasi sebesar 5,09 dan mean 19,41, dimensi assurance nilai standar deviasi sebesar 7,71 dan mean sebesar 32,48, dimensi empathy nilai standar deviasinya sebesar 4,77 dan meannya 21,17. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh data bersifat beragam, artinya semua responden memiliki jawaban yang hamper sama.

### 4.3.2 Analisis Deskriptif dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Analisis deskriptif memiliki tujuan memberikan gambaran mengenai persetujuan responden terhadap seluruh pernyataan item kuesioner. Sedangkan metode CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa berdasarkan tingkat kepentingan dari dimensi yang digunakan. Berdasarkan lampiran 4 maka ringkasan hasil data analisis disajikan dalam Tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Data**

<b>Dimensi Kualitas Pelayanan</b>	<b>Presentase Persetujuan item pernyataan</b>	<b>CSI</b>	<b>Keterangan</b>
Tangible	55,60%	74,40%	Puas
Responsiveness	53,58%	54,59%	Cukup Puas
Reliability	55,45%	56,96%	Cukup Puas
Assurance	59,05%	61,06%	Cukup Puas
Empathy	60,49%	63,34%	Cukup Puas
<b>Rata-Rata</b>	<b>56,83%</b>	<b>62,07%</b>	Cukup Puas

Sumber: Data Diolah dengan *Microsoft Excel* (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut menunjukkan indeks tingkat kepuasan mahasiswa sebesar 62,07%. Adapun berdasarkan masing-masing dimensi yaitu dimensi *tangible* berkontribusi sebesar 74,40%, dimensi *responsiveness* sebesar 54,59%, dimensi *reliability* sebesar 56,96%, dimensi *assurance* sebesar 61,06%, dan dimensi *empathy* sebesar 63,34%. Sementara dari persentase persetujuan atas pernyataan rata-rata sebesar 56.83%. Dengan dimensi *tangible* sebesar 55,60%, dimensi *responsiveness* sebesar 53,58%, dimensi *reliability* sebesar 55,45%, dimensi *assurance* sebesar 59,05%, dan dimensi *empathy* sebesar 60,49%.

Berdasarkan pada tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa tingkat kepuasan indeks sebesar 62,07% berada pada kriteria “cukup puas”. Sedangkan untuk tingkat kepentingan mendapatkan rata-rata sebesar 80,76%. Dengan masing-masing dimensi *tangible* sebesar 78,98%, dimensi *responsiveness* sebesar 80,57%, dimensi *reliability* sebesar 81,84%, dimensi *assurance* sebesar 80,33%, dan dimensi *empathy* sebesar 82,08%. Berdasarkan dari nilai tersebut menunjukkan bahwa semua atribut dimensi memiliki peran yang penting dalam menciptakan kepuasan.

#### **4.4 Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa layanan yang diberikan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada dalam kategori cukup memuaskan dalam perspektif mahasiswa. Berdasarkan kategori tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang masih belum sepenuhnya baik sehingga mahasiswa hanya merasa cukup puas dan belum sepenuhnya merasa puas.

Adapun kepuasan tersebut didukung oleh faktor *tangible* atau bukti fisik yang meliputi sarana dan prasarana yang disediakan kampus yang memiliki tingkat kepuasan paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sudah merasa puas terhadap bukti fisik yang berupa sarana dan prasarana yang telah disediakan oleh kampus. Tingginya kepuasan pada aspek *tangible* juga menjadi salah satu faktor pemicu terjadinya kenaikan jumlah peminat pada setiap tahunnya. Selain itu, berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat persetujuan responden terhadap kualitas bukti fisik yang dimiliki oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebesar 55,60%, artinya bahwa sebagian dari mahasiswa UIN

Maulana Malik Ibrahim Malang setuju terhadap kualitas bukti fisik dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi *tangible* memiliki peran yang penting dalam menciptakan sebuah kepuasan, karena dengan banyaknya fasilitas kampus yang memadai mahasiswa akan merasa terpenuhi dan dapat menimbulkan kepuasan. Hal tersebut juga dibenarkan oleh pendapat Siming et al. (2015) yang mengatakan bahwa semakin banyak fasilitas dan pelayanan kampus maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa akan semakin tinggi. Apabila dilihat berdasarkan sudut pandang islam kerapihan dalam penampilan sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-A'raf ayat 26

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا طَّ وَلِبَاسُ  
التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ؕ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

*Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”(QS. Al-A'raf 7:26)*

Sedangkan tingkat kepuasan terendah terdapat pada dimensi *responsiveness*, adapun dimensi *responsiveness* ini menyangkut ketanggapan para tenaga kependidikan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa faktor SDM dalam universitas dapat dikatakan masih kurang dalam hal memberikan pelayanan terhadap kebutuhan mahasiswa sehingga menimbulkan rasa kepuasan yang rendah menurut perspektif mahasiswa. Dalam hasil penelitian pada dimensi *responsiveness* ini juga menunjukkan bahwa ketanggapan dalam memberikan pelayanan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan. Mahasiswa akan merasa puas ketika kebutuhan dan

permasalahannya dapat ditanggapi dengan baik dan tepat. Dimana hal tersebut sependapat dengan Fatihudin & Firmansyah (2019) yang mengatakan bahwa kualitas layanan jasa memegang peran yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, terutama pada bidang pendidikan seperti perguruan tinggi. Menurut pandangan islam, bagi setiap muslim dalam mengerjakan sesuatu harus sesuai dengan porsinya, tidak lebih dan juga tidak kurang. Dimana hal tersebut sesuai dengan konteks dalam memberikan pelayanan bahwasannya dalam bekerja harus sesuai dengan profesi yang dimilikinya. Hal tersebut sesuai dengan Al-Quran surah Al-Israa ayat 84

فَلْ كُلُّ يَعْمَلْ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

*Artinya: "Katakanlah: Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya." (QS. Al-Israa 17:84)*

Tingkat kepuasan terendah selanjutnya terdapat pada dimensi reliability, dimana dimensi tersebut mencakup kompetensi dan profesionalitas dari seluruh sivitas akademik UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kehandalan dari para sivitas akademik dapat dikatakan masih kurang, sehingga mendapatkan hasil tingkat kepuasan yang rendah. Dimensi reliability memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan ketika dosen dan para staff lainnya memiliki kompetensi dan kehandalan dalam memberikan pelayanan, maka mahasiswa akan mudah mendapatkan kepuasan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sujianto et al., (2023) bahwa dimensi *reliability* memiliki peran yang penting

dan memiliki keterkaitan dengan kepuasan mahasiswa. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Salbiyah et al., (2019) menunjukkan bahwa dimensi reliability tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Dalam konteks pandangan islam, telah diajarkan oleh Rasulullah kepada umatnya untuk bersikap secara benar dan profesional ketika berinteraksi dengan orang lain. hal tersebut juga sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al-Quran surah Ali 'Imran ayat 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا  
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ  
 فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(QS. Ali 'Imran 3:159)*

Berdasarkan hasil penelitian ini, dimensi *assurance* berada dalam kategori cukup memuaskan. Artinya bahwa jaminan-jaminan yang meliputi jaminan bahwa para sivitas akademik memiliki kompetensi yang memadai, jaminan mengenai layanan yang berkualitas, dan jaminan yang lainnya yang diberikan oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dikatakan masih belum sepenuhnya baik. Oleh karena itu, mahasiswa juga masih merasa cukup puas dan belum mencapai kepuasan yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa dimensi *assurance* memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan mahasiswa. Ketika mahasiswa sudah mendapatkan segala pelayanan yang telah dijanjikan maka rasa

kepuasan akan timbul. Hal tersebut dibenarkan oleh Juhana & Mulyana (2015) yang mengatakan bahwa rasa kepuasan akan muncul ketika universitas mampu memberikan jaminan-jaminan sesuai dengan yang dijanjikan.

Islam mengajarkan para umatnya untuk senantiasa menepati janji yang sebelumnya telah disepakati, selain itu islam juga mengajarkan untuk menjaga sebuah amanah yang telah diberikan. Dimana hal tersebut sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Al-Quran pada Surah An-Nahl ayat 91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ  
عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*Artinya : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”(QS. An-Nahl 16:91)*

Dimensi *empathy* dalam penelitian ini juga mendapatkan kriteria cukup puas berdasarkan perspektif mahasiswa. Dimana dimensi tersebut mencakup sikap perhatian dan pemahaman yang baik dari para sivitas akademik kepada kebutuhan dan permasalahan yang dialami oleh mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rasa empati yang dimiliki oleh para sivitas akademik kepada mahasiswa masih kurang, sehingga mendapatkan tingkat kepuasan cukup. Hal tersebut membuktikan bahwa dimensi *empathy* juga memiliki peran yang penting dalam menciptakan kepuasan. Dosen yang mempunyai rasa empati yang tinggi cenderung akan memberikan pelayanan, perhatian, dan mampu memahami sesuai dengan harapan mahasiswa sehingga mahasiswa akan mendapatkan rasa kepuasan. Hal tersebut dibenarkan oleh pendapat Meyers et al., (2019) yang menyatakan

bahwa dosen yang dapat menempatkan diri, dapat memahami dan membantu mahasiswa cenderung memiliki rasa empati yang tinggi, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan rasa kepuasan yang tinggi bagi mahasiswa. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Salbiyah et al., (2019) bahwa dimensi *empathy* tidak memiliki keterkaitan dengan kepuasan mahasiswa.

Islam mengajarkan untuk senantiasa berbuat kebaikan terhadap sesama manusia. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Al-Quran surah An-Nahl ayat 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ  
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

*Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”(QS. An-Nahl 16:90)*

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan mahasiswa berada pada kategori cukup memuaskan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang masih belum sepenuhnya baik. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang penting terhadap kepuasan. Hal tersebut juga dibenarkan oleh pendapat Kotler & Keller (2009) yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik akan menimbulkan persepsi positif bagi konsumen sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan.

Selain itu, hasil penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dengan hasil pengukuran kepuasan yang dilakukan oleh instansi UIN Maulana Malik Ibrahim



Malang. Dimana hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sudah baik sehingga mahasiswa sudah merasa puas dengan fasilitas dan layana yang telah diberikan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan mahasiswa berada pada kriteria cukup memuaskan. Temuan ini menunjukkan bahwa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang perlu meningkatkan layanan, baik layanan akademik maupun non akademik. apabila dikaji dari dimensi, dimensi *tangible* memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan dengan keempat dimensi lainnya. Sementara, dimensi yang kurang memberikan kontribusi atau tingkat kepuasan yang rendah yaitu dimensi *responsiveness*. Temuan ini membuktikan bahwa tingkat respon staf, baik staf akademik maupun staf administrasi kurang responsif terhadap mahasiswa dalam memberikan layanan. Temuan di atas merupakan perspektif mahasiswa sebagai pelanggan universitas yang sedang menempuh studi pada semester IV sampai dengan semester VIII. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian ini, secara umum UIN Maulana Malik Ibrahim Malang perlu memperbaiki dan meningkatkan layanan, baik layanan pada dimensi *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, maupun layanan pada dimensi *empathy*.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Bagi Universitas**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat mengemukakan saran berikut:

1. Sebaiknya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat meningkatkan seluruh aspek pelayanan dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang dilakukan kepada seluruh staf akademik agar senantiasa memberikan dan mengutamakan kebutuhan mahasiswa agar dapat tercapai kepuasan.
2. Sebaiknya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang lebih responsif terhadap segala saran dan masukan dari para mahasiswa agar dapat memperbaiki pelayanannya melalui evaluasi dari saran dan masukan tersebut.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Mengingat masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi dan tingkat kepuasan yang belum penuh 100%. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan objek, dan metode yang berbeda serta dapat juga dikombinasikan dengan variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. (2008). *Manajemen Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana.
- Anindya, A. P., & Mindhayani, I. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal Intech Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129–136.
- Arikunto, S. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan* (R. Damayanti (Ed.)). Jakarta: Bumi Aksara.
- Arna Wisudaningsi, B., Arofah, I., & Aji Belang, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Statistika dan Matematika*, 1, 103–116.
- Asnawi, N., & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (I. Rahmawati (Ed.)). Malang: UIN-Maliki Press.
- Belawanti, D. A., Prapti, R. L., & Triyani, D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Sub Bagian Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(2), 92–101.
- Budianto, J. H., Rahman, A., & Moro, B. (2020). Application of Importance Performance Analysis ( IPA ) and Customer Satisfaction Index ( CSI ) Method To Analyze Indonesian Naval 2 Nd Fleet Command Materiel. *Indonesian Naval Technology College*, 4, 129–135.
- Dahan, S. M., Taib, M. Y., & Zainudin, N. M. (2016). Surveying Users' Perception of Academic Library Services Quality: A Case Study in Universiti Malaysia Pahang (UMP) Library. *Academic Librarianship*, 42(1), 38–43.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Bintoro (Ed.)). Yogyakarta: Gava Media.
- Devani, V., & Rizko, R. A. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Customer Satisfaction Index ( CSI ) dan Potential Gain in Customer Value ( PGCV ). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 24–29.
- Diana, A., & Tjiptono, F. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Elghani, R., Lestari, D. A. H., & Riantini, M. (2022). Analisis Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Pelayanan Koperasi Pertanian Seandanan di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3), 1342–1356. <https://doi.org/10.25157/jimag.v9i3.8436>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Hajar, I. (1996). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hamzah, M. L., Rahmadhani, R. F., & Purwati, A. A. (2022). An Integration of Webqual 4.0, Importance Performance Analysis and Customer Satisfaction Index on E-Campus. *Journal of System and Management Sciences*, 12(3), 25–50. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2022.0302>
- Hapsah, N. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa di FKIP Universitas Veteran RI. Makassar*. 3(1), 135–142.
- Humas. (2023). *16 Universitas Terbaik di Malang Versi EduRank 2023*. kompas.com. <https://www.umm.ac.id/id/arsip-koran/kompascom/16-universitas-terbaik-di-malang-versi-edurank-2023.html>
- Indeks Kepuasan Mahasiswa*. (n.d.).
- Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2006). *Manajemen Perguruan Tinggi Modern* (A. H. Triyuliana (Ed.)). Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In *Unitomo Press* (hal. 61).
- Indriyani, I. (2017). *Pengantar Metode Penelitian Sosial: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Ismanto, W., & Munzir, T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen. *Dimensi*, 9, 536–548.
- Izzah, I. (2020, Januari). *Peminat Membeludak, 2020 UIN Malang Tambah Kuota Maba*. malangtimes.com. <https://www.malangtimes.com/baca/48086/20200115/201800/peminat-membeludak-2020-uin-malang-tambah-kuota-maba>
- Juhana, D., & Mulyana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(1), 1–15.
- Kasiram, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif* (M. Idris (Ed.)). Malang: UIN-Maliki Press.
- KBBI. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid 1* (A. Widyanoro (Ed.)). Surakarta: PT. Pabelan.
- Kotler, P., Hoon Ang, S., Meng Leong, S., & Tiong Tan, C. (2004). *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kurniawati, A., & Wulandari, L. (2023). Analysis Of User Satisfaction Level On Study Abroad Guidance Website Using Customer Satisfaction Index (CSI)

- And Importance Performance Analysis (IPA) Methods. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 8(3), 1–7. [www.schoters.com/id](http://www.schoters.com/id).
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perpektif Indonesia* (N. I. Sallama (Ed.)). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meyers, S., Rowell, K., Wells, M., & Smith, B. C. (2019). Teacher Empathy: A Model of Empathy for Teaching for Student Success. *College Teaching*, 67(3), 160–168.
- Moeloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy, Thirteenth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Mulyawan, D., & Shidarta, I. (2014). Determinan Kualitas Layanan Akademik di STMIK Mardira Bandung. *Jurnal Komputer dan Bisnis*, 8(1), 13–24.
- Narwanti, S. (2015). *Panduan menyusun SILABUS dan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (Konsep, Implementasi, dan Penelitian)* (Qoni (Ed.)). Yogyakarta: Familia (Group Relasi Inti Media).
- Negricea, C. I., Edu, T., & Avram, E. Ma. (2014). Establishing Influence of Specific Academic Quality on Student Satisfaction. *Social and Behavioral Sciences*, 116, 4430–4435.
- Ngatmo, & Bodroastuti, T. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, Pub. L. No. 4 (2014).
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Jakarta: Airlangga.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (A. Maulana & W. Hardani (Ed.)). Jakarta: Erlangga.
- Pranata, M. N., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Rekamaya Dan Manajemen Agroindustri*, 7(4), 594–603. <https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i04.p11>
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (P. C. Ambarwati (Ed.)). Ponorogo: CV. Wade Group.
- QS. Al-A'raf (7:26)*. (n.d.).

- QS. Al-Israa (17:84)*. (n.d.).
- QS. Ali 'Imran (3:159)*. (n.d.).
- QS. An-Nahl (16:90)*. (n.d.).
- QS. An-Nahl (16:91)*. (n.d.).
- Rahma, U. (2010). *Bimbingan Karier Siswa* (Nukman, II). Malang: UIN-Maliki Press.
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta.
- Rinto Alexandro. (2020). *Kepuasan Mahasiswa Dalam Pelayanan Akademik Dan Kemahasiswaan* (D. Kusumaningsih (Ed.)). Yogyakarta: Bildung.
- Salbiyah, S., Nuraini, F., & Rosmaniar, A. (2019). The Effect of Academic Service Quality on Student Satisfaction Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surabaya. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 3(1), 10–22.
- Sari, Y., & Hakimah, E. N. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk dan Harga Sate dan Gulai Pada Depot Pak Eko Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri*.
- Schiffman, L. (2019). *Consumer Behavior*. New York: Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach* (7th Editio).
- Septianna, A., Wijaya, A., & Yenyati, P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 17(1), 14–31.
- Setiowati, O. N., Karim, A. A., & Santoso, E. K. (2022). Assessment of Students Satisfaction with Online Learning Experiences during the COVID-19 Pandemic: Customer Satisfaction Index and Importance Performance Analysis Case Study at Institut Teknologi Kalimantan. *SPECTA Journal of Technology*, 6(2), 149–157.
- Siming, Luo, Gao, J., & Xu, D. (2015). Factors Leading to Students' Satisfaction in the Higher Learning Institutions. *Journal of Education and Praticce*, 6(31).
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.)). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, Mustolik, I. B., & Hidayatullah, A. D. (2023). *Pemanfaatan Aset Kampus Badan Layanan Umum* (S. Amin (Ed.)). Malang: UIN-Maliki Press.
- Sudiyono. (2004). *Manajemen Pendidikan Tinggi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (Ed.)). Jakarta: Alfabeta.
- Sujianto, Mujiono, Suardika, I. B., & Indriani, S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Administrasi Akademik tentang Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Flywheel*, 4(1), 29–33.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif* (R. Ananda (Ed.)). Bandung: Citapustaka Media.
- Undang-Undang RI No. 12 tahun 2012 Tentang Perguruan Tinggi.
- Widjajati, E. P., Cattleya, M., & Anissa, P. (2022). *Assessment of Service Quality in Community Health Center Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA)*. 2022, 22–27. <https://doi.org/10.11594/nstp.2022.2704>
- Wijatno, S. (2009). *Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif, dan Ekonomis: Untuk Meningkatkan Mutu Penyelenggaraan Pendidikan dan Mutu Lulusan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan* (B. S. Fatmawati (Ed.)). Jakarta: Bumi Aksara.



## Lampiran

### Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI  
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

#### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M  
NIP : 198710022015032004  
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Larasati Sukma Nurhidayah  
NIM : 19510094  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Jasa Pendidikan Tinggi:  
Metode Customer Satisfaction Index (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam  
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
13%	10%	8%	6%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Agustus 2023

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M