

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA AKADEMI KEBIDANAN AISYIYAH PONTIANAK

Nurmalasari

Program Studi Manajemen Informatika AMIK BSI Pontianak
Jl. Abdurrahman Saleh No 18 A, Kota Pontianak, Indonesia
nurmalasari.nrr@bsi.ac.id

Abstract

This study discusses the influence between service quality and image of student satisfaction in Midwifery Academy Aisyiyah Pontianak. More specifically, the objectives of this study were 1) To determine the effect of service quality on student satisfaction Midwifery Academy Aisyiyah Pontianak, 2) To determine the effect of imagery on student satisfaction Midwifery Academy Aisyiyah Pontianak, 3) To determine the effect of service quality and image of the Midwifery Academy student satisfaction Aisyiyah Pontianak. The population in this study are all active students of the Academy of Midwifery Aisyiyah Pontianak, amounting to 422 people. The samples using stratified random sampling method Proportionated. Withdrawal number of samples using the formula Slovin and samples obtained in this study as many as 81 people. This study used a multiple linear regression analysis with the application of statistical software Special Package for Science (SPSS) version 17.0. The results showed that: 1) The quality of service and a significant positive effect on student satisfaction Midwifery Academy Aisyiyah Pontianak, 2) image is positive but not significant effect on student satisfaction Midwifery Academy Aisyiyah Pontianak, 3) quality of service and image (simultaneously) and the positive effect exhibited significantly to student satisfaction Midwifery Academy Aisyiyah Pontianak, amounting to 51.3% which means that the quality of service and the image has a significant effect on satisfaction. And the remaining 48.7% is influenced by other factors not addressed in this study.

Keywords: *Quality of Service, Image and Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Fenomena persaingan bisnis di era globalisasi ini persaingan dunia usaha semakin ketat merambat pula pada industri jasa pendidikan. Pendidikan yang dahulu mengemban misi sosial, kini secara perlahan namun pasti telah masuk dalam industri bisnis perdagangan jasa. Prasarana dan fasilitas penyedia jasa, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati serta citra penyedia jasa perlu dijelaskan kepada masyarakat, mengingat persaingan industri jasa semakin ketat.

Untuk menunjukkan eksistensinya, setiap pelaku industri pendidikan perlu mengedepankan kualitas sehingga mampu memberikan kepuasan kepada setiap pengguna jasa tersebut.

Dengan kemampuan yang ada dan didorong oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, masyarakat konsumen pengguna jasa pendidikan memiliki kemampuan untuk memilih jasa pendidikan yang diinginkan. Sangat memprihatinkan apabila saat ini masih ada sekolah tinggi atau universitas yang menerima dan

meluluskan mahasiswa tanpa melalui prosedur pendidikan yang wajar. Pada kenyataannya, animo masyarakat pengguna jasa pendidikan terus meningkat, meskipun sekolah tinggi atau universitas tersebut belum atau bahkan tidak memiliki citra yang baik di masyarakat. Pengelolaan sumber daya manusia secara efektif dan efisien, serta kepuasan pemakai jasa pendidikan diprediksi bakal menjadi kunci sukses keberhasilan bisnis pendidikan di masa depan.

Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama bagi setiap perusahaan dalam menjaga bisnisnya agar tetap eksis. Tjiptono (2011:432) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Tak terkecuali dalam aktivitas bisnis pendidikan, bahwa kepuasan stakeholder (termasuk mahasiswa di dalamnya) perlu dijaga agar tetap memiliki daya saing di tengah masyarakat. Pengertian kepuasan menurut Kotler (2000:146), adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya". Dari beberapa pernyataan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan menjadi tujuan utama dalam bisnis. Pelanggan akan mengevaluasi kinerja dari suatu produk yang ditawarkan perusahaan dan selanjutnya diberi penilaian apakah memenuhi harapan yang diinginkan atau tidak. Apabila harapan tersebut terpenuhi atas kinerja produk yang

ditawarkan, maka pelanggan akan merasa puas, begitu pula sebaliknya.

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Berry, Parasuraman dan Zeithaml pada tahun 1988 yang ditulis dalam jurnal berjudul: "Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". Jurnal ini membahas tentang bagaimana mengukur kepuasan pelanggan (Marketing, 2007:54). Lebih lanjut menurut Kotler (1997), hal tersebut kini lebih dikenal dengan service quality (SERVQUAL) berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati).

Selain kualitas jasa (termasuk di dalamnya pelayanan) yang dipersepsikan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, terdapat faktor variabel citra yang turut memberikan peran aktif di dalamnya. Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Tugas perusahaan dalam membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Organisasi atau perusahaan pasti memiliki nilai-nilai atau karakteristik unik yang ingin dijaga. Hal ini sering dikenal dengan citra perusahaan. Keberadaan citra perusahaan bersumber dari pengalaman atau upaya komunikasi sehingga penilaian maupun pengembangannya terjadi pada salah satu atau kedua hal tersebut. Upaya perusahaan sebagai sumber informasi dan terbentuknya citra perusahaan memerlukan dorongan

yang kuat. Informan yang lengkap dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan obyek sasaran.

Kota Pontianak memiliki beberapa Universitas dan Akademi. Semua Universitas dan Akademi tersebut memiliki pangsa pasar yang berbeda-beda. Tak terkecuali Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak yang menjadi primadona dan tujuan para lulusan SMA/ sederajat untuk meneruskan pendidikan tingginya. Akademi Kebidanan Aisyiyah tersebut dalam program studinya menciptakan peluang kerja dalam sektor pendidikan dan kesehatan. Minimnya ketersediaan tenaga pengajar dan tenaga kesehatan dan ditambah lagi akan pensiunnya sejumlah tenaga pengajar dan tenaga kesehatan dalam beberapa tahun ke depan di Kota Pontianak menjadi alasan utama bagi konsumen untuk mengkonsumsi jasa pendidikan yang ditawarkan oleh Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak.

II. LANDASAN TEORI

1. Pengertian Pemasaran

Dasar-Dasar Pemasaran dalam Kotler (2004:7) mengatakan mengenai konsep pemasaran bahwa, "Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain".

Hermawan Kertajaya dalam Alma (2004:2) mengatakan bahwa definisi pemasaran telah berkembang pesat sekali dari dulu sampai sekarang yang dirumuskan sebagai berikut :

- a. Pemasaran adalah menghubungkan penjual dengan pembeli potensial
- b. Pemasaran adalah menjual barang, dan barang tersebut tidak kembali ke orang yang menjualnya
- c. Pemasaran adalah memberikan sebuah standar kehidupan
- d. Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholdernya.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat dikatakan secara singkat bahwa pemasaran itu merupakan kegiatan yang mencakup 4W + 1H (What, When, Where dan Why) dan How berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, dan permintaan akan produk baik barang maupun jasa, contohnya seperti kegiatan menyalurkan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen melalui pendistribusian dan promosi agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maupun seperti kegiatan menyampaikan pelayanan jasa dengan baik sesuai keinginan konsumen.

2. Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2000:51) mengatakan bahwa "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Kualitas dapat mempengaruhi perspektif seseorang akan suatu produk baik barang atau jasa. Menurut Garvin, yang dikutip oleh Tjiptono (2000:52), ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam

perspektif ini dapat menjelaskan mengapa kualitas jasa diartikan secara berbeda oleh orang yang berbeda pula pada situasi yang juga berbeda.

Lebih lanjut menurut Gronroos dalam Tjiptono (2011:330), mengatakan bahwa pendekatan kualitas jasa dapat dikaji melalui konsep Perceived Service Quality dan model kualitas jasa total. Pendekatan yang didasarkan pada riset mengenai perilaku konsumen dan pengaruh ekspektasi menyangkut kinerja barang terhadap evaluasi purna konsumsi. Pendekatan Perceived Service Quality hingga kini nampaknya masih memainkan peranan penting dalam memberikan fondasi bagi sebagian besar riset kualitas jasa (termasuk model SERVQUAL).

Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Rust, et al., 1996 dalam Tjiptono (2011:331), harapan pelanggan bisa berupa 3 (tiga) tipe, yaitu: Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan bakal diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja

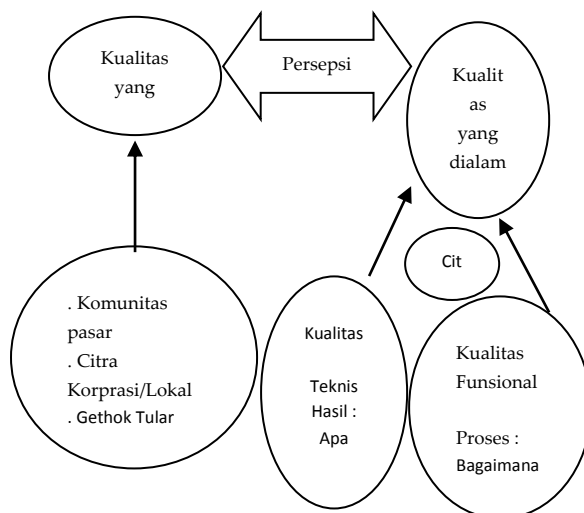
optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Sedangkan menurut Wyckoff dalam Tjiptono (2011:331), kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985). Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

3. Konsep Citra

Selain kualitas jasa (termasuk di dalamnya pelayanan) yang dipersepsikan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, terdapat faktor variabel citra yang turut memberikan peran aktif di dalamnya. Kotler (2006) dalam Qomariah (2012), mengatakan bahwa, "membangun citra itu penting bagi kelangsungan suatu organisasi di masa mendatang". Pernyataan ini diperkuat juga oleh Bloomer (1997) dalam Qomariah (2012) yang menyatakan citra perusahaan yang baik akan membuat pelanggan puas. Citra tersebut dalam jangka panjang juga dimungkinkan oleh perusahaan jasa pendidikan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dalam kebanyakan kasus, pelanggan bisa melihat atau mengetahui perusahaan, sumber daya, dan caranya beroperasi. Tjiptono (2011:332) lebih lanjut mengatakan bahwa biasanya penyedia jasa tidak bisa

berlindung di balik merek atau distributor. Dalam kebanyakan kasus, pelanggan bisa melihat atau mengetahui perusahaan, sumber daya, dan caranya beroperasi. Oleh sebab itu, citra korporasi dan/atau lokal (corporate and/or local image) sangat penting dalam sebagian besar jasa. Faktor ini bisa mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara. Jika penyedia jasa memiliki citra positif di benak pelanggan, kesalahan minor yang terjadi sangat mungkin dimaafkan. Apabila kesalahan kerap kali terjadi, citra positif tersebut bakal rusak. Sebaliknya jika citra organisasi negatif, maka dampak dari setiap kesalahan kerap kali jauh lebih besar ketimbang bila citranya positif. Dalam kaitannya dengan persepsi terhadap kualitas, citra dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan, yang pada akhirnya akan berimbas pada kepuasan dari pelanggan itu sendiri. Konsep tersebut diperkuat oleh Gronroos (1990) melalui Gambar 1 berikut ini:



Sumber : Gronroos (1990) dalam Tjiptono (2011:332)

Gambar 1. Total Perceived Quality

III. METODE PENELITIAN

1. Bentuk Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada tujuan penelitian yang diajukan. Dilihat dari tujuannya, penelitian ini ingin memperoleh informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan. Bentuk metode dari penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan menggambarkan penelitian pada masalah yang ada di masa sekarang berdasarkan fakta atau kejadian pada saat itu juga, mengumpulkan, menyusun dan menganalisa kemudian membandingkan dan memverifikasikannya dengan teori-teori yang didapat dan juga dari buku-buku panduan, sehingga penulis dapat memberikan informasi yang diteliti.

2. Metode Pengumpulan Data

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu :

- a. Data primer adalah data asli yang diperoleh langsung dari objek penelitian, untuk menjawab masalah penelitian secara khusus yang dikumpulkan dengan cara :
 - 1) Wawancara, yaitu melakukan komunikasi langsung dengan pihak Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak untuk memperoleh informasi yang diperlukan.
 - 2) Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung pada permasalahan yang ada pada objek penelitian yaitu di Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak, yang kemudian dicatat dan disusun menjadi

data yang akan dipakai dalam penelitian ini.

- 3) Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden melalui sejumlah daftar pertanyaan guna mengumpulkan informasi mengenai masalah yang sedang diteliti.
- b. Data Sekunder Yaitu data yang dikumpulkan tidak dari objeknya langsung melainkan sudah diolah oleh pihak lain seperti data pada catatan-catatan dan dokumen-dokumen di Akademi Kebidanan Aisyiyah yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

3. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2012:80) mengemukakan definisi populasi, yaitu sebagai "Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Pada langkah awal seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian.

Jadi, dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran

yang telah ditentukan. Populasi dalam penelitian yang dilakukan ini adalah mahasiswa Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak yang tercatat sebagai mahasiswa aktif per bulan Juli 2014 yaitu berjumlah 422 mahasiswa. (Sumber : Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak)

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2012:81), yang dimaksud dengan sampel adalah "Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *probability sampling* tipe *Proportionate Stratified Random Sampling*. Sugiyono (2012:82) mengatakan bahwa *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah teknik sampling yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi penelitian, yaitu beberapa mahasiswa Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak. Data yang telah dimiliki dari hasil penelitian adalah sebanyak 422 orang. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

Sumber : Noor (2012:158)

Keterangan :

- n = Jumlah anggota sampel
- N = Jumlah anggota populasi
- e = taraf nyata atau tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} \text{Maka : } n &= \frac{422}{(422 \times 0,10^2) + 1} \\ n &= \frac{422}{5,22} = 80,84 \approx 81 \text{ orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan pengambilan sampel di atas, maka sampel yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 81 orang.

4. Alat Analisis Data

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kavalidan dari kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Cara yang digunakan adalah dengan Analisa Item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment*. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai $r \geq 0,3$. (Priyatno 2008 :16-17). Untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur memberikan gambaran tentang obyek yang diteliti sehingga menunjukkan dengan sebenarnya obyek diukur. Kuesioner diharapkan dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data yang akurat dan dapat dipercaya.

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno, 2008).

5. Model Analisis Data

Model analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Model ini dipilih karena dalam penelitian ini ingin diketahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yang terdiri kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan mahasiswa.

Beberapa uji asumsi klasik berikut ini harus dipenuhi dalam menggunakan suatu model regresi, yaitu :

- a. Uji Normalitas
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.
- b. Uji Multikolinieritas
Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi (Priyatno, 2008).
- c. Uji Heteroskedastisitas
Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Priyatno, 2008).

IV. PEMBAHASAN

1. Analisa Uji Validitas dan Realibilitas

A. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Hasil penelitian valid juga terdapat kesamaan antara batas yang terkumpul dengan

data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, Sugiyono (2002:97).

Uji validitas menggunakan rumus korelasi pearson product momen, yaitu :

$$r_i = \frac{N\sum XY - \sum X\sum Y}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Untuk menguji validitas, maka penulis menguji pada seluruh item pertanyaan. Darn dari uji validitas didapat hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 1. Rekap Uji Validitas Variabel X₁

Pertanyaan	Koef. Validitas	Cut Off	Keterangan
Pert 1	0,672932	0,3	Valid
Pert 2	0,660080	0,3	Valid
Pert 3	0,429864	0,3	Valid
Pert 4	0,644768	0,3	Valid
Pert 5	0,583765	0,3	Valid
Pert 6	0,722293	0,3	Valid
Pert 7	0,702269	0,3	Valid
Pert 8	0,646793	0,3	Valid
Pert 9	0,591466	0,3	Valid
Pert 10	0,637422	0,3	Valid
Pert 11	0,775858	0,3	Valid
Pert 12	0,774470	0,3	Valid
Pert 13	0,755295	0,3	Valid
Pert 14	0,696076	0,3	Valid
Pert 15	0,569242	0,3	Valid
Pert 16	0,757970	0,3	Valid
Pert 17	0,644072	0,3	Valid
Pert 18	0,632249	0,3	Valid
Pert 19	0,556284	0,3	Valid
Pert 20	0,549202	0,3	Valid
Pert 21	0,656150	0,3	Valid
Pert 22	0,693693	0,3	Valid

Sumber : Data Olahan, 2014

Tabel 2. Rekap Uji Validitas Variabel X₂

Pertanyaan	Koef. Validitas	Cut Off	Keterangan
Pert 1	0,749870	0,3	Valid
Pert 2	0,904411	0,3	Valid
Pert 3	0,876193	0,3	Valid

Sumber : Data Olahan, 2014

Tabel 3. Rekap Uji Validitas Variabel Y

Pertanyaan	Koef. Validitas	Cut Off	Keterangan
Pert 1	0,710406	0,3	Valid
Pert 2	0,736952	0,3	Valid
Pert 3	0,73956	0,3	Valid

Sumber : Data Olahan, 2014

Dari hasil yang diperoleh pada tabel-tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

2 Uji Reliabilitas

Teknik perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan disini adalah dengan menggunakan *Koefisien Reliabilitas Cronbach Alpha* yang dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2_{total}} \right)$$

dimana :

k adalah banyaknya belahan item

S_i² adalah varians dari item ke-i

S²_{total} adalah total varians dari keseluruhan item

$$S_i^2 = \frac{\sum (X_i - X)^2}{(n-1)}$$

Untuk menghitung koefisien reliabilitas dapat kita buktikan dengan salah satu variabel yaitu variabel citra (X₂):

$$\alpha = \frac{3}{3-1} \left(1 - \frac{2,160}{4,358} \right) = 0,801169$$

Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka untuk menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (1956), yaitu :

- 1) kurang dari 0,20 : Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
- 2) 0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)
- 3) 0,40 - < 0,70: Hubungan yang cukup erat
- 4) 0,70 - < 0,90: Hubungan yang erat (reliabel)
- 5) 0,90-< 1,00: Hubungan yang sangat erat (sangat reliabel)
- 6) 1,00 : Hubungan yang sempurna

Tabel 4. Rekap Uji Reliabilitas

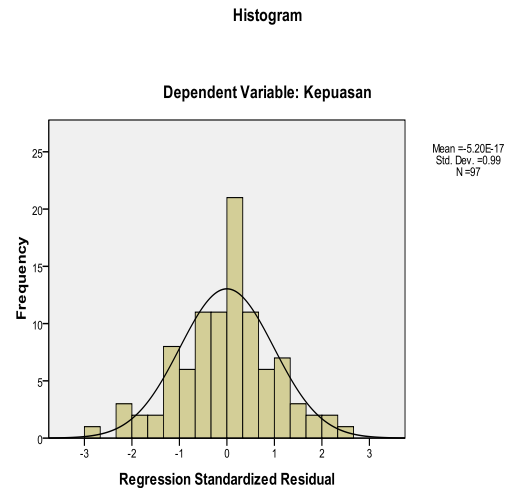
Variabel	Koef Reliabilitas	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,934966	0,7	Reliabel
Citra (X ₂)	0,801169	0,7	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,712896	0,7	Reliabel

Sumber : Data Olahan, 2014

B. Analisis Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

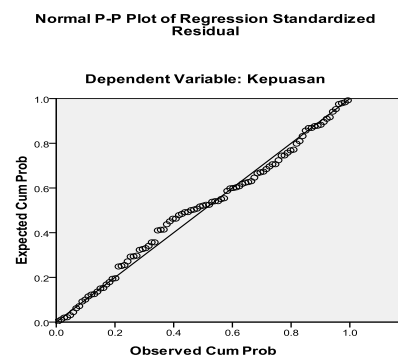
Grafik 1. Histogram



Sumber : Data Olahan, 2014

Grafik 1 menggambarkan distribusi frekuensi dari kepuasan dibandingkan dengan grafik distribusi normal. Dengan melihat grafik tersebut kita bisa membandingkan distribusi frekuensi dari kepuasan dengan distribusi normal ideal dari kepuasan.

Grafik 2. Normal PP Plot



Sumber : Data Olahan, 2014

Grafik 2 adalah grafik Normal PP Plot yang menggambarkan distribusi frekuensi dari kepuasan, dibandingkan dengan distribusi frekuensi yang telah ditentukan. Jika titik-titik distribusi berada di sekitar garis lurus diagonal maka distribusi frekuensi pengamatan

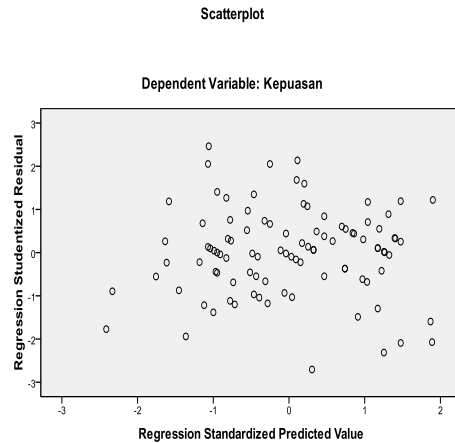
sama dengan distribusi uji yang berarti data terdistribusi secara normal. Dari Grafik 2 terlihat titik-titik distribusi terletak di sekitar garis lurus diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi kepuasan sesuai dengan distribusi uji. Dengan kondisi demikian maka kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa penyebaran kepuasan mengikuti distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Nilai Durbin-Watson (DW) pada lampiran output SPSS 17.0 Tabel *Model Summary* digunakan untuk mendeteksi adanya gejala multikolinieritas. Aturan keputusannya adalah, jika nilai DW lebih kecil dari minus dua (-2), maka bisa diartikan terjadi gejala autokorelasi positif. Jika nilai DW lebih besar dari dua (2), maka bisa diartikan terjadi gejala multikolinieritas negatif, sedangkan jika nilai DW antara minus dua (-2) sampai dua (+2), maka dapat diartikan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Dari lampiran output SPSS 17.0 tersebut jugaterlihat bahwa nilai Durbin-Watson adalah 1,874 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel kualitas pelayanan dan citra.

3. Uji Heterokedastisitas

Grafik 3. Penyebaran Dari Residual Regresi



Sumber : Data Olahan, 2014

Grafik 3 adalah grafik penyebaran dari residual regresi. Grafik ini digunakan untuk memeriksa linearitas dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dari grafik terlihat bahwa residual negatif diikuti oleh residual negatif. Hal ini menyalahi asumsi dari analisis regresi sehingga kita harus melihat kembali model regresi yang akan dibuat. Untuk melihat model apa yang sesuai, kita dapat membuat diagram pencar antara kepuasan (Y) dengan kualitas pelayanan (X₁) dan citra (X₂).

Tabel residual statistik merupakan tabel analisis residual. Analisis residual adalah analisis untuk kesalahan dari persamaan regresi dalam memprediksi kepuasan dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan citra. Residual bersumber dari perbedaan antara kinerja dengan harapan.

C. Fungsi Registrasi

Analisis korelasi hanya dapat memberikan informasi tentang keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dan citra dengan kepuasan. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan, maka dilakukan analisis

pengaruh dengan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dipergunakan untuk melihat hubungan fungsional antara variabel independent dengan variabel dependent-nya. Analisis regresi merupakan analisis pengaruh dengan syarat adanya hubungan kausalitas atau sebab akibat antara variabel independent dengan variabel dependent. Berdasarkan output SPSS 17.0 maka didapat persamaan regresi untuk prediksi kepuasan yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,715 X1 + 0,015 X2 + e$$

Dimana :

- Y = kepuasan
- X1 = kualitas pelayanan
- X2 = citra
- e = error

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan beberapa hal berikut ini:

- 1) Koefisien regresi di atas bertanda positif yaitu sebesar 0,715 untuk X1 dan 0,015 untuk X2. Ini berarti bahwa ada pengaruh positif dari kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan. Pengaruh positif ini menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan dan citra maka semakin tinggi kepuasan mahasiswa.
- 2) Besarnya perubahan yang terjadi pada kepuasan untuk setiap peningkatan kualitas pelayanan adalah 0,715 dan citra adalah 0,015. Adanya pengaruh positif dari kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan memberikan indikasi bahwa faktor yang dapat diperhatikan untuk meningkatkan

kepuasan adalah kualitas pelayanan dan citra.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis (Uji-F)

Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji F memperlihatkan nilai F hitung sebesar 51,603, dengan Sig adalah 0,00. Dengan mencari pada tabel F, dengan $v_1=2$ dan $v_2=94$, diperoleh nilai F tabel 3,09. Dengan kondisi di mana nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan Nilai Sig yang lebih kecil daripada alpha (0,05), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H3 yang berarti koefisien korelasi signifikan secara statistik. Kolom pertama dari uji ANOVA yaitu kolom Regression, adalah jumlah kuadrat dari varians yang dihasilkan oleh model persamaan regresi, sedangkan kolom kedua yaitu residual, jumlah kuadrat varians yang tidak dihasilkan dari model persamaan regresi.

Hipotesis statistika dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

H3 : Kualitas pelayanan dan citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

Dari hasil output SPSS 17.0 didapat hasil sebagai berikut:

F-tabel sebesar 3,09
F-hitung sebesar 51,603

Berdasarkan data di atas maka dibandingkan F-hitung dengan F-tabel untuk menguji hipotesis secara simultan, sehingga didapat hasil:

$H_3 \otimes F\text{-hitung} (51,603) > F\text{-tabel} (3,09)$ dan nilai Sig. $(0,00) < \alpha (0,05)$ maka H3 diterima. Artinya kualitas pelayanan dan citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

2. Uji Hipotesis (Uji-t)

Salah satu tahap yang paling penting dalam melakukan analisis statistika adalah pengujian hipotesis. Hal ini dilakukan sebagai pembuktian secara statistik dengan menggunakan rumus t-student bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel X1, X2 terhadap Y. Hipotesis statistika dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

H2 : Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

Pengujian hipotesis statistika ini menggunakan uji yang dikenal dengan statistika uji t-student. Hasil perhitungan dengan statistic uji t-student dibandingkan dengan nilai t-tabel student dengan derajat bebas n-2 dan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$.

Dari hasil output SPSS 17.0 didapat hasil sebagai berikut:

t-tabel sebesar 1,98

t-hitung untuk variabel X1 sebesar 8,316

t-hitung untuk variabel X2 sebesar 0,177

Berdasarkan data di atas maka dibandingkan t-hitung dengan t-tabel untuk menguji hipotesis secara partial, sehingga didapat hasil:

H1 \otimes t-hitung (8,316) > t-tabel (1,98) dan nilai Sig. (0,00) < α (0,05) maka H1 diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

H2 \otimes t-hitung (0,177) < t-tabel (1,98) dan nilai Sig. (0,86) > α (0,05) maka H2 ditolak. Artinya citra berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari uji validitas, semua item variabel dinyatakan valid, sehingga layak untuk di uji. Sedangkan hasil dari uji realibilitas, butir-butir instrumen penelitian dinyatakan reliable
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak. Berdasarkan Uji-t didapat hasil t-hitung (8,316) > t-tabel (1,98) dan nilai Sig. (0,00) < α (0,05) yang berarti H₁ diterima. Hal ini juga terlihat dengan hasil angket yang telah disebar, yaitu rata-rata variabel X₁ (kualitas pelayanan) yang telah diberikan oleh Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak kepada mahasiswa yaitu sebesar 3,39 termasuk pada kategori cukup setuju/cukup puas pada tingkat skala likert 5. Dari hasil penelitian ini pula berarti semakin menegaskan teori sebelumnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan Uji-F, didapat dari hasil penelitian dengan angket dan perhitungan statistik yaitu nilai F-hitung (51,603) > F-tabel (3,09) dan nilai Sig. (0,00) < α (0,05) maka H₃ diterima. Kualitas pelayanan dan citra memiliki pengaruh yang signifikan dan cukup kuat, yaitu

sebesar 51,3% yang artinya kualitas pelayanan dan citra memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Dan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Citra tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak. Hal ini dibuktikan dengan Uji-t dimana t-hitung (0,177) < t-tabel (1,98) dan nilai Sig. (0,86) > α (0,05) maka H₂ ditolak. Tetapi berbeda dengan hasil angket yang telah disebar, yaitu rata-rata variabel citra dirasa puas/setuju oleh mahasiswa Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak, yaitu sebesar 4,08 pada tingkat skala likert 5. Dari hasil penelitian ini pula berarti mematahkan teori yang mengatakan bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak hendaknya meningkatkan terus pelayanannya yang sudah diberikan terutama membangun citra positif di mata masyarakat demi menjaga kepuasan mahasiswa, bahkan juga untuk para *stakeholder* lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memfokuskan pada apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan mahasiswa.
2. Mahasiswa hendaknya memberikan suatu penilaian yang objektif dalam menilai kinerja Akademi Kebidanan

Aisyiyah Pontianak, sehingga mampu menyumbang kontribusi yang berkualitas terhadapnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Kotler, P. Manajemen Pemasaran. 1997. Jakarta. Prenhallindo.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1998. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta. Erlangga. 1999. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga. Jakarta. Erlangga.
- . 2004. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan. Jakarta. Erlangga.
- Noor, J. DR. Metodologi Penelitian. 2012. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry. A Conceptual Model of Service Quality and it's Implication for Future Research. *Journal of Marketing* vol 49 (Fall 1985):41-50.
- Qomariah, N. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur). *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol.10 No.1
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta.
- . 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2000. Strategi Pemasaran. Yogyakarta. Andi Offset. .2011. Pemasaran Jasa. Sleman. Bayumedia Publishing

