

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUASAN MAHASISWA PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM  
KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI BANJARMASIN**

**Apriya Santi**

**Abstract:** Evaluation of service quality, trust and students' satisfaction can develop positive perceptions. The purposes of this study are to find out the effect of service quality dimensions, consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on students' satisfaction simultaneously and partially, and find out the effect of trust on student's satisfaction. Population in this study is all morning regular students, a total of 150 students as respondents. The analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression. The results showed that service quality consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy have significant effect on students' satisfaction simultaneously but only tangible and empathy that have significant effect on student's satisfaction partially, and trust has no effect on student's satisfaction in the Economic Faculty of the Islamic University of Kalimantan.

**Keywords :** *Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Trust, Satisfaction*

**Abstrak:** Evaluasi terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan mahasiswa dapat mengembangkan persepsi positif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan dan parsial serta pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa regular pagi sejumlah 150 orang yang dijadikan sebagai responden. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesisnya adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, secara parsial hanya dimensi *tangible* dan *emphaty* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Kepercayaan, Kepuasan*

## Latar Belakang

Institusi pendidikan tinggi dengan bermacam pilihan bidang studi sesuai dengan minat masyarakat bertujuan untuk mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi, memiliki keahlian dan daya kreativitas yang tinggi sehingga mampu bersaing di dunia kerja dan bisnis. Aspek pelayanan yang prima akan berimplikasi pada peningkatan citra perguruan tinggi dan sebaliknya pelayanan yang buruk akan menurunkan citra perguruan tinggi itu sendiri, kualitas merupakan inti kesinambungan eksistensi hidup suatu institusi (Widodo,2015). Kualitas pelayanan jasa harus dikelola dengan baik oleh setiap penyelenggara jasa, agar kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan meningkat dan loyalitas mereka dapat dipertahankan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pemasaran (Istianto & Tyra,2011 dalam Pratiwi & Seminari,2015). Pelayanan yang prima berimplikasi pada peningkatan citra perguruan tinggi dan sebaliknya pelayanan yang buruk akan menurunkan citra perguruan tinggi itu sendiri karena kualitas merupakan salah satu sumber yang menentukan eksistensi hidup perguruan tinggi. Hal ini akan diperoleh jika manajemen Fakultas Ekonomi mengedepankan kualitas dan kompetensinya di bidang pendidikan, diantaranya dapat menciptakan kepuasan mahasiswa.

Kepercayaan akan tercipta bila mahasiswa menganggap bahwa kampus tempat mereka mengikuti pendidikan memang terbukti *reliable* dan *integrity*. Kepercayaan terhadap manajemen fakultas ini dapat menimbulkan perilaku positif mahasiswa karena mereka merasa menemukan apa yang diinginkan dari institusi pendidikan tersebut sehingga menimbulkan kepuasan, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008) dan Chang, Chen & Lan (2013) yang menunjukkan bahwa kepercayaan dapat menciptakan kepuasan, dalam hal ini adalah kepuasan mahasiswa. Kepercayaan dapat dinilai dari *benevolence*, *honesty* dan

*competence* pihak lain untuk menunjukkan hal terbaik dalam suatu hubungan (Walter, Mueller&Helfert,2000).

## Kajian Literatur

Lovelock (2010) mengartikan jasa sebagai suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, dalam jangka waktu tertentu, dalam bentuk suatu kegiatan yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, obyek maupun aset lainnya yang menjadi tanggung jawab pembeli. Sebagai pertukaran dari uang, waktu dan upaya, pelanggan jasa berharap akan mendapatkan nilai dari suatu akses ke barang-barang, tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan sistem tertentu, tetapi pelanggan tidak akan mendapatkan hak milik dari unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa, dapat disimpulkan bahwa jasa adalah aktivitas ekonomi yang ditawarkan kepada pelanggan, tidak menghasilkan kepemilikan atas unsur fisik yang terlibat dalam proses penyediaannya tetapi memberikan hasil dalam bentuk suatu kegiatan yang diinginkan oleh penerima.

## Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas jasa tergantung pada penilaian pelanggan atas *performance* kualitas yang mereka terima. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan pelanggan atau kegiatan dan persepsi mereka terhadap layanan. Untuk menilai kualitas jasa, terdapat lima dimensi yang dideskripsikan sebagai *Tangible* (fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan personel), *Reliability* (kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara benar dan akurat), *Responsiveness* (kemampuan untuk menolong pelanggan dan menyediakan pelayanan yang dijanjikan), *Assurance* (pengetahuan dan kesopansantunan karyawan dan kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan diri). *Empathy* (peduli, perhatian penuh yang dapat diberikan perusahaan pada pelanggan (Stodnick & Rogers, 2008).

Indikator yang digunakan untuk mengukur pelayanan di bidang pendidikan dari dimensi *Tangible* adalah fasilitas pendidikan, kenyamanan ruang kuliah,

gedung kuliah yang memadai, lingkungan kampus yang bersih dan penampilan dosen yang sopan dan baik. Dimensi *Reliability* diukur dengan indikator berupa penyediaan informasi yang akurat, kemampuan staf untuk memberikan pelayanan yang cepat dan kemudahan pelayanan. Untuk dimensi *Responsiveness* diukur dengan indikator merespon segala keperluan mahasiswa, menyampaikan informasi terbaru dan kemampuan dosen memberikan motivasi. Dimensi *Assurance* diukur dengan indikator berupa staf memiliki kemampuan yang mendukung, staf memiliki kemampuan komunikasi dan loyalitas staf. Dimensi *Emphaty* diukur dengan indikator memberikan pelayanan yang tulus, kesediaan dosen membimbing mahasiswa dan dosen mampu menjadi panutan (Gultom *et.al.*,2014).

### Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan dipandang sebagai hal yang esensial dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dalam bisnis, Garbarino & Johnson (2002) dalam Wijayanti (2012) menyatakan bahwa kepercayaan dalam pemasaran jasa lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu pada keyakinan konsumen atas kualitas dan keandalan jasa yang diterimanya.

Anderson & Weitz (1989), Geykens *et.al.*, (1996) dalam Walter, Mueller & Helfert (2000) menyatakan bahwa **kepercayaan memiliki tiga indikator** inti yaitu : pertama, percaya bahwa pihak lain akan menunjukkan **itikad baik** (*benevolence*) dalam setiap tindakannya yang berdampak pada hubungan secara langsung atau tidak langsung. Kedua, kepercayaan menunjukkan **kejujuran** (*honesty*) atau percaya terhadap kredibilitas pihak lain (Doney & Canon, 1997, Ganesan, 1994 dalam Walter, Mueller & Helfert. 2000 ). Ketiga percaya bahwa pihak lain memiliki **kompetensi** (*competence*) untuk bertindak dalam memperoleh keuntungan dari suatu hubungan.

### Kepuasan Pelanggan

Interpretasi yang paling banyak digunakan tentang kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul sebagai hasil proses evaluasi antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Armstrong & Kotler, 1996 dalam Akbar & Parvez, 2009). Bitner & Zeithaml (2003) menyatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian komparatif seseorang terhadap kinerja produk dibandingkan harapannya (Kotler & Keller, 2009).

Kepuasan berbentuk respon positif yang menyeluruh terhadap penggunaan barang atau jasa yang didasari oleh penilaian pelanggan terhadap fitur produk yang menyediakan pemenuhan atas kebutuhan konsumsi mereka (Oliver, 1996 dalam setiawati & Putri, 2012). Kepuasan berupa keadaan psikologis sebagai pernyataan hasil dari evaluasi antara apa yang diharapkan dihubungkan dengan pengalaman penggunaan produk (Oliver, 1996 dalam Shpetim 2012). Kepuasan dapat dijadikan pendorong untuk merekomendasikan produk dan menyebabkan adanya niat pembelian kembali. Jika pelanggan mendapatkan apa yang diharapkan maka pelanggan akan menjadi puas (Reicheld, 1996 dalam Shpetim, 2012).

Kepuasan merupakan hasil dari pengalaman sebelumnya dan nampak melalui perilaku pelanggan setelah melakukan pembelian (Eggert & Ulaga. 2002 dalam Anonim 2009), Indikator yang digunakan untuk menilai kepuasan adalah apakah kualitas yang diberikan sesuai yang dijanjikan, apakah pelayanannya baik dan memuaskan konsumen, apakah ada kepuasan secara menyeluruh bagi setiap konsumen (Kotler. 2000). Selanjutnya peneliti menyimpulkan kepuasan sebagai suatu kondisi dimana pelanggan merasa bahwa suatu produk telah q memenuhi harapannya, memuaskan kebutuhan dan keinginannya, dengan indikator yang paling mudah dikenali adalah pelanggan melakukan pembelian ulang dan adanya *positif word of mouth*.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Beberapa diantaranya adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2007). Dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan” (Studi pada Pelanggan Hotel Patria Plaza Blitar). Alat analisis yang digunakan adalah *Path Analysis*. Hipotesisnya yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan saat ini adalah H1 yaitu “ Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan”. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hipotesis diterima).
2. Penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008). Dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan debitur modal kerja dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada PT. Bank Central Asia kantor cabang Solo, Tbk”. Alat analisis yang digunakan adalah SEM. Hipotesisnya yang sesuai dengan penelitian adalah H1 yaitu “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan”, H2 yaitu “Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan kepercayaan terhadap kepuasan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Shpetim(2012). Dengan judul “*Exploring the relationship among service quality, satisfaction, trust and store loyalty among retail customers*”. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Hipotesisnya yang sesuai dengan penelitian adalah H1 yaitu “*Service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan“. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan (Hipotesis diterima).

### Hipotesis

Berdasarkan dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini

dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

- H1: Kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan
- H2: Kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara parsial
- H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

### Metode Penelitian

#### Jenis Penelitian

Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan ke dalam *explanatory research*. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa sebagai responden individu. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausal atau sebab akibat.

#### Tempat Penelitian dan Unit Analisis

Tempat dilakukan penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska Tahun Angkatan 2016.

#### Populasi

Mengingat jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun Angkatan 2016 yang terlalu besar yaitu berjumlah 1127 orang, maka populasi penelitian diambil dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin Tahun Angkatan 2016 kelas reguler pagi, yang berjumlah 150 mahasiswa, yang seluruh populasi dijadikan sebagai responden. Mereka dipilih karena mereka adalah mahasiswa yang telah melewati masa pendidikan selama lebih dari 2 tahun, belum bekerja secara formal, memiliki kepedulian terhadap kampus sehingga telah mampu memberikan penilaian terhadap Fakultas Ekonomi.

## Pengukuran

Faktor yang diukur dalam penelitian ini yaitu pertama, Kualitas Pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Kedua yaitu Kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa dengan tiga indikator yaitu itikad baik, kejujuran dan kompetensi yang seluruhnya diukur dengan menggunakan pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan dibuat dalam bentuk pernyataan dengan menggunakan skala Likert 1- 4 yang diberi skor atau nilai sebagai berikut : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

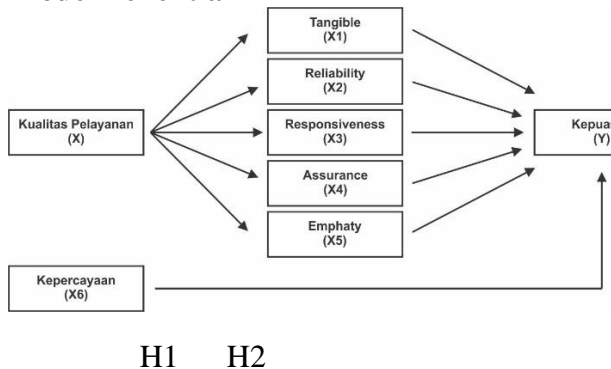
## Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sumber data terdiri dari data primer berupa hasil kuesioner. Data sekunder berupa data-data yang dimiliki oleh Fakultas Ekonomi dan hasil publikasi lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

## Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda.

## Model Penelitian



## Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Setelah melewati uji validitas, item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai *r* hitung atau *Pearson Correlation* untuk semua item bernilai  $> 0,3$  maka dapat disimpulkan bahwa semua item Valid.

### Uji Reliabilitas

Data dinyatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6

Karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,738 ( $>0,6$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data telah *reliable*.

### Uji Normalitas

Data berdistribusi normal apabila nilai Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis berada diantara -2 dan 2, Rasio Skewness = 0,803 ( $-2 < 0,803 < 2$ ) dan Rasio Kurtosis = 1,967 ( $-2 < 1,967 < 2$ ), karena nilai Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis berada diantara -2 dan 2, maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi secara normal

### Uji Autokorelasi

Data dinyatakan bebas dari masalah auto korelasi apabila nilai DW berada diantara nilai *dU* dan *4-dU*. Pada tabel Durbin Watson, dengan  $k = 6$ ,  $n = 150$  dan signifikansi 5%, didapatkan Nilai *dL* = 1.6508 dan *dU* = 1.8169 ( $4-dU = 2,1831$ ), karena  $1,8169 < 1,892 < 2,1831$  maka dapat disimpulkan bahwa data telah terbebas dari masalah Auto korelasi.

### Uji Multikolinearitas

Data dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai VIF  $< 10$  Karena semua nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa data telah terbebas dari masalah multikolinearitas.

### Uji Heterokedastisitas

Dengan Uji Glejser, data terbebas dari masalah Heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi tidak ada yang signifikan atau signifikansi  $> 0,05$ . Karena nilai signifikansi semuanya bernilai lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data telah terbebas dari masalah Heteroskedastisitas.

## Hasil Uji Hipotesis

### Uji Regresi Linier Berganda

Model dinyatakan kuat menyatakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apabila nilai *F* Hitung  $> F$  Tabel dan signifikansi  $< 0,05$ . Variabel Independen dinyatakan

berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai  $t$  Hitung  $>$   $t$  Tabel dan signifikansi  $<$  0,05.

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101,267	6	16,878	15,539	,000 <sup>a</sup>
Residual	155,326	143	1,086		
Total	256,593	149			

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X2, X4, X5, X3

b. Dependent Variable: Y

Dari Tabel 1 menunjukkan nilai F tabel pada  $df$  1 = 6 dan  $df$  2 = 144 ( $n - k = 150 - 6 = 144$ ) dengan signifikansi 0,05 = 2,16. Karena nilai F hitung (15,539)  $>$  F Tabel (2,16) dan signifikansi 0,00 maka dapat disimpulkan bahwa model dapat dinyatakan kuat untuk menyatakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari dimensi *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *emphaty* (X5) serta kepercayaan (X6) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan.

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,522	,956		-,547	,586
X1	,218	,052	,314	4,234	,000
X2	-,035	,036	-,071	-,963	,337
X3	,146	,103	,127	1,420	,158
X4	,072	,081	,073	,886	,377
X5	,340	,103	,289	3,296	,001
X6	,096	,106	,070	,910	,365

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 2 menunjukkan nilai t tabel pada  $df = 143$  ( $n - k = 150 - 7 = 143$ ) dan signifikansi 0,05 adalah 1,656.

Dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$Y = -0,522 + 0,218X1 + (-0,035)X2 + 0,146X3 + 0,072X4 + 0,340X5 + 0,096X6$$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dari seluruh dimensi kualitas pelayanan maupun kepercayaan adalah variabel X1 yaitu *tangible* dan X5 yaitu *emphaty*. Dapat diinterpretasikan bahwa hanya variabel *tangible* dan *emphaty* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara parsial dan dimensi *reliability* (X2), *responsiveness* (X3) dan *assurance* (X4) serta kepercayaan (X6) pun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

## Implikasi Manajerial

**Tabel 3**  
**Implikasi Manajerial Dimensi Tangible dan Emphaty**

Dimensi	Notasi	Indikator	Implikasi Manajerial
Tangible	X11	Fasilitas yang baik dalam proses pendidikan	Manajemen Fakultas Ekonomi memperhatikan sarana dan prasarana yang digunakan untuk menunjang kegiatan dalam proses pendidikan seperti media LCD, ketinggian posisi white board yang pas sehingga tulisan dapat dibaca dengan jelas oleh mahasiswa yang menempati kursi bagian belakang, menyediakan pengeras suara, kursi yang baik dan nyaman karena semuanya berpengaruh terhadap efektivitas proses pembelajaran
	X12	Kenyamanan ruang kuliah	Manajemen Fakultas Ekonomi memperhatikan kenyamanan ruang kuliah yang luasannya sebanding dengan jumlah mahasiswa, ruangan kelas yang bersih, rapi

			dilengkapi dengan pendingin ruangan yang berfungsi dengan baik, pencahayaan yang cukup, tata letak ruang kuliah yang tepat
	X13	Gedung kuliah yang memadai	Manajemen Fakultas Ekonomi hendaknya memiliki gedung kuliah yang cukup luas dengan memperhatikan kecukupan ruang kuliah, dilengkapi dengan perpustakaan, auditorium, ruang diskusi yang dikondisikan memberikan suasana yang mendukung kegiatan belajar dan membuat mahasiswa merasa betah, dilengkapi dengan halaman parkir yang memadai
	X14	Lingkungan kampus yang bersih	Manajemen Fakultas Ekonomi hendaknya secara kontinyu mengawasi kebersihan lingkungan kampus dari ruang dalam gedung hingga luar gedung termasuk menjaga halaman dan toilet yang bersih

	X15	Penampilan dosen yang sopan dan baik	Manajemen Fakultas Ekonomi memastikan bahwa seluruh dosen berperenampilan sopan dan baik yang menjadi contoh bagi mahasiswa
Emphaty	X51	Memberikan pelayanan yang tulus	Staf Fakultas Ekonomi ramah dan cepat dalam merespon segala kepentingan akademik mahasiswa, peduli dan bersedia mendengarkan dan mengatasi kesulitan mahasiswa dalam masalah administrasi sehingga mahasiswa merasa staf memiliki ketulusan dalam memberikan pelayanan
	X52	Kesediaan dosen membimbing mahasiswa	Seluruh dosen Fakultas Ekonomi bersedia dengan kesungguhan meluangkan waktu khusus untuk memberikan bimbingan terhadap mahasiswa baik yang berkaitan dengan masalah materi perkuliahan, tugas akhir dan masalah akademik lainnya

	X53	Dosen mampu menjadi panutan	Dosen berperenampilan sopan, disiplin, siap meluangkan waktu untuk membimbing dan memotivasi mahasiswa, bersikap peduli terhadap masalah yang dikemukakan oleh mahasiswa, bertutur kata sopan dan tidak menghakimi kesalahan yang dibuat oleh mahasiswa
--	-----	-----------------------------	---

### Simpulan

Terdapat beberapa simpulan dari penelitian ini, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* maupun kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa secara simultan.
- 2) Kualitas pelayanan berupa dimensi *tangible* dan *emphaty* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa sedangkan dimensi *reliability*, *responsive* dan *assurance* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa.
- 3) Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

### Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang terjadi dan dapat dipertimbangkan untuk lebih disempurnakan dalam penelitian yang akan datang.



Beberapa keterbatasan tersebut antara lain :

1. Populasi hanya difokuskan pada mahasiswa kelas reguler pagi angkatan 2016.
2. Jumlah responden hanya 150 orang mahasiswa, jumlah ini tentunya masih kurang representatif untuk menggambarkan penilaian seluruh mahasiswa tentang keadaan kampus yang sesungguhnya. Oleh karena itu hendaknya dilakukan penelitian dengan objek penelitian yang lebih luas yang ada di Uniska Banjarmasin, dengan jumlah responden yang lebih besar sehingga hasil penelitian lebih mewakili penilaian mahasiswa terhadap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan.
3. Dalam proses pengumpulan data, data yang diberikan responden melalui pengisian kuesioner, bisa saja terjadi kurang mewakili penilaian responden yang sebenarnya, hal ini dapat terjadi karena perbedaan sudut pandang dan kejujuran mahasiswa tentang dimensi kualitas pelayanan kampus dan indikator kepercayaan mahasiswa terhadap kampus.
4. Penelitian ini hanya membahas dimensi kualitas pelayanan dan kepercayaan yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa, tentunya masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa yang dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Akbar, MM & Parvez N 2009, *Impact of service quality, trust and customer*

*satisfaction on customer loyalty, ABAC Journal, vo/29, No.1.*

Anonim, 2009, *The Development of Indicators and Assessment Tools for Cso projects promoting value – based education for sustainable Development.*

Gultom, Ginting & Sembiring, 2014, Pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 4 no 1

Handayani, Dwi 2007, Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Patria Plaza Blitar.

Kotler, Philip 2000, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesepuluh*, PT. Prehallindo, Jakarta.

Kotler, Philip & Keller, K 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas Jilid Dua*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Lovelock, C. Wirtz J. & Mussry, J 2010, *Pemasaran Jasa, Perspektif Indonesia Jilid 1*, Erlangga.

Pratiwi & Seminari, 2015, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Volume 4

Setiawati, R & Putri, A 2012, *The impact of perceived value on customer satisfaction, loyalty, recommendation and repurchase, International conference on trade, tourism & managing, Bangkok.*

Shptim, C 2012, *Exploring the relation among service quality, satisfaction, trust and store loyalty among retail customers, journal of competitiveness, Vol. 4.*

Stodnick & Rogers, 2008 *Using servqual to measure the quality of classroom experience, journal of Inovative Education vol 6, No.1*

Walter, A, Mueller & Helfert, G 2000, *The impact of satisfaction, trust and relation value on commitment.*

Wijayanti 2012, Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912, Universitas Muhammadiyah, Purwokerto.

Yasmaniar, VH 2008, Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan debitur modal kerja dengan kepercayaan sebagai intervening variabel pada PT. BCA Kancab. Solo Tbk.