

**PENGARUH DEMOGRAFI DAN PERILAKU KOMPLAIN
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE PANCASETIA KELAS SIANG 2016)**

Melania*

Abstract: The aims of this research are to know the dependency of demography and student complain behavior at Pancasetia School of Economics. Dissatisfaction is considered as the trigger or the complaining behavior. The study will be taken on all students who attended the afternoon class of 81 people, although only 42 questionnaires are eligible for further processing. The analysis used is different test with independent sample. Result suggest that there is no dependency between gender and ages toward student satisfaction and complain behavior at Pancasetia School of Economics.

Keywords: *demography, student satisfaction, complaint behavior*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat ketergantungan antara demografi dengan perilaku komplain mahasiswa pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia. Ketidakpuasan diyakini sebagai pemicu dari perilaku komplain. Penelitian direncanakan akan dilakukan pada seluruh mahasiswa yang kuliah di kelas siang sebanyak 81 orang, tetapi hanya 42 kuesioner yang layak untuk diproses lebih lanjut. Analisis yang digunakan adalah uji beda dengan sampel independen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat keterkaitan antara gender dan umur terhadap kepuasan mahasiswa dan perilaku komplain pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia.

Kata kunci : *demografi, kepuasan mahasiswa, perilaku komplain*

Latar Belakang

Filosofi “konsumen adalah raja” didasarkan pada konsep kepuasan konsumen, dan menjiwai kegiatan perusahaan (institusi). Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen atas hubungan harapan dan kinerja barang dan jasa. Jika pengalaman konsumen terhadap suatu produk baik, maka konsumen tersebut puas, dan sebaliknya (Schiffman, Kanuk, 2004). Menurut Pride (1997), ada beberapa alasan timbulnya rasa tidak puas, yaitu ketidakpahaman akan harapan pelanggan, standar kepuasan konsumen yang keliru, kesenjangan harapan–kinerja, dan komitmen yang tidak tersampaikan.

Jadi pertanyaan penting yang harus dijawab oleh perusahaan adalah bagaimana perusahaan bisa meningkatkan kepuasan para konsumennya padahal pengalaman dan pengetahuan, kebutuhan dan harapan mereka begitu beragam? Bagaimana mungkin perusahaan mengatur sesuatu yang berada di luar kendali mereka? Amat dipahami bahwa perusahaan dapat mengendalikan produk atau jasa yang mereka hasilkan, akan tetapi konsumenlah yang nantinya yang akan memutuskan kebutuhan mana yang harus diprioritaskan dan apakah kebutuhan ini sudah terpenuhi. Artinya, tujuan perusahaan akan disandingkan dengan interpretasi konsumen. Memahami kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dan dampaknya memainkan peran penting dalam retensi konsumen dan hubungan konsumen jangka panjang. Ketidakpuasan merupakan

* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin
Jl. A Yani Km. 5,5 Banjarmasin, Kalimantan Selatan
e-mail: melaniasjachrani@yahoo.com



respon langsung atas harapan yang dikonfirmasi secara negatif (Engel, Blackwell, & Miniard, 1990).

Bagi institusi dimana konsumennya terikat dalam jangka waktu relative panjang seperti institusi pendidikan, menarik untuk mengamati bagaimana perilaku mereka apabila mendapat pelayanan yang tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Di STIE Pancasetia, banyak media yang sebenarnya bisa dimanfaatkan oleh konsumen, dalam hal ini adalah mahasiswa, dalam menyampaikan keluhannya. Sudah disediakan kotak saran, nomor pengaduan/keluhan melalui SMS/WA, kolom saran pada website, keberadaan petugas pelayanan baik itu di Akademik maupun Yayasan untuk menerima pengaduan/keluhan secara langsung, akan tetapi jarang sekali dimanfaatkan oleh mahasiswa.

Konsumen yang berada pada posisi terikat dalam jangka panjang cenderung bersikap pasif dalam menghadapi situasi yang mengecewakan mereka dengan berbagai alasan, diantaranya kekhawatiran akan mendapat perlakuan negative dari penyedia jasa apabila complain. Konsumen, yang dalam hal ini adalah mahasiswa, bisa saja tidak berani mengeluhkan pelayanan administrasi, pelayanan dosen dan lain-lain karena takut nilainya akan menjadi berkurang atau bahkan tidak lulus, dan lain sebagainya. Untuk itu langkah awal yang perlu dilakukan adalah mendeteksi tingkat kepuasan mereka, karena rendahnya tingkat kepuasan merupakan sumber dari complain. Banyak penelitian dilakukan dengan mengaitkan perbedaan antar individu dengan complain, meliputi gender, kelas sosial ekonomi dan pendapatan, situasional dan personalitas dan faktor-faktor perilaku, dan hasil yang diharapkan dari keluhan, dan pengalaman melakukan complain (Susskind, 2005; Jacoby & Jaccard, 1981; Day, 1984; Gursoy et al., 2003; Jones et al., 2002; Kolodinsky, 1992, 1993, 1995; Singh, 1988, 1990).

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan, beberapa poin yang menjadi pengamatan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kepuasan mahasiswa terkait dengan pengelolaan perkuliahan?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pengelolaan perkuliahan dengan jenis kelamin berbeda?
3. Apakah terdapat perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pengelolaan perkuliahan dengan rentang usia berbeda?
4. Bagaimana kepuasan mahasiswa terkait dengan pelayanan dosen dan staf administrasi?
5. Apakah terdapat perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pelayanan dosen dan staf administrasi dengan jenis kelamin berbeda?
6. Apakah terdapat perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pelayanan dosen dan staf administrasi dengan rentang usia berbeda?
7. Bagaimana mahasiswa menyikapi pengalaman mereka atas pengelolaan perkuliahan dan pelayanan dosen dan staf administrasi dikaitkan dengan perilaku complain?

Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami keluhan konsumen dengan mengembangkan dan menguji pengaruh demografi (jenis kelamin dan usia) dan perilaku complain mahasiswa STIE Pancasetia. Framework teori didasarkan pada teori perilaku keluhan konsumen (Bearden & Teel, 1983; Day & Landon, 1977; Singh, 1988, 1990; Singh & Wilkes, 1996).

Kajian Literatur

Konsumen merupakan salah satu elemen yang paling sulit untuk dianalisa. Oleh karenanya institusi harus mengarahkan marketing mix untuk bisa mencapai target kebutuhan dan harapan pasar mereka. Pada saat harus memaksimalkan profit dan mengokohkan keberadaan mereka, mereka juga harus memuaskan konsumen mereka untuk mencapai tujuan ini. Ketika konsumen mengekspresikan kepuasan mereka dengan mengaitkan antara harapan

dan kinerja, ketidakpuasanpun terjadi apabila kinerja lebih rendah daripada harapan. pada kondisi ini terjadilah complain. Untuk mempertahankan profit dan keberadaan sebuah institusi, menjadi penting untuk menciptakan konsumen yang loyal. Institusi harus bisa mengelola keluhan konsumennya. Manajemen complain konsumen dapat digambarkan sebagai kegiatan menyeluruh untuk mengeliminasi situasi yang bisa membuat konsumen complain (Seyran, 2005). Dalam mengelola complain konsumen kunci utamanya adalah menganalisa perbedaan perilaku complain konsumen. Dengan pemikiran bahwa setiap konsumen memiliki perilaku belanja berbeda sesuai dengan karakteristik demografinya, dengan demikian mereka juga akan memiliki perilaku complain berbeda.

Ketertarikan terhadap CCB mulai muncul pada pertengahan tahun 60-an. Kepuasan konsumen, ketidakpuasan dan CCB, merupakan tiga hal berbeda, tetapi saling berkaitan satu sama lain dalam mempelajari marketing dan konsumen. Salah satu konsep awal dalam mempertimbangkan ketidakpuasan dan perannya dalam CCB bukanlah obyek langsung dalam penelitian ini, adalah mungkin untuk menentukan kepuasan dan ketidakpuasan sebagai kesenjangan antara harapan konsumen dan kinerja nyata yang mereka terima. Konsep ini dikenal sebagai disconfirmation paradigm (Oliver, 1987). Apabila kinerja lebih baik daripada yang diharapkan, konsumen merasa puas (positive disconfirmation); sebaliknya ketika harapan tidak terpenuhi, konsumen merasa tidak puas (negative disconfirmation). Reaksi netral muncul sebagai konsekuensi dari kesesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan (confirmation) (Blodgett, Granbois and Walters, 1993).

Penelitian yang penting mengenai alternative yang tersedia bagi orang-orang yang tidak puas adalah Exit, voice and loyalty (Hirschman, 1970). Dalam kenyataannya, beberapa prinsip CCB dapat diaplikasikan ke subyek lain dimana ada pengalaman ketidakpuasan, termasuk dalam kehidupan pribadi. Model yang dikemukakan oleh Hirschman, yang didasarkan pada ketiga opsi tersebut, dikembangkan lebih jauh oleh Day dan Landon (1977), dengan menawarkan klasifikasi perilaku keluhan konsumen dengan terlebih dahulu membedakan antara tidak melakukan apa-apa (no action) dan melakukan sesuatu (action), dan selanjutnya membedakan antara private action dan public action. Public action meliputi meminta ganti rugi dari penjual, mengeluh pada lembaga perlindungan konsumen, dan mengambil tindakan hukum. Private action meliputi word-of-mouth (WOM) communication ke teman-teman, keluarga dan memboikot penjual atau produsen. Boikot individual adalah menghentikan pembelian (atas produk, brand, toko, dan atau produsen). Motif dalam meminta ganti rugi adalah untuk mendapatkan penggantian kerugian baik secara langsung maupun tidak langsung dari penjual (seperti mengadu pada produsen, mengambil tindakan hukum dll), sementara motif dibalik complaining adalah lebih untuk mengkomunikasikan ketidakpuasan (seperti untuk mempengaruhi perilaku di masa mendatang, membujuk orang lain melalui WOM communication, dll.).

Singh (1988) membuat klasifikasi baru dimana setiap dimensi merepresentasikan tindakan sejenis oleh konsumen. Klasifikasi dari Singh terdiri atas tiga dimensi: (a) Voice, merefleksikan tindakan yang ditujukan langsung ke penjual; (b) private, meliputi WOM communication negative ke teman-teman dan keluarga dan perilaku "exit" (beralih brand dan/atau penjual); dan (c) pihak ketiga, berkaitan dengan tindakan yang diarahkan langsung ke pihak eksternal seperti lembaga perlindungan konsumen dan pilihan tindakan hukum.

Exit adalah situasi dimana konsumen memutuskan untuk tidak melakukan pembelian ulang atas jasa maupun produk. Mereka akan memilih jasa atau produk lain. Untuk memilih "exit", satu atau lebih alternative harus tersedia dan diketahui oleh konsumen yang tidak puas tersebut. Day dan Landon (1977) mengaitkan "exit" dengan boikot sebagai tindakan yang lebih radikal untuk mencerminkan ketidakpuasannya.

Voice, dalam situasi ini, konsumen memilih untuk mengekspresikan kekecewaannya kepada pihak yang bertanggung jawab akan hal ini. Menurut Oh (2003), memungkinkan untuk membedakan antara keluhan langsung dan keluhan tidak langsung. Keluhan langsung diekspresikan pada saat jasa atau produk mengecewakan konsumen, sedangkan keluhan tidak langsung diekspresikan sesudahnya.

Loyalitas adalah situasi dimana konsumen memutuskan untuk tidak mengeluh, tetapi tetap loyal terhadap jasa atau produk dan bersikap pasif dan menerima walaupun terjadi penurunan. Penting digaris bawahi bahwa kata loyal dalam hal ini tidak mengandung nilai moral atau nilai positif. Konsumen loyal, meskipun mengalami kendala yang menimbulkan ketidakpuasan, terutama karena tidak alternative. Loyalitas terkait dengan salah satu reaksi kognitif, bukan perilaku, yang dalam beberapa kasus dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kendala tersebut hingga ada penyangkalan bahwa telah terjadi ketidakpuasan (Olshavsky, 1977). Konsumen yang loyal tidak “exit” maupun “voice”. Sebaliknya mereka tetap mengonsumsi produk atau jasa yang tidak memuaskan itu dan menerima saja dengan diam dengan harapan situasi akan membaik.

Negative word-of-mouth (WOM), konsumen yang tidak puas memutuskan menginformasikan pengalaman tidak menyenangkan. Mereka yang memilih tindakan ini bisa dengan beragam tujuan: mengingatkan orang lain, menghukum penyedia barang atau jasa yang mengecewakan, atau sekedar mengekspresikan kemarahan dan kekecewaan mereka. Terlepas dari apapun alasan mereka, dampaknya tetap sama: menyebarnya ketidakpercayaan dan ketidakmampuan subyek terkait.

Keluhan pihak ketiga, pengguna yang tidak puas tidak menyampaikan keluhannya secara langsung kepada pihak yang mengecewakan, namun kepada pihak ketiga, misalnya lembaga perlindungan konsumen atau badan lain yang secara hirarki terkait.

Dengan melakukan complain, konsumen dapat mencari beberapa kemungkinan hasil yang berbeda yang bisa dikombinasikan. Secara umum, konsumen berharap ada penyelesaian nyata atas masalahnya, melalui refund, penggantian, perbaikan; kompensasi psikologis seperti permintaan maaf, benefit sosial, perbaikan penyebab ketidakpuasan agar tidak dialami konsumen lain (Landon, 1977). Pada situasi berbeda, complain hanya punya satu tujuan yaitu melampiaskan kemarahan dan rasa frustrasi untuk mengurangi stress. dalam kasus ini, tidak ada reaksi dari penjual atau penyedia jasa yang sesungguhnya diharapkan dan perilaku complain memiliki efek katarsis (Nyer, 2000).

Faktor kunci yang bisa menjelaskan mengapa dan bagaimana persepsi seseorang bisa berbeda adalah perbedaan jenis kelamin. Pemahaman yang lebih baik bagaimanapengaruh perbedaan jenis kelamin dan gambaran kepuasan dapat dikembangkan ke arah mana prioritas konsumen dengan jenis kelamin yang berbeda dalam menilai pelayanan yang mereka dapatkan. Pemahaman mengenai hal ini dapat membantu perusahaan untuk mengenali pengalaman mengonsumsi yang secara menonjol bisa men-trigger konsumen laki-laki, dan yang mana yang berarti bagi konsumen perempuan. Ada yang berpendapat, kaum laki-laki mendasarkan penilaian kepuasan mereka dari persepsi atas fungsi atribut, sedangkan kaum perempuan mendasarkannya pada persepsi atas penampilan atribut. Namun banyak literatur menyebutkan bahwa kepuasan konsumen atas berbagai jasa yang diterimanya dapat lebih mudah dicapai, baik itu untuk laki-laki maupun perempuan, dengan membangun pengalaman berkualitas tinggi yang berkesan (Brady et al., 2002; Parasuraman et al., 1985, 1988; Zeithaml et al., 1996).

Ketidakberhasilan dalam pelayanan dapat dipulihkan hanya apabila konsumen memberitahunya kepada penyedia layanan mengenai hal tersebut. Setelah penyedia layanan menyadarinya, barulah perbaikan dapat dilakukan institusi (Collie, Sparks, & Bradley, 2000). Akan tetapi, banyak peneliti menemukan indikasi bahwa sekitar 50% konsumen yang tidak puas memilih untuk tidak mengeluhkannya langsung ke penyedia layanan (Day, Grabiske,

Schaetzle, & Staubach, 1981; Gursoy et al., 2003) karena tiga alasan: (i) membuang waktu dan tenaga, (ii) tidak tahu harus kemana atau bagaimana menyampaikan keluhan, dan (iii) mereka percaya bahwa tidak akan ada tindak lanjut dari keluhan mereka (Lewis & Morris, 1987). Sebaliknya, mereka cenderung melakukan hal-hal seperti memboikot produk dan atau menyampaikannya ke orang lain, yang akan sangat merugikan penyedia jasa (Davidow, 2000; Susskind, 2004, 2005). Oleh karenanya amatlah penting bagi penyedia jasa untuk meyakinkan konsumennya agar menyampaikan keluhan mereka secara langsung.

Beberapa penelitian membagi pengaruh normative kedalam pengaruh nilai ekspresif dan manfaat (D'Rozario & Choudhury, 2000). Nilai ekspresif dibentuk oleh harapan individual untuk meningkatkan atau mendukung konsep dirinya berdasarkan referensi (Bearden et al., 1989). Aspek kebermanfaatannya dalam pengaruh normative menunjukkan bahwa seseorang menyesuaikan diri dengan ekspektasi orang lain (teman dan kerabatnya) agar mendapatkan keuntungan atau menghindari kerugian. Jones et al. (2002) menemukan bahwa konsumen yang terbuka terhadap pengaruh normative akan mencari dukungan orang lain sebelum melakukan complain apabila merasa tidak puas.

Dari penelitiannya, Malafi, Cini, Taub, and Bertolanmi (1993) menemukan bahwa informasi yang diterima konsumen berdasarkan nasihat, apakah itu berupa arahan untuk mengatasi kendala atau berupa referensi opini golongan tertentu, mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk melakukan complain. Temuan mereka ini mengindikasikan bahwa konsumen yang dianjurkan untuk melakukan complain dari teman dan kerabatnya akan benar-benar melakukannya, dibandingkan mereka yang tidak menerima anjuran untuk melakukan complain.

Jones et al. (2002) dalam penelitiannya terhadap konsumen restoran, menemukan bahwa mereka yang rentan terhadap pengaruh interpersonal akan lebih banyak mengajukan complain kepada orang lain, termasuk secara langsung ke pihak manajemen dan pegawai frontliner mengenai kekecewaan mereka atas pelayanan yang diterima, sementara orang-orang yang tidak rentan terhadap pengaruh interpersonal akan lebih sedikit mengajukan complain. Dan mereka malah akan memboikot restoran dan menyampaikan kekecewaan mereka kepada teman dan kerabat. Dalam penelitiannya mengenai WOM negative, Cheng, Lam, and Hsu (2006) juga menemukan bahwa pengaruh normative berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan untuk berperilaku WOM negative.

Terdapat alasan kontekstual untuk tidak menjadi tertarik melakukan complain, meliputi keterbatasan waktu, tidak bisa bertemu dengan customer service, atau keterbatasan akses ke lembaga terkait. Berdasarkan sumbernya, alasan tidak melakukan complain terkait dengan keterbatasan pengetahuan (tidak tahu bagaimana harus complain atau tidak yakin akan standar pelayanan yang mungkin diharapkan dari penyedia layanan) atau keterbatasan kemampuan (seperti ketidakmampuan mengargumenkan alasan complain mereka).

Ketika konsumen memutuskan untuk melakukan complain, mereka sesungguhnya melalui dua langkah yang diidentifikasi oleh Hirschman (1970) sebagai: (i) mereka sudah mengevaluasi keseimbangan keuntungan dan kerugiannya. Tidak hanya secara ekonomis, tetapi juga psikologis (Andreasen, 1988). Persepsi akan keuntungan tidaklah cukup besar untuk mendorong konsumen melakukan complain, meskipun ada ketidakpuasan yang mereka rasakan. Sebaliknya, konsumen akan complain meskipun tingkat ketidakpuasan rendah apabila keuntungan yang akan didapat besar (Landon, 1977); (ii) mereka menilai tindakan complain ini memungkinkan diperolehnya solusi yang menguntungkan. Apabila poin pertama yang dipertimbangkan, amatlah penting untuk memahami bahwa complain bukanlah kegiatan yang tanpa biaya. Biaya complain mutlak subyektif, tetapi bisa dipilah-pilah: komponen material, investasi waktu, komponen psikologis seperti merasa dipermalukan, takut, merasa diragukan, pertentangan, dsb. Apabila poin kedua yang dipertimbangkan, konsumen yang kecewa

mengevaluasi kemungkinan didapatkannya hasil yang baik, dan juga reputasi baik yang mungkin didapatkannya (Day and Landon, 1977), dan tanggapan dari perusahaan.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengaitkan karakteristik demografi dan perilaku complain konsumen. Konsumen dengan karakteristik demografi berbeda akan berperilaku pasca pembelian yang berbeda pula. Pekerjaan, pendidikan, pendapatan rumah tangga, usia, gender, status sosial, tempat tinggal bahkan kepemilikan mobil telah dipergunakan sebagai variable yang dianggap mampu menjelaskan perilaku complain konsumen. Status kelas atas dideterminasikan sebagai kepemilikan, kendali faktor produksi (termasuk tenaga kerja). Orang dengan status kelas atas memiliki karakteristik personal, motif dan penilaian yang berbeda dari yang lainnya (Williams, 2002). Dari hasil penelitiannya, Tronvoll (2007), dalam penelitiannya menemukan hubungan yang signifikan antara status sosial dan perilaku complain. Demikian pula temuan Liefeld et al., (1975) serta Reynolds dan Harris (2005) mensarikan banyak literature dan menemukan bahwa konsumen yang complain pada umumnya adalah mereka yang bekerja secara professional, yang disebut “*complainers*”.

Variabel lainnya adalah gender. Menurut Liefeld et al., 1975, tidak ada perbedaan tingkat complain diantara jenis kelamin yang berbeda. Phau dan Baird (2008) tidak menemukan perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal mengeluh dan temuan ini berlawanan dengan penelitian Heung dan Lam (2003); Kau et al., (1995), yang menemukan bahwa kaum perempuan lebih banyak complain daripada laki-laki.

Usia juga merupakan variable penentu karakteristik demografis. Orang-orang berusia lanjut, jarang dilaporkan mengeluhkan kekecewaan mereka, sementara mereka yang mengekspresikan kekecewaannya adalah konsumen berusia muda (Hakimah et. al., 2010). Penelitian Grougiou and Pettigrew (2009) menemukan bahwa perilaku complain pada konsumen berusia lanjut berbeda didalam populasi, dan complain berkurang seiring dengan bertambahnya usia. Terkait dengan usia konsumen, konsumen yang lebih muda lebih banyak complain, dan konsumen usia paruh baya secara positif berasosiasi dengan complain (Tronvoll ,2007; Ngai et al., 2007; Phau dan Baird, 2008).

Pendidikan adalah variable penting lainnya yang secara kuat berelasi dengan status sosial. Pendidikan mempengaruhi konsumen dalam memproses informasi dan mengambil keputusan. Konsumen lulusan perguruan tinggi cenderung lebih banyak membaca, membaca majalah berbeda, lebih sedikit menonton TV, tidak terlalu mengandalkan merk terkenal, dan lebih banyak meluangkan waktu dan upaya dalam memutuskan belanja daripada konsumen lulusan sekolah menengah atas (Williams, 2002). Dalam mempelajari CCB, tingkat pendidikan merupakan salah satu variable demografi. Pendidikan tinggi diduga berasosiasi dengan tingginya kemampuan untuk menyampaikan keluhan tertulis, lebih besar kemungkinan merasa diperlakukan tidak adil dan punya lebih banyak alasan untuk mengeluh, punya ekspektasi yang lebih tinggi (Liefeld et al., 1975). Menurut Phau dan Baird (2008), -orang dengan pendidikan rendah jarang melakukan complain. Sebagian besar penelitian sebelumnya menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara pendidikan dan banyaknya complain (Tronvoll, 2007).

Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku berbelanja dalam hal jumlah, jenis dan harga produk yang dibeli (Williams, 2002). Pendapatan juga berkorelasi dengan perilaku complain. Sangatlah beralasan untuk mengasumsikan konsumen yang memiliki pendapatan lebih tinggi membeli lebih banyak barang, dan barang yang lebih berkualitas, oleh karenanya lebih banyak yang bisa dikomplain (Liefeld et al., 1975). Individu dengan pendapatan lebih tinggi memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk membuat ekspresi ketidakpuasan mereka lebih diperhatikan (Tronvoll, 2007). Menurut Haron dan Paim (2008) kelompok dengan pendapatan dan pendidikan lebih rendah diidentifikasi memiliki lebih banyak masalah ketidakadilan dan pengabaian daripada konsumen di kelompok lainnya (Hakimah et al., 2010). Phau and Baird

(2008) menemukan bahwa orang-orang dengan pendapatan \$40.000 keatas lebih sering melakukan complain daripada mereka yang pendapatan kurang dari \$40.000.

Temuan yang didokumentasikan dengan baik terkait dengan perilaku complain menunjukkan bahwa mayoritas konsumen tidak menyuarkan komplainnya kepada penyedia jasa (Best and Andreasen 1977; Day and Bodur 1978; Keaveney 1995; McCollough et al. 2000; Singh and Pandya 1991; Stephens and Gwinner 1998). The Technical Assistance Research Program (1986) melaporkan bahwa hanya satu dari 20 konsumen yang mengajukan complain. Alasan tidak complain meliputi tingkat ketidakpuasan rendah (Halstead 2002; Singh and Pandya 1991), keterbatasan motivasi dan kemampuan konsumen untuk complain (Blodgett et al. 1993; Huppertz 2003), barang atau jasa relative tidak punya arti penting sehingga tidak berharga untuk dikomplain (Andreasen 1988; Huppertz 2003), kecil harapan untuk mendapatkan hasil yang baik (Tax et al. 1998), karakter (Davidow and Dacin 1997), tidak tahu harus kemana dan bagaimana untuk complain (Bearden and Teel 1983; Day et al. 1981).

Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa kelas regular siang angkatan 2016 sejumlah 81 orang dengan pertimbangan mahasiswa sudah mengalami satu tahun pelayanan dan dari segi usia beragam. Dalam perencanaan akan dilakukan sensus, tetapi dari data yang masuk hanya 42 kuesioner yang bisa dianalisa lebih lanjut.

Definisi operasional dari masing-masing variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Perkuliahan, dalam penelitian ini pengelolaan perkuliahan didekati dengan 10 indicator, meliputi: (1) kelengkapan peralatan belajar mengajar; (2) kondisi peralatan belajar mengajar; (3) ketersediaan alat bantu sesuai kebutuhan; (4) bantuan dalam menggunakan perlengkapan belajar mengajar; (5) ketersediaan free wi-fi; (6) fasilitas system informasi akademik; (7) bantuan dalam mengakses system informasi akademik; (8) penataan ruang kelas; (9) bantuan dosen penasihat akademik dalam menentukan rencana studi; (10) jam pelayanan akademik.
2. Pelayanan dosen dan staf administrasi, dalam penelitian ini pelayanan dosen dan staf administrasi didekati dengan 6 indicator meliputi: (1) perlakuan baik oleh para dosen; (2) perlakuan baik oleh para staf administrasi dosen; (3) perlakuan baik oleh para staf administrasi bukan dosen; (4) pelayanan administrasi akademik ramah dan cepat; (5) pelayanan administrasi akademik sudah memenuhi kebutuhan; (6) pelayanan administrasi keuangan ramah dan cepat.
3. Gender, dibagi dalam dua kategori: (1) laki-laki; dan (2) perempuan.
4. Usia, dibagi dalam tiga kategori: (1) 17 sd 19 th; (2) 20 sd 22 th; dan (3) diatas 23 th.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data yang dikumpulkan dari responden penelitian ditabulasikan berdasarkan pada karakteristik respodennya, seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Klasifikasi	Keterangan	Persentase
Gender	Laki-laki	31
	Perempuan	69
Usia	17 sd 19 tahun	47.6
	20 sd 22 tahun	40.5
	Diatas 23 tahun	11.9
Jurusan	Manajemen	38.1
	Akuntansi	61.9

Keterkaitan antara jenis kelamin dan pemilihan jurusan dapat diketahui dari hasil uji tabulasi silang pada Tabel 2 dan 3.

Tabel 2. Tabulasi Silang Jurusan dan Gender

Count		gender		Total
		1.00	2.00	
jurusan	1.00	6	10	16
	2.00	7	19	26
Total		13	29	42

Tabel 3. Hasil Uji Chi Square

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.518 ^b	1	.471		
Continuity Correction ^a	.142	1	.707		
Likelihood Ratio	.513	1	.474		
Fisher's Exact Test				.510	.350
Linear-by-Linear Association	.506	1	.477		
N of Valid Cases	42				

Dari hasil uji Chi-Square pada Tabel 2 dapat diketahui tidak ada interdependensi antara jenis kelamin dan pemilihan jurusan, yang artinya masing-masing jenis kelamin (laki-laki ataupun perempuan) tidak memiliki kecenderungan tertentu untuk memilih salah satu jurusan perkuliahan yang ditawarkan oleh STIE Pancasetia.

Informasi selanjutnya yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah rekapitulasi dari tanggapan responden. Rekap dilakukan terhadap tanggapan responden mengenai pengelolaan perkuliahan dan pelayanan dosen dan staf administrasi, seperti ditunjukkan pada Tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Mengenai Pengelolaan Perkuliahan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
arr1	42	2.00	5.00	3.6667	.78606
arr2	42	2.00	5.00	3.4524	.73923
arr3	42	2.00	5.00	3.5000	.80395
arr4	42	1.00	5.00	2.9524	1.03482
arr5	42	1.00	5.00	1.9286	1.06823
arr6	42	1.00	5.00	2.7857	1.04848
arr7	42	1.00	5.00	3.0476	1.08093
arr8	42	2.00	5.00	3.4524	.83235
arr9	42	1.00	5.00	3.0714	.83791
arr10	42	2.00	5.00	3.6190	.79487
Valid N (listwise)	42				

Tabel 5. Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Dosen dan Staf Administrasi

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std.
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
attitude1	42	1.00	5.00	3.6190	.13612	.88214
attitude2	42	1.00	5.00	3.5238	.14948	.96873
attitude3	42	1.00	4.00	3.3333	.12599	.81650
attitude4	42	1.00	5.00	3.1190	.13718	.88902
attitude5	42	1.00	5.00	3.1429	.13448	.87154
attitude6	42	1.00	5.00	3.3571	.14785	.95818
Valid N (listwise)	42					

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat dibuat pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepuasan mahasiswa terkait dengan pengelolaan perkuliahan

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4, dari skala 5, rata-rata kepuasan mahasiswa terhadap pengelolaan perkuliahan paling rendah adalah 1.9286 (ketersediaan fasilitas free wi-fi kampus) dan paling tinggi 3.6667 (kelengkapan fasilitas belajar di dalam kelas). Untuk memastikan apakah tanggapan ini mencerminkan kepuasan mereka maka dilakukan uji t untuk masing-masing indikator dengan nilai 3.5 (cukup memuaskan).

Tabel 6. One-Sample Statistics untuk pengelolaan perkuliahan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
arr1	42	3.6667	.78606	.12129
arr2	42	3.4524	.73923	.11407
arr3	42	3.5000	.80395	.12405
arr4	42	2.9524	1.03482	.15968
arr5	42	1.9286	1.06823	.16483
arr6	42	2.7857	1.04848	.16178
arr7	42	3.0476	1.08093	.16679
arr8	42	3.4524	.83235	.12843
arr9	42	3.0714	.83791	.12929
arr10	42	3.6190	.79487	.12265

Tabel 7. One Sample t Test untuk pengelolaan perkuliahan

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
arr1	1.374	41	.177	.16667	-.0783	.4116
arr2	-.417	41	.679	-.04762	-.2780	.1827
arr3	.000	41	1.000	.00000	-.2505	.2505
arr4	-3.430	41	.001	-.54762	-.8701	-.2251
arr5	-9.534	41	.000	-1.57143	-1.9043	-1.2385
arr6	-4.415	41	.000	-.71429	-1.0410	-.3876
arr7	-2.712	41	.010	-.45238	-.7892	-.1155
arr8	-.371	41	.713	-.04762	-.3070	.2118
arr9	-3.315	41	.002	-.42857	-.6897	-.1675
arr10	.971	41	.337	.11905	-.1287	.3667

Dari hasil pengujian pada Tabel 6 dan 7, dapat diinterpretasikan indikator kelengkapan peralatan belajar-mengajar di kelas, kondisi peralatan belajar-mengajar yang baik, kesesuaian alat bantu mengajar dengan kebutuhan, penataan ruang yang bagus, jam buka pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan sudah cukup memuaskan mahasiswa.

2. perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pengelolaan perkuliahan dengan jenis kelamin berbeda

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan antara mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, maka dilakukanlah serangkaian pengujian seperti ditunjukkan pada Tabel 8 dan 9. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hanya indikator kelima yang menunjukkan perbedaan kepuasan antara mahasiswa laki-laki dan perempuan, yaitu mengenai ketersediaan fasilitas free wi-fi di kampus. Mahasiswa laki-laki lebih toleran terhadap keberadaan fasilitas free wi-fi di kampus dibandingkan dengan mahasiswa perempuan, meskipun kurang memuaskan bagi mereka.

Tabel 8. Group Statistics pengelolaan perkuliahan berdasarkan jenis kelamin

	gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
arr1	1.00	13	3.7692	.83205	.23077
	2.00	29	3.6207	.77523	.14396
arr2	1.00	13	3.5385	.77625	.21529
	2.00	29	3.4138	.73277	.13607
arr3	1.00	13	3.8462	.68874	.19102
	2.00	29	3.3448	.81398	.15115
arr4	1.00	13	3.4615	.77625	.21529
	2.00	29	2.7241	1.06558	.19787
arr5	1.00	13	2.1538	1.40512	.38971
	2.00	29	1.8276	.88918	.16512
arr6	1.00	13	3.5385	.87706	.24325
	2.00	29	2.4483	.94816	.17607
arr7	1.00	13	3.6154	.76795	.21299
	2.00	29	2.7931	1.11417	.20690
arr8	1.00	13	3.7692	.83205	.23077
	2.00	29	3.3103	.80638	.14974
arr9	1.00	13	3.3077	.75107	.20831
	2.00	29	2.9655	.86531	.16068
arr10	1.00	13	4.0000	.70711	.19612
	2.00	29	3.4483	.78314	.14542

Tabel 9. Independent Sample t test pengelolaan perkuliahan berdasarkan jenis kelamin

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
arr1	Equal variances assumed	.028	.869	.561	40	.578	.14854	.26459	-.38621	.68329
	Equal variances not assumed			.546	21.745	.591	.14854	.27199	-.41591	.71300
arr2	Equal variances assumed	.057	.813	.501	40	.619	.12467	.24902	-.37862	.62796
	Equal variances not assumed			.489	21.998	.629	.12467	.25469	-.40353	.65286
arr3	Equal variances assumed	1.821	.185	1.929	40	.061	.50133	.25985	-.02385	1.02651
	Equal variances not assumed			2.058	27.167	.049	.50133	.24359	.00166	1.00099
arr4	Equal variances assumed	1.740	.195	2.237	40	.031	.73740	.32968	.07110	1.40370
	Equal variances not assumed			2.522	31.273	.017	.73740	.29241	.14123	1.33357
arr5	Equal variances assumed	4.262	.046	.913	40	.367	.32626	.35727	-.39582	1.04834
	Equal variances not assumed			.771	16.468	.452	.32626	.42325	-.56892	1.22144
arr6	Equal variances assumed	.367	.548	3.522	40	.001	1.09019	.30954	.46457	1.71580
	Equal variances not assumed			3.630	24.934	.001	1.09019	.30029	.47165	1.70872
arr7	Equal variances assumed	1.840	.183	2.409	40	.021	.82228	.34135	.13239	1.51217
	Equal variances not assumed			2.769	32.811	.009	.82228	.29694	.21803	1.42653
arr8	Equal variances assumed	.047	.829	1.689	40	.099	.45889	.27175	-.09034	1.00811
	Equal variances not assumed			1.668	22.521	.109	.45889	.27509	-.11086	1.02863
arr9	Equal variances assumed	.043	.837	1.231	40	.225	.34218	.27793	-.21954	.90389
	Equal variances not assumed			1.301	26.507	.205	.34218	.26308	-.19809	.88244
arr10	Equal variances assumed	2.133	.152	2.172	40	.036	.55172	.25404	.03828	1.06517
	Equal variances not assumed			2.260	25.518	.033	.55172	.24415	.04940	1.05405

3. perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pengelolaan perkuliahan dengan rentang usia berbeda

Untuk melihat apakah perbedaan usia menunjukkan perbedaan kepuasan akan pengelolaan perkuliahan di kampus dilakukan pengujian seperti ditunjukkan pada Tabel 10 dan 11.

Tabel 10. Deskripsi Indikator dari pengelolaan perkuliahan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
arr1	1.00	20	3.5500	.68633	.15347	3.2288	3.8712	2.00	5.00
	2.00	17	3.8235	.80896	.19620	3.4076	4.2395	2.00	5.00
	3.00	5	3.6000	1.14018	.50990	2.1843	5.0157	2.00	5.00
	Total	42	3.6667	.78606	.12129	3.4217	3.9116	2.00	5.00
arr2	1.00	20	3.2500	.63867	.14281	2.9511	3.5489	2.00	4.00
	2.00	17	3.7647	.66421	.16109	3.4232	4.1062	3.00	5.00
	3.00	5	3.2000	1.09545	.48990	1.8398	4.5602	2.00	5.00
	Total	42	3.4524	.73923	.11407	3.2220	3.6827	2.00	5.00
arr3	1.00	20	3.4000	.75394	.16859	3.0471	3.7529	2.00	4.00
	2.00	17	3.5294	.87447	.21209	3.0798	3.9790	2.00	5.00
	3.00	5	3.8000	.83666	.37417	2.7611	4.8389	3.00	5.00
	Total	42	3.5000	.80395	.12405	3.2495	3.7505	2.00	5.00
arr4	1.00	20	2.6500	.93330	.20869	2.2132	3.0868	1.00	4.00
	2.00	17	3.2941	1.15999	.28134	2.6977	3.8905	1.00	5.00
	3.00	5	3.0000	.70711	.31623	2.1220	3.8780	2.00	4.00
	Total	42	2.9524	1.03482	.15968	2.6299	3.2749	1.00	5.00
arr5	1.00	20	1.5000	.76089	.17014	1.1439	1.8561	1.00	3.00
	2.00	17	2.3529	1.32009	.32017	1.6742	3.0317	1.00	5.00
	3.00	5	2.2000	.44721	.20000	1.6447	2.7553	2.00	3.00
	Total	42	1.9286	1.06823	.16483	1.5957	2.2615	1.00	5.00
arr6	1.00	20	2.5000	1.05131	.23508	2.0080	2.9920	1.00	5.00
	2.00	17	3.1176	1.05370	.25556	2.5759	3.6594	1.00	5.00
	3.00	5	2.8000	.83666	.37417	1.7611	3.8389	2.00	4.00
	Total	42	2.7857	1.04848	.16178	2.4590	3.1124	1.00	5.00
arr7	1.00	20	2.7500	1.11803	.25000	2.2267	3.2733	1.00	5.00
	2.00	17	3.2353	1.03256	.25043	2.7044	3.7662	1.00	4.00
	3.00	5	3.6000	.89443	.40000	2.4894	4.7106	3.00	5.00
	Total	42	3.0476	1.08093	.16679	2.7108	3.3845	1.00	5.00
arr8	1.00	20	3.3000	.73270	.16384	2.9571	3.6429	2.00	5.00
	2.00	17	3.4706	.94324	.22877	2.9856	3.9556	2.00	5.00
	3.00	5	4.0000	.70711	.31623	3.1220	4.8780	3.00	5.00
	Total	42	3.4524	.83235	.12843	3.1930	3.7118	2.00	5.00
arr9	1.00	20	2.9500	.88704	.19835	2.5349	3.3651	1.00	5.00
	2.00	17	3.1176	.85749	.20797	2.6768	3.5585	2.00	5.00
	3.00	5	3.4000	.54772	.24495	2.7199	4.0801	3.00	4.00
	Total	42	3.0714	.83791	.12929	2.8103	3.3325	1.00	5.00
arr10	1.00	20	3.5500	.68633	.15347	3.2288	3.8712	2.00	5.00
	2.00	17	3.7059	.91956	.22303	3.2331	4.1787	2.00	5.00
	3.00	5	3.6000	.89443	.40000	2.4894	4.7106	3.00	5.00
	Total	42	3.6190	.79487	.12265	3.3713	3.8667	2.00	5.00

Dari hasil analisis dengan uji anova pada Tabel 11 dapat diinterpretasikan bahwa hanya pengelolaan mengenai ketersediaan free wi-fi yang menunjukkan perbedaan signifikan tingkat kepuasan antar mahasiswa yang berusia 17-19 tahun, 20-22 tahun, dan diatas 23 tahun. Tingkat kepuasan paling rendah adalah mereka yang berusia 17-19 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan rentang usia 17-19 tahun adalah yang paling gemar mengakses internet dengan memanfaatkan fasilitas free wi-fi.

4. kepuasan mahasiswa terkait dengan pelayanan dosen dan staf administrasi

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 5, dari skala 5, rata-rata kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan para dosen dan staf administrasi yang paling rendah adalah 3.1190 (keramahan dan kecepatan pelayanan administrasi akademik) dan paling tinggi 3.6667 (perlakuan baik oleh para dosen). Untuk memastikan apakah tanggapan ini mencerminkan kepuasan mereka

maka dilakukan uji t untuk masing-masing indicator yang manaditemukan hasil dengan nilai 3.5 (cukup puas).

Dari hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel 12 dan Tabel 13 dapat disimpulkan bahwa, indicator perlakuan baik oleh para dosen, perlakuan baik oleh para staf administrasi dosen, perlakuan baik oleh para staf administrasi bukan dosen, dan pelayanan administrasi keuangan yang ramah dan cepat, menunjukkan hasil yang cukup memuaskan menurut pendapat para responden dengan dasar nilai mean yang semuanya berada diatas nilai tengah (3).

Tabel 11. ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
arr1	Between Groups	.713	2	.356	.565	.573
	Within Groups	24.621	39	.631		
	Total	25.333	41			
arr2	Between Groups	2.796	2	1.398	2.780	.074
	Within Groups	19.609	39	.503		
	Total	22.405	41			
arr3	Between Groups	.665	2	.332	.502	.609
	Within Groups	25.835	39	.662		
	Total	26.500	41			
arr4	Between Groups	3.825	2	1.913	1.861	.169
	Within Groups	40.079	39	1.028		
	Total	43.905	41			
arr5	Between Groups	7.103	2	3.552	3.491	.040
	Within Groups	39.682	39	1.017		
	Total	46.786	41			
arr6	Between Groups	3.507	2	1.753	1.645	.206
	Within Groups	41.565	39	1.066		
	Total	45.071	41			
arr7	Between Groups	3.896	2	1.948	1.726	.191
	Within Groups	44.009	39	1.128		
	Total	47.905	41			
arr8	Between Groups	1.969	2	.985	1.453	.246
	Within Groups	26.435	39	.678		
	Total	28.405	41			
arr9	Between Groups	.871	2	.436	.608	.549
	Within Groups	27.915	39	.716		
	Total	28.786	41			
arr10	Between Groups	.225	2	.113	.171	.843
	Within Groups	25.679	39	.658		
	Total	25.905	41			

Tabel 12. One Sample Statistics untuk pelayanan dosen dan staf administrasi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
attitude1	42	3.6190	.88214	.13612
attitude2	42	3.5238	.96873	.14948
attitude3	42	3.3333	.81650	.12599
attitude4	42	3.1190	.88902	.13718
attitude5	42	3.1429	.87154	.13448
attitude6	42	3.3571	.95818	.14785

Tabel 13. One Sample Test untuk pelayanan dosen dan staf administrasi

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
attitude1	.875	41	.387	.11905	-.1558	.3939
attitude2	.159	41	.874	.02381	-.2781	.3257
attitude3	-1.323	41	.193	-.16667	-.4211	.0878
attitude4	-2.777	41	.008	-.38095	-.6580	-.1039
attitude5	-2.656	41	.011	-.35714	-.6287	-.0856
attitude6	-.966	41	.340	-.14286	-.4414	.1557

5. Perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pelayanan dosen dan staf administrasi dengan jenis kelamin berbeda

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan antara mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, maka dilakukan pengujian independent sample t test seperti ditunjukkan pada Tabel 14 dan 15.

Tabel 14. Group Statistic untuk Pelayanan dosen dan staf administrasi berdasarkan jenis kelamin

	gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
attitude1	1.00	13	4.0769	.64051	.17765
	2.00	29	3.4138	.90701	.16843
attitude2	1.00	13	3.9231	.75955	.21066
	2.00	29	3.3448	1.00980	.18752
attitude3	1.00	13	3.6923	.48038	.13323
	2.00	29	3.1724	.88918	.16512
attitude4	1.00	13	3.7692	.72501	.20108
	2.00	29	2.8276	.80485	.14946
attitude5	1.00	13	3.6154	.76795	.21299
	2.00	29	2.9310	.84223	.15640
attitude6	1.00	13	3.6923	.75107	.20831
	2.00	29	3.2069	1.01346	.18819

Tabel 15. Independent Sample t Test untuk Pelayanan dosen dan staf administrasi berdasarkan jenis kelamin

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
attitude1	Equal variances assumed	3.817	.058	2.376	40	.022	.66313	.27904	.09916	1.22710
	Equal variances not assumed			2.709	32.140	.011	.66313	.24480	.16458	1.16168
attitude2	Equal variances assumed	3.745	.060	1.840	40	.073	.57825	.31433	-.05703	1.21353
	Equal variances not assumed			2.050	30.376	.049	.57825	.28203	.00257	1.15393
attitude3	Equal variances assumed	2.690	.109	1.974	40	.055	.51989	.26338	-.01242	1.05221
	Equal variances not assumed			2.450	38.373	.019	.51989	.21217	.09052	.94927
attitude4	Equal variances assumed	.103	.750	3.609	40	.001	.94164	.26093	.41428	1.46900
	Equal variances not assumed			3.758	25.576	.001	.94164	.25054	.42623	1.45706
attitude5	Equal variances assumed	.014	.905	2.498	40	.017	.68435	.27391	.13075	1.23795
	Equal variances not assumed			2.590	25.280	.016	.68435	.26425	.14043	1.22827
attitude6	Equal variances assumed	.456	.503	1.543	40	.131	.48541	.31456	-.15035	1.12117
	Equal variances not assumed			1.729	30.792	.094	.48541	.28073	-.08730	1.05812

dari hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel 14 dan Tabel 15 dapat ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan antara mahasiswa laki-laki dan perempuan.

6. Perbedaan kepuasan mahasiswa terkait dengan pelayanan dosen dan staf administrasi dengan rentang usia berbeda

Untuk melihat apakah perbedaan usia menunjukkan perbedaan kepuasan akan pelayanan para dosen dan staf administrasi di kampus dilakukan pengujian seperti ditunjukkan pada Tabel 16 dan 17.

Tabel 16. Statistik Deskriptif Pelayanan Dosen dan Staf Administrasi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
attitude1	1.00	20	3.2000	.89443	.20000	2.7814	3.6186	1.00	4.00
	2.00	17	3.9412	.65865	.15975	3.6025	4.2798	3.00	5.00
	3.00	5	4.2000	.83666	.37417	3.1611	5.2389	3.00	5.00
	Total	42	3.6190	.88214	.13612	3.3442	3.8939	1.00	5.00
attitude2	1.00	20	3.0500	.99868	.22331	2.5826	3.5174	1.00	4.00
	2.00	17	3.8235	.72761	.17647	3.4494	4.1976	2.00	5.00
	3.00	5	4.4000	.54772	.24495	3.7199	5.0801	4.00	5.00
	Total	42	3.5238	.96873	.14948	3.2219	3.8257	1.00	5.00
attitude3	1.00	20	3.0000	.91766	.20520	2.5705	3.4295	1.00	4.00
	2.00	17	3.6471	.60634	.14706	3.3353	3.9588	2.00	4.00
	3.00	5	3.6000	.54772	.24495	2.9199	4.2801	3.00	4.00
	Total	42	3.3333	.81650	.12599	3.0789	3.5878	1.00	4.00
attitude4	1.00	20	2.9000	.85224	.19057	2.5011	3.2989	1.00	4.00
	2.00	17	3.2941	.98518	.23894	2.7876	3.8007	2.00	5.00
	3.00	5	3.4000	.54772	.24495	2.7199	4.0801	3.00	4.00
	Total	42	3.1190	.88902	.13718	2.8420	3.3961	1.00	5.00
attitude5	1.00	20	2.9500	.88704	.19835	2.5349	3.3651	1.00	4.00
	2.00	17	3.2941	.84887	.20588	2.8577	3.7306	2.00	5.00
	3.00	5	3.4000	.89443	.40000	2.2894	4.5106	2.00	4.00
	Total	42	3.1429	.87154	.13448	2.8713	3.4144	1.00	5.00
attitude6	1.00	20	3.3500	1.03999	.23255	2.8633	3.8367	1.00	5.00
	2.00	17	3.2941	.98518	.23894	2.7876	3.8007	2.00	5.00
	3.00	5	3.6000	.54772	.24495	2.9199	4.2801	3.00	4.00
	Total	42	3.3571	.95818	.14785	3.0586	3.6557	1.00	5.00

Tabel 17. ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
attitude1	Between Groups	6.964	2	3.482	5.444	.008
	Within Groups	24.941	39	.640		
	Total	31.905	41			
attitude2	Between Groups	9.856	2	4.928	6.715	.003
	Within Groups	28.621	39	.734		
	Total	38.476	41			
attitude3	Between Groups	4.251	2	2.125	3.591	.037
	Within Groups	23.082	39	.592		
	Total	27.333	41			
attitude4	Between Groups	1.875	2	.938	1.198	.313
	Within Groups	30.529	39	.783		
	Total	32.405	41			
attitude5	Between Groups	1.463	2	.732	.962	.391
	Within Groups	29.679	39	.761		
	Total	31.143	41			
attitude6	Between Groups	.363	2	.182	.190	.828
	Within Groups	37.279	39	.956		
	Total	37.643	41			

Ternyata terdapat perbedaan signifikan tingkat kepuasan antar rentang usia yang diujikan untuk indikator pelayanan perlakuan dosen, perlakuan staf administrasi dosen, dan perlakuan staf administrasi bukan dosen. Mereka dengan rentang usia diatas 23 tahun paling tinggi tingkat kepuasannya terkait dengan perlakuan dosen dan perlakuan staf administrasi dosen.

Sedangkan kepuasan terkait dengan perlakuan staf administrasi bukan dosen, mahasiswa dengan rentang usia 19-22 tahunlah yang paling tinggi.

7. Mahasiswa menyikapi pengalaman mereka atas pengelolaan perkuliahan dan pelayanan dosen dan staf administrasi dikaitkan dengan perilaku complain
- Sebagaimana dipahami, ketidakpuasan adalah akar dari munculnya komplain. Meskipun, dari banyak hasil penelitian, komplain tidak disampaikan langsung kepada pihak penyedia layanan, dampak ikutan yang bisa muncul adalah tindakan boikot dan atau menyampaikannya kepada orang lain (Davidow, 2000; Susskind, 2004, 2005). Memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa ada beberapa dari aspek pengelolaan perkuliahan dan pelayanan tidak memuaskan, penelitian dilanjutkan dengan melihat tindakan apa yang akan diambil oleh responden melalui beberapa pertanyaan, yaitu (1) apakah mereka akan tetap melanjutkan pendidikan ke semester berikutnya, didapatkan hasil 90.5% responden menyatakan tetap melanjutkan kuliah ke semester berikutnya (dijabarkan pada Tabel 18), (2) apakah pernah terpikir untuk berhenti kuliah, didapatkan hasil 83.3% menyatakan tidak pernah terpikir untuk berhenti kuliah (dijabarkan pada Tabel 19), (3) apakah mereka bersedia merekomendasikan STIE Pancasetia kepada orang lain, didapatkan hasil 81% bersedia merekomendasikan (dijabarkan pada Tabel 20), (4) apakah mereka berminat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, didapatkan hasil 78,6% berminat melanjutkan pendidikan (dijabarkan pada Tabel 21), (5) apabila ada peluang melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi, apakah mereka tetap memilih untuk kuliah di kampus yang sama, didapatkan hasil 31 orang dari 33 responden (93.94%) memilih untuk tetap kuliah di kampus yang sama (dijabarkan pada Tabel 22), dan (6) apabila mendapat kesempatan kedua, apakah mereka akan tetap memilih kuliah di STIE Pancasetia, didapatkan hasil 83.3% menyatakan akan tetap memilih kuliah di tempat yang sama (dijabarkan pada Tabel 23).

Tabel 18. Distribusi Frekuensi Jawaban Pertanyaan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	38	90.5	90.5	90.5
2.00	4	9.5	9.5	100.0
Total	42	100.0	100.0	

Tabel 19. Distribusi Frekuensi Jawaban Pertanyaan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	7	16.7	16.7	16.7
2.00	35	83.3	83.3	100.0
Total	42	100.0	100.0	

Tabel 20. Distribusi Frekuensi Jawaban Pertanyaan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	34	81.0	81.0	81.0
2.00	7	16.7	16.7	97.6
3.00	1	2.4	2.4	100.0
Total	42	100.0	100.0	

Tabel 21. Distribusi Frekuensi Jawaban Pertanyaan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	33	78.6	78.6	78.6
	2.00	9	21.4	21.4	100.0
Total		42	100.0	100.0	

Tabel 22. Distribusi Frekuensi Jawaban Pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	31	73.8	93.9	93.9
	2.00	2	4.8	6.1	100.0
	Total	33	78.6	100.0	
Missing	System	9	21.4		
Total		42	100.0		

Tabel 23. Distribusi Frekuensi Jawaban Pertanyaan 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	35	83.3	83.3	83.3
	2.00	7	16.7	16.7	100.0
Total		42	100.0	100.0	

Ternyata, terlepas dari bagaimana pengalaman responden, mereka tetap bersikap positif. Menjadi menarik untuk mengetahui seberapa penting relasi dengan para dosen dan staf administrasi bagi mereka, serta seberapa penting kemudahan proses pelayanan administrasi dan fasilitas fisik yang disiapkan kampus bagi mereka.

Tabel 24. Statistik Deskriptif Jawaban Responden

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
reldosen	42	3.00	5.00	4.3095	.74860
relstaf	42	2.00	5.00	4.2143	.81258
layanan	42	2.00	5.00	4.1429	.84309
f asilitas	42	3.00	5.00	4.0476	.82499
Valid N (listwise)	42				

Dari hasil statistic deskriptif pada Tabel 24 dapat diinterpretasikan bahwa menurut responden relasi dengan para dosen, relasi dengan staf administrasi, kemudahan proses pelayanan administrasi, dan fasilitas fisik yang disiapkan kampus adalah penting, dilihat dari nilai mean berturut turut 4.3095, 4.2143, 4.1429, dan 4.0476 (dari skala 5).

Kesimpulan

Semua hasil pengujian secara konsisten menunjukkan bahwa apa yang dianggap penting adalah hal yang juga membentuk kepuasan dalam diri konsumen, yang akan membuat mereka loyal dan bersedia merekomendasikan pengalaman baik mereka kepada orang lainnya. Mengingat penelitian ini dilakukan dengan sample yang amat terbatas, ada baiknya survey dilakukan lebih meluas untuk memperoleh jawaban yang lebih mewakili mahasiswa secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bearden, W. O., & Teel, J. E. (1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. *Journal of Marketing Research*, 20(1), 21-28.
- Collie, T. A., Sparks, B., & Bradley, G. (2000). Investing in interactional justice: A study of the fair process effect within a hospitality failure context. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(4), 448-472.
- Day, R. L., Grabick, K., Schaetzle, T., & Staubach, F. (1981). The hidden agenda of consumer complaining. *Journal of Retailing*, 57(3), 86-106.
- Davidow, M. (2000). The bottom line impact of organizational responses to customer complaints. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(4), 473-490.
- Gursoy, D., McCleary, K. W., & Lepisto, L. R. (2003). Segmenting dissatisfied restaurant customers based on their complaining response styles. *Journal of Food Service Business Research*, 6(1), 25-44.
- Lewis, R. C., & Morris, S. V. (1987). The positive side of guest complaints. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 27(4), 13-15. Lewis, R. C., & Morris, S. V. (1987). The positive side of guest complaints. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 27(4), 13-15.
- Pride William M., Ferrell O.C. (1997), *Marketing : Concepts and Strategies*, Houghton Mifflin Co.: Boston, p. 10.
- Singh, J. (1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. *Journal of Marketing*, 52(1), 93-107.
- Singh, J. (1990). Identifying consumer dissatisfaction response styles: An agenda for future research. *European Journal of Marketing*, 24(6), 55-72.
- Singh, J., & Wilkes, R., E. (1996). When consumers complain: A path analysis of the key antecedents of consumer complaint response estimates. *Journal of Academy of Marketing Science*, 24(4), 350-365.
- Susskind, A. M. (2004). Consumer frustration in the customer-server exchange: The role of attitudes toward complaining and information inadequacy related to service failures. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28(1), 21-43.
- Susskind, A. M. (2005). A content analysis of consumer complaints, remedies, and repatronage intentions regarding dissatisfying service experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(2), 150-169.
- Technical Assistance Research Program. (1986). *Consumer complaint handling in America: An update study*. Washington, DC: U.S. Office of Consumer Affairs.
- Zeithaml, V. A. (1984). Issues in conceptualizing and measuring consumer response to price. In T. C. Kinnear (Ed.), *Advances in consumer research* (Vol. 11, pp. 612-616). Provo, UT: Association for Consumer Research.