

ABSTRACT

University can be associated like a company. In principle, when a company is selling products or services, they are faced with competition. Recently, the condition of competition among companies is increasingly high. Therefore, they are using many technical strategies. One of them is to improve the quality of services that creates the customer satisfaction

Researcher uses non probability sampling methods, with the number of respondents are 148 active students of Maranatha Christian University. The purpose of this research is to identify the influence of the quality of services in term of the tangibles, responsiveness, reliability, emphaty, and assurance toward the satisfaction of the students.

This research use data analysis with validity, reliability, and regression. Validity with value KMO 0,5, reliability with value Cronbach's Alpha 0,55, and regression with result there is an effect between service quality (tangible, emphaty, reliability, responsiveness, and assurance) towards students satisfaction.

Key Words: Service, Quality, Customer Loyalty, Maranatha Christian University

ABSTRAK

Universitas diibaratkan sebagai sebuah perusahaan, dan pada prinsipnya ketika sebuah perusahaan menjual produk atau jasanya mereka dihadapkan pada persaingan. Dewasa ini, kondisi persaingan antar perusahaan semakin lama semakin tinggi, maka dari itu setiap perusahaan menggunakan berbagai macam strategi, salah satu strateginya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan.

Peneliti menggunakan metode *non probability sampling*, dengan jumlah responden 148 mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang masih aktif sampai saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan Kepuasan Mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha.

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan validitas, reliabilitas dan regresi. Validitas dengan tolak ukur KMO 0,5, reliabilitas dengan tolak ukur cronbach's alpha 0,55, dan regresi dengan hasil terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, terhadap kepuasan mahasiswa.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Universitas Kristen Maranatha

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Jasa	11

2.1.4	Pelanggan	17
2.1.5	Kualitas Pelayanan	18
2.1.6	Kepuasan Pelanggan	23
2.2	Rerangka Pemikiran	27
2.2.1	Rerangka Teoritis	28
2.3	Pengembangan Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	30
3.2	Jenis Penelitian	34
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.3.1	Populasi	35
3.3.2	Sampel	37
3.4	Devinisi Operasional Variabel	39
3.4.1	Tabel DOV	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6	Alat Analisis	45
3.6.1	Uji Instrumen	46
3.6.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	51
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	52
4.2	Validitas	53

4.3	Reliabilitas	56
4.4	Pengujian Analisis Regresi Linear Sederhana	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*)

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2 Rerangka Teoritis	28
Gambar 3 Model Penelitian	29

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Operasional Variabel	41
Tabel II Skala Likert	44
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	52
Tabel V KMO.....	53
Tabel VI Anti Image Matrix	54
Tabel VII Rotated Component Matrix	55
Tabel VIII Reliabilitas <i>Reliability 2 dan Reliability 3</i>	56
Tabel IX Reliabilitas <i>Responsiveness 2 dan Responsiveness 3</i>	57
Tabel X Reliabilitas <i>Assurance 1 dan Assurance 2</i>	57
Tabel XI Reliabilitas <i>Emphaty 3 dan Emphaty 4</i>	58
Tabel XII Reliabilitas <i>Tangible 3 dan Tangible 4</i>	58
Tabel XIII Reliabilitas Kepuasan Pelanggan 1 dan Kepuasan Pelanggan 3	59
Tabel XIV Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan	60
Tabel XV Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan	61
Tabel XVI Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan.....	62
Tabel XVII Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan	64
Tabel XVIII Pengaruh <i>Emphaty</i> terhadap Kepuasan	65
Tabel XIX Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	75
Lampiran B Hasil Perhitungan Data SPSS	79