

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS BELAJAR MENGAJAR PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI TERAPAN

Irsutami

Politeknik Negeri Batam, Parkway Batam Centre, Batam
e-mail: irsutami@polibatam.ac.id

Abstrak: Untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa Magister Akuntansi Terapan Universitas Gadjah Mada (MAKSI UGM) terhadap kualitas proses belajar mengajar, maka penelitian terhadapnya dilakukan dengan menyebarkan 90 kuesioner kepada mahasiswa program reguler yang terdaftar di trimester I, II, III serta BAWASDA. Pengukuran tingkat kepuasan dirancang dengan menanyakan persepsi dan ekspektasi mahasiswa terhadap dimensi-dimensi kualitas/kepuasan. Kuesioner yang berhasil kembali dan diisi lengkap oleh mahasiswa sebagai responden adalah 50 kuesioner. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merasa cukup puas terhadap kualitas proses belajar mengajar yang diberikan namun terdapat beberapa dimensi kualitas/kepuasan yang harus menjadi perhatian penyelenggara MAKSI UGM untuk menciptakan tingkat kepuasan yang lebih maksimal.

Kata Kunci: *Kualitas Proses Belajar Mengajar, Dimensi-dimensi Kualitas/kepuasan, Persepsi dan Ekspektasi.*

Abstract: To measure the level of satisfaction of students of the Magister Akuntansi Terapan Universitas Gadjah Mada (MAKSI UGM) about quality of teaching and learning process, then the study of it done by spreading 90 questionnaires to students in the regular program of trimester I, II, III and BAWASDA. Measurement of the level of satisfaction had been designed to asking the student about perceptions and expectations of the dimensions of quality/customer satisfaction. The questionnaires are returned and completed by students as a respondent is 50 questionnaires. In General, the results showed that students feel quite satisfied of the quality of teaching and learning process that is given but there are several dimensions of quality/customer satisfaction should be attention by MAKSI UGM management to create greater levels of satisfaction.

Keywords: *quality of teaching and learning Processes, dimensions of quality/customer satisfaction, perceptions and expectations.*

PENDAHULUAN

Program Magister Akuntansi Terapan yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada adalah salah satu tujuan sekolah bagi segenap lulusan strata satu dan juga bagi para pegawai negeri dan swasta. Program Magister Akuntansi (MAKSI) telah dirintis sejak tahun 2002. Proses ini

merupakan pencangkakan dari dua program unggulan yang telah ada, yaitu Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) UGM dan Program Magister Sains (Akuntansi). Berbagai penghargaan kualitas tertinggi akademik telah diperoleh oleh dua program tersebut. Proses pencangkakan ini dimaksudkan untuk mempercepat

kemandirian, terutama dari sisi kualitas pendidikan program Magister Akuntansi (MAKSI). Selama empat tahun, program ini telah berhasil memberikan kontribusi ke masyarakat, baik dari sisi keilmuan, sumberdaya manusia maupun pengembangan organisasi swasta dan publik. Program MAKSI telah berhasil mengembangkan lima (5) konsentrasi, yaitu: Akuntansi Sektor Publik, Akuntansi Keuangan, Akuntansi Manajemen, Manajemen Sistem Informasi, dan Audit, dimana masing-masing konsentrasi mampu mengembangkan diri sebagai pengajaran terapan, dengan perbedaan isi dan metode pengajaran riset. Dari sisi input, mahasiswa yang mengikuti pendidikan Program Magister Akuntansi sebagian besar telah bekerja dan mempunyai pengalaman yang memadai, dan setelah menyelesaikan program ini alumni/lulusan program memiliki pengetahuan yang lebih komprehensif dan mampu menyajikan solusi dalam menangani berbagai permasalahan organisasi dari perspektif akuntansi. Dalam berbagai survey di lapangan, kemampuan lulusan program embriionik ini telah dikenal keandalannya dan kepiawaiannya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi perusahaan/organisasi. Dari sisi pengembangan organisasi sektor publik dan pemerintahan daerah, berbagai alumni program embriionik ini telah melakukan terobosan yang signifikan dalam tata manajerial pemerintahan dan rumah sakit. Kerjasama dengan beberapa lembaga pemerintahan, seperti misalnya Badan Pengawas Keuangan (BPK), Pemerintah Kota Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Pemerintah Kota Ambon, telah dilakukan dengan baik. Praktisi di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta juga telah meminta ijin untuk sit in (duduk dan dengar) di dalam kelas. Dari sisi pengembangan organisasi sektor swasta, berbagai alumni telah berhasil dipromosikan ke jabatan manajerial. Hal ini disebabkan terjadinya akselerasi kemampuan pemecahan masalah manajemen. Berbagai organisasi

profesi dan praktisi, seperti KADIN, AMA dan IAI, telah meminta para pengajar Program MAKSI untuk memberikan workshop secara berseri dari satu mata kuliah yang ada. Selain itu, pengembangan materi berupa software dan kasus yang dihimpun per konsentrasi telah terbukti sangat menguntungkan bagi peserta didik dalam bersimulasi dunia nyata.

Dari berbagai sumberdaya yang disediakan oleh penyelenggara program ini seharusnya mampu memberi kepuasan bagi mahasiswanya yang berakibat adanya peningkatan jumlah mahasiswa yang cukup signifikan. Namun menurut data yang kami peroleh bahwa program ini belum mengalami perkembangan dalam jumlah yang berarti bahkan hasil wawancara kami dari beberapa mahasiswa secara acak diperoleh informasi bahwa terdapat beberapa dimensi kepuasan yang menjadi keluhan mahasiswa seperti tempat penguliah, kurikulum, fasilitas berupa ruang diskusi dan perpustakaan, dan metode penguliah yang dirasakan tidak memiliki perbedaan dengan program magister yang berorientasi keilmuan seperti Magister Science. Dari hasil tanya jawab kami ke beberapa dosen diperoleh data bahwa Magister Akuntansi sebaiknya melakukan beberapa pembenahan agar lulusan yang dihasilkan dapat sesuai dengan harapan mahasiswa dan tujuan diselenggarakannya program professional ini. Dari data yang kami peroleh maka dapat dipastikan bahwa keluhan-keluhan mahasiswa dan komentar dari para dosen tentunya akan berdampak pada tingkat kepuasan mahasiswa terhadap proses belajar mengajar di program ini. MAKSI UGM memiliki dua program pendidikan yakni program regular dan program *weekend*. Kedua program ini memiliki beberapa perbedaan yaitu jadwal kuliah, biaya kuliah, dan fasilitas akomodasi namun memiliki lokasi, fasilitas belajar mengajar, kurikulum, pelayanan yang sama. Penelitian ini tidak diarahkan untuk membandingkan antara tingkat kepuasan kedua program tersebut tapi secara umum

penelitian ini diarahkan pada tingkat kepuasan mahasiswa di kedua program tersebut terhadap proses belajar mengajar di MAKSI UGM. Jadi penelitian membatasi area penelitian terhadap berbagai bentuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara program MAKSI UGM baik dari segi akademik maupun non akademik seperti yang diuraikan dalam variabel penelitian dengan fokus penelitian adalah pengukuran kualitas proses belajar mengajar dari segi persepsi dan ekspektasi yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa MAKSI UGM. Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana persepsi dan ekspektasi mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM dan 2) Dimensi-dimensi apa saja yang menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM?

KAJIAN TEORI

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pengertian kepuasan pelanggan, tidak mudah untuk dirumuskan, sebab menurut Susan Fournier dan David Glen Mick, kepuasan pelanggan, digambarkan, sebagai:

1. Merupakan proses yang dinamis.
2. Kepuasan memiliki dimensi sosial yang kuat.
3. Di dalam kepuasan mengandung komponen makna dan emosi yang integral.
4. Proses kepuasan bisa bergantung pada konteks dan saling berhubungan antara berbagai paradigma, model dengan mode.
5. Kepuasan produk selalu berkaitan dengan kepuasan hidup dan kualitas hidup itu sendiri.

Richard Oliver (James G. Barnes, 2001), yang dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan, sebenarnya merupakan tanggapan yang diberikan oleh pelanggan (*customer*) atas terpenuhinya kebutuhan, sehingga memperoleh kenyamanan. Dengan pengertian

itu, maka penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan/kelebihan dari suatu barang/jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, dapat memberikan suatu tingkat kenyamanan yang berhubungan dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan harapan, atau pemenuhan kebutuhan yang dapat melebihi harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan bersifat temporer dan variatif. Dalam kenyataannya, bahwa kepuasan pelanggan bersifat temporer, karena apa yang dirasakan "puas" pada satu situasi, belum tentu menjamin kepuasan pada situasi yang lain. Demikian juga, puas bagi satu pelanggan dalam menanggapi kelebihan/keistimewaan dari suatu produk pada situasi yang sama, belum tentu dirasakan sama dalam memperoleh kepuasan bagi pelanggan yang lain. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat bervariasi.

Makna Kepuasan Pelanggan. Dengan sifat kepuasan yang seperti yang digambarkan di atas, maka dapat dinyatakan bahwa makna dari kepuasan, sebenarnya menggambarkan suatu target yang berubah-ubah dalam pemenuhan kebutuhan yang dibawa oleh pelanggan pada masing-masing transaksi dengan suatu produsen/perusahaan. Masing-masing pelanggan, akan memasuki pada suatu transaksi jual-beli dengan serangkaian kebutuhan pada tingkat yang berbeda-beda, sesuai dengan kondisi mereka. Berkaitan dengan target ini, maka memerlukan ukuran/standar tertentu yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan atas mutu produk tertentu. Sedangkan mutu produk yang dipertaruhkan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan, sependapat dengan Montgomery (1985), ada 2 macam yaitu; *Quality of design* (mutu desain) dan *Quality of comparmance* (mutu kecocokan).

Faktor yang Menjadi Pemicu Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sependapat dengan Barnes (2001), maka dapat

diidentifikasi bahwa faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan adalah: 1) Pelayanan dengan nilai tambah, 2) Tampilan dari produk atau jasa, 3) Aspek bisnis, dan 4) Kejutan-kejutan yang dapat memberikan rangsangan emosi (senang/tidak), untuk melakukan penilaian intangible (yang tidak terlihat), pada saat pelayanan diberikan.

Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan. Kunci utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, adalah interaksi antara produsen/perusahaan dengan pelanggan yang mempunyai kualitas rangsangan terhadap perasaan nyaman, yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan keadaan itu, maka faktor yang dapat mempengaruhi dapat diidentifikasi dalam 5 level, yang di dalamnya akan melibatkan semakin banyak kontak antar pribadi dengan para karyawan dan penyedia jasa. Kelima level yang dimaksudkan adalah: 1) Produk atau jasa inti, 2) Sistem dan pelayanan pendukung, 3) Performa teknis, 4) Elemen interaksi dengan pelanggan, dan 5) Elemen emosional – Dimensi Afektif Pelayanan. (Barnes, 2001).

Untuk penjelasan masing-masing level tersebut, dapat diterangkan sebagai berikut:

Produk atau jasa inti. 1) Level ke-1, ini merupakan esensi dari penawaran yang dapat mewakili produk/ jasa inti yang disediakan oleh perusahaan (produsen), 2) Penetapan produk/jasa inti ini merupakan hal yang paling mendasar untuk ditawarkan kepada pelanggan, sekaligus menjadikan hal yang paling sulit bagi perusahaan (produsen), untuk membuatnya lain dari yang lain, dan 3) Untuk market yang kompetitif, maka mau tidak mau perusahaan harus dapat menetapkan produk intinya secara tepat, karena bila tidak ditetapkan, maka hubungan dengan pelanggan tidak akan pernah bisa diawali.

Sistem dan pelayanan pendukung; 1) Pada level ke-2 ini, mencakup layanan pendukung yang dipandang dapat mendukung peningkatan kelengkapan dari layanan atau produk inti

dan 2) Perangkat yang menjadi pendukung pada level ini, misalnya saja: sistem pembayaran dan penghantaran, kemudahan memperoleh produk dan pelayanannya, jam pelayanan, level karyawan, pendukung teknis dan perbaikan, sistem komunikasi dan informasi, dan sejenisnya.

Performa Teknis; 1) Level ke-3 ini, terkait dengan apakah perusahaan sudah menetapkan produk inti maupun layanan pendukungnya itu sudah dilakukan secara tepat dan benar dan 2) Fokus yang harus dipertimbangkan pada level ini, adalah perusahaan dapat menampilkan produk barang/ jasa sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan.

Elemen interaksi dengan pelanggan; 1) Pada level ke-4, sebenarnya mengacu pada prinsip interaksi penyediaan jasa dengan pelanggan baik melalui tatap muka, atau melalui kontak yang berbasis pada teknologi dan 2) Perusahaan harus dapat menyediakan sistem paralel atau sistem alternatif yang memungkinkan pelanggan dapat berhubungan dengan pelanggan secara lebih pribadi.

Elemen Emosional – Dimensi Afektif Pelayanan; 1) Pada level ke-5, manajer perusahaan penyedia jasa harus dapat mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang dapat memberikan pesan halus untuk disampaikan kepada pelanggan, sehingga dapat menumbuhkan perasaan yang positif dalam diri pelanggan terhadap produk maupun perusahaannya dan 2) Banyak riset membuktikan bahwa ketidakpuasan pelanggan tidak berhubungan dengan kualitas produk/jasa inti, akan tetapi tekanannya lebih mengarah kepada aspek dari interaksi pelanggan dengan penyedia jasa dan karyawan- karyawannya.

Dimensi Kepuasan; Menurut Garvin (1987) mendefinisikan delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisa karakteristik kualitas produk, sebagai berikut; 1) Performansi (*Performance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang

dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk, 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya. (*Performance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk, 3) Keandalan (*Reliability*) berkaitan dengan kemungkinan (*Probability*) suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu, 4) Konformansi (*Conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan, 5) Daya tahan (*Durability*) merupakan ukuran masa pakai suatu produk dapat terus digunakan, 6) Kemampuan pelayanan (*Serviceability*) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan, kompetensi, dan lain-lain, 7) Estetika merupakan karakteristik yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dan preferensi atau pilihan individual, dan 8) Kualitas yang dirasakan berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengonsumsi produk itu sendiri. Misalnya : pengguna merk terkenal. Yang lain berpendapat bahwa dimensi-dimensi kualitas adalah berarti pada saat dilakukan pada beberapa kategori produk (misalnya; barang-barang tahan lama, barang kemasan, dan jasa).

Dimensi Ekspektasi

Ekspektasi pelanggan didefinisikan secara berbeda-beda oleh sejumlah peneliti. Kendati demikian, konsep ekspektasi yang tampaknya masih mendominasi aplikasi model diskonfirmasi ekspektasi adalah *predictive expectations*. Berdasarkan model ini, ekspektasi berfungsi sebagai standar perbandingan. Kinerja produk atau jasa pada

berbagai atribut atau dimensi relevan dibandingkan dengan ekspektasi. Perbandingan tersebut akan menghasilkan reaksi konsumen terhadap produk/jasa dalam bentuk kepuasan atau persepsi kualitas. Sebagai gambaran, beberapa macam definisi ekspektasi konsumen yang banyak dijumpai dalam literatur antara lain; 1) “Probabilitas yang ditentukan pelanggan untuk terjadinya event positif dan negative bila konsumen menunjukkan perilaku tertentu” (Oliver, 1981), 2) “Ekspektasi seseorang tidak hanya mencakup probabilitas terjadinya hasil (outcome) tertentu, namun juga evaluasi terhadap hasil bersangkutan” (Oliver, 1980), 3) “Keyakinan konsumen bahwa sebuah produk memiliki atribut-atribut tertentu yang diinginkan” (Erevelles & Leavitt, 1992), 4) “Ekspektasi mencakup antisipasi terhadap seberapa baik sebuah produk bakal berkinerja pada sejumlah atribut-atribut penting” (Swan & Trawick, 1981), dan 5) “Ekspektasi merupakan prediksi terhadap sifat/karakteristik dan tingkat kinerja yang bakal diterima pengguna produk” (Woodruff, Cadotte & Jenkins, 1983).

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler, et al. (2004) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: **Sistem Keluhan dan Saran**. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. *Ghost*

Shopping (Mystery Shopping) Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa *Ghost Shopping* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut, mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

Lost Customer Analysis Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Hanya saja kesulitan penerapan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

Survey Kepuasan Pelanggan Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya;

- 1) *Directly Reported Satisfaction*. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan,
- 2) *Derived Satisfaction*. Setidaknya, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu (a) tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (b) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan (*perceived performance*),
- 3) *Problem Analysis*. Dalam teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau

jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan. Kemudian perusahaan akan melakukan analisis konten (*content analysis*) terhadap semua permasalahan dan saran perbaikan untuk mengidentifikasi bidang-bidang utama yang membutuhkan perhatian dan tindak lanjut segera dan

- 4) *Importance-Performance Analysis*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.

METODOLOGI

Metode Pengumpulan Data

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah penelitian yang mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi pengetahuan yang ada dalam kepustakaan untuk menunjang penelitiannya. Jadi dalam penelitian ini, penulis melakukan identifikasi dan penalaran terhadap berbagai literature yang terkait dengan objek yang diteliti.

2. Wawancara

Metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi pendahuluan tentang persepsi dan ekspektasi mahasiswa mengenai kualitas MAKSI. Wawancara yang dilakukan merupakan survey pendahuluan dalam rangka pencarian referensi pembuatan kuesioner.

3. Kuesioner

Hasil wawancara dan telaah kepustakaan selanjutnya menjadi bahan pembuatan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa. Pertanyaan kuesioner dibagi menjadi lima bagian sesuai dengan dimensi

kualitas atau dimensi kepuasan. Jenis pertanyaan dalam kuesioner adalah bersifat tertutup artinya sudah disediakan pilihan jawaban. Pertanyaan-pertanyaan yang disusun dalam kuesioner ini didasarkan pada fenomena permasalahan yang ada di MAKSI UGM yang berkaitan dengan kualitas proses belajar mengajar dan disesuaikan dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu mengukur seberapa jauh kepuasan pelanggan terhadap kualitas

proses belajar mengajar yang diberikan oleh MAKSI UGM. Perlu diketahui bahwa dalam pembuatan kuesioner ini terdapat dua kolom pengisian yaitu kolom menyangkut persepsi dan ekspektasi mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar yang diterima oleh mahasiswa. Pengukuran untuk kedua kolom tersebut menggunakan skala Likert dimana skala pengukurannya sebagai berikut:

Tabel 1 Skala Likert untuk Pengukuran

Persepsi		Ekspektasi	
Pengukuran	Bobot	Pengukuran	Bobot
Sangat Baik	5	Sangat Puas	5
Baik	4	Puas	4
Biasa Saja	3	Biasa Saja	3
Tidak Baik	2	Tidak Puas	2
Sangat Tidak Baik	1	Sangat Tidak Puas	1

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Maksi program reguler yang terdaftar pada trimester satu, trimester dua, trimester tiga, dan BAWASDA. Kuesioner yang disebar sebanyak 90 kuesioner. Kuesioner yang diterima kembali dan lengkap sebanyak 50 kuesioner (55%).

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi “product moment” yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r: korelasi <i>product moment</i>	$\sum XY$: jumlah perkalian skor butir dengan skor total
n: jumlah sampel	$\sum X^2$: jumlah kuadrat skor butir

Kriteria validitas adalah jika nilai signifikan di atas 0,05. Selanjutnya perhitungan validitas menggunakan bantuan software SPSS for Windows 12.0

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat

$\sum X$: Jumlah skor butir	$\sum Y^2$: jumlah kuadrat skor total
$\sum Y$: jumlah skor total	$\sum XY$: jumlah perkalian skor butir dengan skor total

pengukuran dapat dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran konsisten bila di uji dua kali atau lebih dengan gejala yang sama dan alat pengukur yang sama pula. Rumus yang digunakan adalah Rumus Koefisien Alpha:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{Sx^2} \right]$$

Dimana:

K: banyaknya belahan tes.

Sj²: Varians belahan ; j = 1,2,...,k.

Sx²: Varians skor tes.

Nilai koefisien reliabilitas (Alpha Cronbach) berkisar antara 0 hingga 1. Makin besar koefisien ini maka makin besar keandalan alat ukur yang digunakan. Jika nilai koefisien reliabilitas (Alpha Cronbach) 0,7 maka ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah handal.

Selanjutnya perhitungan reliabilitas menggunakan bantuan software SPSS for Windows 12.0

Pengujian Hipotesis (t-Test)

Dalam penelitian ini hipotesis yang dinyatakan adalah:

H₀: μ = Mahasiswa tidak puas terhadap kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM.

H_a: μ ≠ Mahasiswa puas terhadap kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM. Hipotesis ini akan diuji dengan menggunakan Paired t-Test yang terdapat dalam Program SPSS for Windows 12,0. dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05.

Analisis Kesenjangan terhadap Persepsi dan Ekspektasi Mahasiswa dan Diagram Kartesius

Analisis kesenjangan dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa. Dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi dengan nilai ekspektasi mahasiswa akan diperoleh kesenjangan (gap) antara kedua variabel

tersebut. Berdasarkan selisih nilai/kesenjangan tersebut akan diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar yang mengacu pada dimensi kepuasan terhadap jasa. Selain itu untuk memperkuat hasil analisis kesenjangan digunakan diagram kartesius untuk menjelaskan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas menurut mahasiswa Analisis Diagram Kartesius dilakukan untuk pemetaan indikator-indikator masing-masing dimensi ke dalam kuadran I, II, III, atau IV. Kuadran I adalah area yang dianggap sangat baik dan sangat penting oleh mahasiswa.. Kuadran II adalah area yang dianggap sangat baik tapi tidak puas oleh mahasiswa. Kuadran III adalah area yang dianggap tidak baik dan tidak puas oleh mahasiswa. Kuadran IV adalah area yang dianggap tidak baik tapi sangat puas oleh mahasiswa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Demografi Responden. Demografi responden terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan, cara memperoleh informasi mengenai Maksi, jurusan S1, sumber dana, dan asal daerah. Demografi responden dijelaskan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Demografi Responden

		Frekuensi	
		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	27	54%
	Wanita	23	46%
	Total	50	
Pekerjaan	Tidak Bekerja	20	40%
	Wiraswasta	1	2%
	Karyawan Swasta	11	22%
	Pegawai Negri	13	26%
	Lainnya	5	10%
Total	50		
Memperoleh Info Maksi	Teman/keluarga	22	44%
	Brosur	15	30%
	radio	0	0%
	Surat Kabar	2	4%
	Lainnya	1	2%
Total	50		
Jurusan S1	Management	2	4%
	Akuntansi	40	80%
	Lainnya	8	16%
Total	50		
Sumber Dana	Ortu	27	54%
	Sendiri	0	0%
	Perusahaan	4	8%
	Beasiswa	17	34%
	Lainnya	2	4%
Total	50		
Asal Daerah	Yogyakarta	16	32%
	Luar Yogya	34	68%
	Total	50	

Dari table 2 di atas terlihat bahwa komposisi antara jenis kelamin cukup seimbang dan tidak ada hubungan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan terhadap kualitas proses belajar mengajar. Mengenai jenis pekerjaan terdapat 40% responden yang belum bekerja dan ini cukup mempengaruhi persepsi responden dalam menilai suatu kualitas proses belajar mengajar, artinya dengan mayoritas responden tidak bekerja maka dapat disimpulkan bahwa persepsi dan ekspektasinya terhadap kualitas proses belajar mengajar cukup bisa diandalkan karena mereka sudah pasti mengharapkan adanya kualitas yang baik sebagai bekal mereka dalam mencari pekerjaan. Tentang informasi mengenai MAKSI UGM terdapat 44% yang memperoleh informasi dari keluarga/temen yang berarti bahwa persepsi dan ekspektasi terhadap MAKSI UGM cukup baik. Untuk latar belakang S1 terdapat 80% dari jurusan akuntansi yang berarti bahwa keinginan responden dari jurusan tersebut sangat tinggi untuk mendapatkan kualitas yang baik dengan demikian MAKSI UGM harus selalu memperhatikan peningkatan kualitas proses belajar mengajarnya karena dengan banyaknya responden yang berasal dari jurusan akuntansi maka tingkat kepentingannya terhadap kualitas yang diberikan sangat tinggi. Untuk sumber dana, mayoritas responden dibiayai oleh orang tua yang berarti bahwa tingkat kepentingannya sangat tinggi untuk mendapatkan kualitas proses belajar yang baik. Sedangkan untuk asal daerah terdapat 68% yang berasal dari luar

Yogyakarta, ini berarti bahwa MAKSI UGM harus terus meningkatkan kualitas proses belajar mengajarnya untuk lebih mengefektifkan promosi yang dilakukan karena jika hal ini tidak diperhatikan maka kemungkinan calon mahasiswa semakin lama akan semakin turun akibat dari jeleknya kualitas yang diberikan.

Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji T-Test

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS Windows 12,0 dan hasilnya dapat dilihat pada Lampiran 1. Hasil uji validitas untuk persepsi (variabel x) menunjukkan nilai signifikan untuk semua pertanyaan adalah 0,01 (ditandai dengan tanda (**)) pada tabel Lampiran 1) dan nilai ini berada di bawah nilai alpha 0,05. Ini berarti bahwa semua pertanyaan yang diberikan adalah valid. Sedangkan untuk pengujian validitas variabel y menunjukkan nilai signifikan untuk semua pertanyaan adalah 0,01 (ditandai dengan tanda (**)) pada tabel Lampiran 1) dan nilai ini berada di bawah nilai alpha 0,05. Ini berarti bahwa semua pertanyaan yang diberikan valid. Uji reliabilitas dilakukan atas variabel x (persepsi) dan variabel y (ekspektasi) untuk menguji kehandalan pertanyaan yang diberikan. Pengujian reliabilitas menggunakan program SPSS windows 12,0 dan hasil uji reliabilitas atas persepsi (variabel x) menunjukkan nilai cronbach's alpha 0,954 di atas dari nilai standar kehandalan yaitu sebesar 0,07. Hasil

uji reliabilitas atas ekspektasi (variabel y) menunjukkan nilai cronbach's alpha 0,954 di atas nilai standar kehandalan yaitu sebesar 0,07. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Paired t-Test menunjukkan terdapat perbedaan antara persepsi dan ekspektasi mahasiswa Maksi UGM terhadap kualitas proses belajar mengajar yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan dimana nilai t-hitung 5,355 lebih besar dari nilai t-Tabel 2,50 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 tidak didukung.

Analisis Kesenjangan terhadap Persepsi dan Ekspektasi Mahasiswa

Tabel 3 Persepsi dan Ekspektasi pada Dimensi Bukti Nyata (*Tangible*)

Indikator	Persepsi						Ekspektasi						GAP		
	SB	B	BS	TB	STB	Total	Rata-Rata	SP	P	BS	TP	STP		Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1			5	4	3	2	1			
1A	12	31	7	0	0	205	4.10	7	28	14	1	0	191	3.82	0.28
2A	9	29	9	1	2	192	3.84	2	12	12	17	7	135	2.70	1.14
3A	12	27	8	1	2	196	3.92	1	18	12	14	5	146	2.92	1.00
4A	14	25	8	2	1	199	3.98	3	18	12	15	2	155	3.10	0.88
5A	8	35	6	1	0	200	4.00	6	31	8	5	0	188	3.76	0.24
6A	10	23	13	2	2	187	3.74	4	14	11	16	5	146	2.92	0.82
7A	14	27	8	1	0	204	4.08	13	27	8	2	0	201	4.02	0.06
1B	20	29	1	0	0	219	4.38	8	30	11	1	0	195	3.90	0.48
2B	19	26	5	0	0	214	4.28	7	24	19	8	0	188	3.76	0.52
3B	16	28	5	1	0	209	4.18	11	22	9	8	0	186	3.72	0.46
4B	10	31	9	0	0	201	4.02	4	27	17	1	1	182	3.64	0.38
5B	6	26	14	4	0	184	3.68	4	18	22	6	0	170	3.40	0.28
6B	9	31	8	2	0	197	3.94	4	21	18	7	0	172	3.44	0.50
7B	10	28	10	2	0	196	3.92	4	20	21	5	0	173	3.46	0.46

Tabel 3 di atas menunjukkan perbandingan persepsi dan ekspektasi mahasiswa pada dimensi bukti nyata (*tangible*). Dimensi bukti nyata (*tangible*) dibagi menjadi dua kriteria, indikator 1A sampai 7A mewakili pengukuran atas fasilitas fisik sementara indikator 1B sampai 7B mewakili pengukuran atas kurikulum/produk. Berdasarkan Tabel xx terlihat bahwa selisih nilai terendah untuk pengukuran atas fasilitas fisik ada pada indikator 7A (kebersihan toilet) dan kurikulum/produk ada pada indikator 5B (komposisi kasus-kasus di dunia nyata lebih banyak dari teori), secara berurutan dengan nilai 0,06 dan 0,28. Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa kebersihan toilet dan komposisi kasus-kasus di dunia nyata lebih banyak dari teori sesuai dengan harapan mahasiswa. Sedangkan selisih nilai tertinggi

Nilai kesenjangan diperoleh dengan cara mengurangi nilai rata-rata kualitas produk dengan nilai harapan konsumen. Nilai rata-rata bobot diperoleh dari bobot dibagi dengan jumlah responden. Selisih nilai yang rendah menunjukkan tingkat kepuasan mahasiswa yang tinggi, sedangkan selisih nilai yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan mahasiswa yang rendah.

untuk pengukuran fasilitas fisik ada pada indikator 2A (kenyamanan ruang diskusi) dengan nilai 1,14 dan pengukuran kurikulum/produk ada pada indikator 2B (Kurikulum yang ditawarkan bermanfaat untuk kerja) dengan nilai 0,52. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas dengan kenyamanan ruang diskusi dan kurikulum yang ditawarkan bermanfaat untuk kerja, dengan demikian perlu ditingkatkan.

Tabel 4 Persepsi dan Ekspektasi pada Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

Indikator	Persepsi						Ekspektasi						GAP		
	SB	B	BS	TB	STB	Total	Rata-Rata	SP	P	BS	TP	STP		Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1			5	4	3	2	1			
1C	13	29	7	1	0	204	4.08	6	29	9	6	0	185	3.70	0.38
2C	12	29	8	1	0	202	4.04	7	26	10	6	1	182	3.64	0.40

Hasil perhitungan persepsi dan ekspektasi dimensi kehandalan (*reliability*) ditunjukkan oleh Tabel 4. Selisih nilai terendah untuk dimensi reliabilitas ada pada indikator 1C (pelayanan akademik yang cermat) dengan nilai 0,38. Sedangkan indikator 2C (pelayanan urusan administrasi yang cepat) menunjukkan selisih nilai yang lebih tinggi dari indikator 1C dengan nilai 0,40. Selisih nilai persepsi dan ekspektasi kedua indikator dimensi kehandalan yang tidak begitu besar menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa atas dimensi

kehandalan hampir memenuhi persepsi mereka.

Tabel 5 Persepsi dan Ekspektasi pada Dimensi Kesigapan (*Responsiveness*)

Indikator	Persepsi					Ekspektasi					GAP				
	SB	B	BS	TB	STB	Total	Rata-Rata	SP	P	BS		TP	STP	Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1			5	4	3		2	1		
1D	21	26	3	0	0	218	4.36	17	27	5	1	0	210	4.20	0.16
2D	12	32	5	1	0	205	4.10	5	29	15	1	0	188	3.76	0.34
3D	12	33	5	0	0	207	4.14	9	25	15	1	0	192	3.84	0.30
4D	14	30	6	0	0	208	4.16	7	29	10	4	0	189	3.78	0.38
5D	17	29	4	0	0	213	4.26	13	30	6	1	0	205	4.10	0.16

Tabel 5 menunjukkan perhitungan nilai persepsi dan ekspektasi mahasiswa akan kesigapan karyawan dan dosen selama proses belajar mengajar/penguliahahan. Hasil menunjukkan bahwa indikator 1D (kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan) dan 5D (kesigapan karyawan/OB dalam mengatur ruang kelas sebelum penguliahahan dimulai) memiliki selisih nilai terendah dengan jumlah yang sama yaitu 0,16. Hal ini menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Tabel 6 Persepsi dan Ekspektasi pada

Tabel 7 menunjukkan selisih nilai tertinggi ada pada indikator 2F (pengelola program cepat tanggap menyelesaikan keluhan mahasiswa) dengan nilai 0,58. Hal ini terjadi karena terjadi karena persepsi mahasiswa atas indikator 2F tidak sebanding dengan ekspektasi yang ada.

Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Analisis Diagram Cartesius digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas proses belajar mengajar yang diterima oleh mahasiswa. Dalam melakukan pengukuran kepuasan mahasiswa dan tingkat kepentingan kualitas proses belajar mengajar menurut mahasiswa, langkah-langkah yang dilakukan adalah:

1. Menentukan dimensi-dimensi kualitas layanan terhadap suatu jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa yang terdiri dari:
 - Dimensi Bukti Nyata (*Tangibles*).** Dimensi ini terdiri dari dua bagian yakni fasilitas dan kurikulum dimana untuk fasilitas terdiri dari 6 variabel sedangkan kurikulum/produk terdiri dari 7 variabel

Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Indikator	Persepsi					Ekspektasi					GAP				
	SB	B	BS	TB	STB	Total	Rata-Rata	SP	P	BS		TP	STP	Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1			5	4	3		2	1		
1E	18	25	6	1	0	210	4.20	11	25	11	3	0	194	3.88	0.32
2E	22	28	5	0	0	222	4.44	16	26	6	2	0	206	4.12	0.32
3E	16	28	5	1	0	209	4.18	9	28	12	1	0	195	3.90	0.28
4E	15	29	6	0	0	209	4.18	11	29	7	3	0	198	3.96	0.22
5E	12	28	9	0	1	200	4.00	3	15	16	11	5	150	3.00	1.00

Tabel 6 menunjukkan perhitungan selisih nilai untuk dimensi jaminan (*assurance*). Selisih nilai tertinggi pada dimensi ini sebesar 1,00 terdapat pada indikator 5E (pengumuman nilai ujian tepat waktu). Dengan demikian berarti kinerja untuk indikator 5E perlu ditingkatkan.

Tabel 7 Persepsi dan Ekspektasi pada Dimensi Empati (*Empathy*)

Indikator	Persepsi					Ekspektasi					GAP				
	SB	B	BS	TB	STB	Total	Rata-Rata	SP	P	BS		TP	STP	Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1			5	4	3		2	1		
1F	12	25	13	0	0	199	3.98	7	22	21	0	0	186	3.72	0.26
2F	10	33	6	1	0	202	4.04	5	20	19	5	1	173	3.46	0.58

sebagai berikut: **Bukti Nyata – Fasilitas:** Kenyamanan ruang kuliah, Kenyamanan ruang diskusi, Kemudahan akses internet, Kelengkapan literature perpustakaan, Kebersihan toilet, Kemudahan parkir kendaraan, dan Keramahan Karyawan. **Bukti Nyata – Kurikulum:** Materi yang diberikan berbobot, Kurikulum yang ditawarkan bermanfaat untuk kerja, Tersedia penjurusan yang diinginkan, Komposisi antara teori dan kasus-kasus di dunia nyata, seimbang, Komposisi kasus-kasus di dunia nyata lebih banyak dari teori, dan Mata kuliah konsentrasi banyak variasi. **Dimensi Kehandalan (*Reliability*).** Dimensi ini terdiri dari 2 variabel: Pelayanan Akademik yang cermat dan Pelayanan urusan administrasi yang

cepat. **Dimensi Kesigapan (*Responsiveness*)**. Dimensi ini terdiri dari 5 variabel: Kesigapan dosen dalam menjawab pertanyaan mahasiswa, Kesigapan Pembimbing Thesis dalam melayani Mahasiswa, Kemudahan berkomunikasi dengan dosen, Karyawan cepat tanggap melayani keperluan mahasiswa, dan Kesigapan karyawan (*Office Boy*) dalam mengatur ruang kelas sebelum penguliahan dimulai. **Dimensi Jaminan (*Assurance*)**. Dimensi ini terdiri dari 5 variabel: Dosen disiplin dalam jadwal penguliahan, Dosen memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan materi penguliahan, Karyawan bekerja dengan terampil, Karyawan memperlihatkan sikap yang baik dalam memberikan pelayanan, dan Pengumuman nilai ujian tepat waktu. **Dimensi Empati (*Empathy*)**. Dimensi ini terdiri dari 2 variabel: Dosen memberikan perhatian secara khusus kepada setiap mahasiswa dan Pengelola Program cepat tanggap menyelesaikan keluhan mahasiswa.

2. Analisis kinerja kualitas dan kepuasan mahasiswa

Analisis ini dimulai dengan perhitungan rata-rata per dimensi kualitas, hasilnya diperoleh kemudian dirata-ratakan lagi untuk variable X dan Y seperti yang terlihat Tabel 4.7 berikut ini:

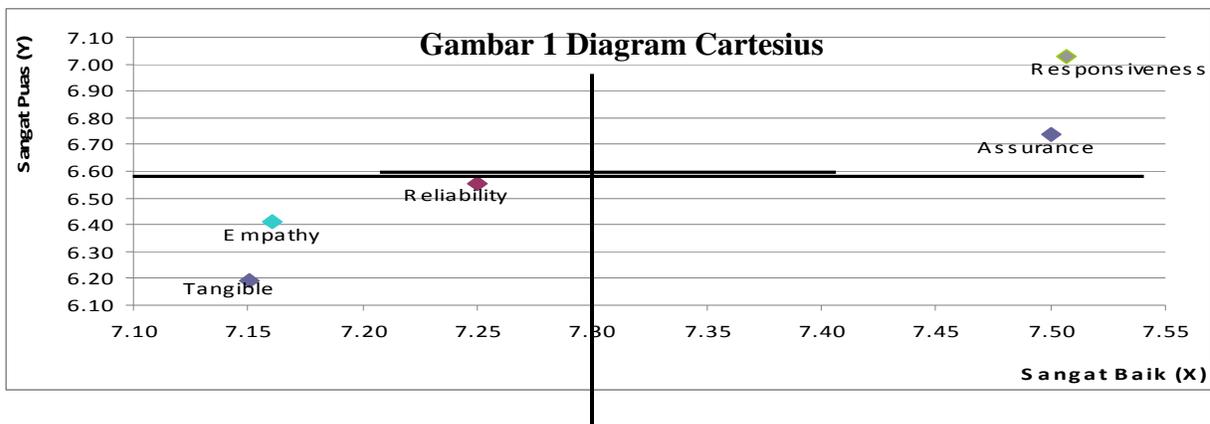
Tabel 8 Rata-rata Hasil Kusioner

Kualitas

Proses Belajar Mengajar Maksi UGM

No.	Dimensi	\bar{X}	\bar{Y}
1	Bukti Nyata (<i>Tangible</i>)	7.15	6.19
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	7.25	6.55
3	Kehandalan (<i>Responsiveness</i>)	7.51	7.03
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	7.50	6.74
5	Empati (<i>Empathy</i>)	7.16	6.41
	Rata-rata	7.31	6.58

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata persepsi (X) mahasiswa sebelum masuk di MAKSI UGM adalah 7.31 sedangkan ekspektasi (Y) mahasiswa setelah masuk ke MAKSI UGM adalah 6.58. Untuk mengetahui indikator apa saja yang terdapat dalam setiap dimensi yang masuk dalam kategori kuadran I, II, III, dan empat, berikut ini disajikan diagram kartesius untuk memetakan persepsi dan ekspektasi mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar sebagai berikut:



Dari diagram tersebut dapat dianalisis sebagai berikut: Dimensi kesigapan (*responsiveness*) dan jeminan (*assurance*) berada pada kuadran I, ini berarti bahwa persepsi dan ekspektasi mahasiswa

terhadap kedua dimensi tersebut sangat baik dan sangat puas.

- Dimensi bukti nyata (*tangible*), kehandalan (*reliability*), dan empati (*emphaty*) berada pada kuadran III, iniberarti bahwa persepsi

dan ekspektasi mahasiswa terhadap ketiga dimensi tersebut kurang baik dan kurang puas.

Dengan demikian, penyelenggara MAKSI UGM harus lebih memperhatikan indikator yang terdapat pada dimensi-dimensi yang berada pada kuadran III untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar dan memberi kepuasan yang maksimal kepada mahasiswa.

Paired Samples t-Test

Hasil pengujian dengan menggunakan Paired Samples t-Test melalui program SPSS terlihat sebagai berikut:

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Persepsi	4.0810	50	.47522	.06721
Ekspektasi	3.6200	50	.50050	.07078

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Persepsi - Ekspektasi	50	.222	.120

Analysis:

Rata-rata persepsi mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar adalah 4.0810 sedangkan rata-rata ekspektasi mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar adalah 3.6200. Hasil korelasi antara kedua variable adalah 0.222 dengan nilai signifikansi 0.120 yang berarti di atas 0.05. Hal ini menyatakan bahwa korelasi antara rata-rata persepsi dengan rata-rata ekspektasi adalah lemah dan tidak signifikan. Berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan yakni:

1	epsi & Eksp ektasi			
---	-----------------------	--	--	--

Paired Samples Test

	Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
Persepsi - Ekspektasi	.4600	.0870	.0186	Lower: .2811 Upper: .6389	5.355	49	.000

H0: $\mu =$ Mahasiswa tidak puas terhadap kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM.

Ha: $\mu \neq$ Mahasiswa puas terhadap kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM.

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Paired t-Test menunjukkan bahwa mahasiswa puas terhadap kualitas proses belajar mengajar di MAKSI UGM yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan dimana nilai t-hitung 5,355 lebih besar dari nilai t-Tabel 2,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 tidak didukung. Hasil

pengolahan dengan menggunakan program SPSS Windows 12,0. Keputusan didasarkan pada perbandingan antara t-Hitung dengan t-Tabel, dimana: jika t-Hitung > t-Tabel maka Ho Ditolak atau jika t-Hitung < t-Tabel maka Ho Diterima. Berdasarkan kriteria keputusan di atas maka dapat disimpulkan bahwa karena t hitung terletak pada daerah Ha maka dengan demikian Ho ditolak atau Ho tidak terdukung.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin dicapai. Setelah melakukan pengolahan data maka kami menarik simpulan sebagai berikut: 1) Pada umumnya mahasiswa merasa puas terhadap kualitas proses belajar mengajar di Maksi UGM. Namun, terdapat beberapa kritik dan saran yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar dan 2) Beberapa hal yang harus menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar di Maksi UGM dan kepuasan mahasiswa adalah: Kualitas dan kapasitas ruang diskusi, Kenyamanan akses internet, Penambahan ruang kuliah, dan Pengumuman nilai ujian tepat waktu.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat kami berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: 1) Penyelenggara MAKSI UGM perlu meningkatkan kualitas proses belajar mengajar terhadap dimensi-dimensi yang menunjukkan tingkat kepuasan yang tidak signifikan dengan harapan mahasiswa, 2) Penelitian ini perlu ditindaklanjuti karena hampir semua pertanyaan terbuka yang diberikan ke mahasiswa berisi komentar-komentar yang sama terhadap dimensi-dimensi yang perlu segera diperbaiki oleh penyelenggara untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar, dan 3) Penelitian ini perlu diperbaiki

dari segi pengukuran statistiknya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (terjemahan), **Metode Riset Bisnis**, Volume I dan II,

Edisi Sembilan, Penerbit PT Media Global Edukasi, Jakarta, Tahun 2006

Danang Sunyoto, **Statistik Bisnis**, penerbit Ardana Media, tahun 2007

Muhammad Okidarsyah, Program Studi Magister Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Email : oki_darsyah@yahoo.com, **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, SWITCHING BARRIER DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**, *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi VIII, Program Studi MMT-ITS, Surabaya 2 Agustus 2008.*

Hernama1, Johan2, Analisis Kepuasan Pelanggan pada Produk Tepung Ketan Merk Rose Brand PT Sungai Budi Jakarta, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma Jl. Margonda Raya No. 100 Depok, Fakultas Ekonomi, Universitas Bunda Mulia Jakarta

I Gusti Ayu Ketut Giantari, I Gusti Ngurah Jaya Agung Widagda dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardhani, dan Gede Bayu Rahanatha, **Jurnal "ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PROSES BELAJAR MENGAJAR DI PROGRAM DIPLOMA III FE UNUD,"** ISSN 1410-4628, *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Denpasar, Tahun 2008.*

Riduwan, Drs., MBA, **Variabel-variabel Penelitian (skala pengukuran)**, penerbit ALFABETA, Bandung, tahun 2008.

Trisno Musanto, Staf Pengajar Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, **Faktor-Faktor Kepuasan**

Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya.