

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis regresi sederhana mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diteliti menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Universitas Kristen Maranatha sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban 100 responden mengenai kualitas pelayanan mayoritas responden menjawab setuju. Hasil jawaban responden atas pernyataan-pernyataan kualitas pelayanan di Universitas Kristen Maranatha, untuk pernyataan kesatu Universitas Kristen Maranatha terjaga kebersihannya mayoritas bahwa setuju sebanyak 47 responden (47%). Kedua, karyawan Universitas Kristen Maranatha berpenampilan rapih mayoritas bahwa setuju sebanyak 61 responden (61%). Ketiga, sarana fisik Universitas Kristen Maranatha modern mayoritas bahwa setuju sebanyak 49 responden (49%). Keempat, karyawan Universitas Kristen Maranatha memperhatikan mahasiswa dengan baik mayoritas bahwa netral sebanyak 41 responden (41%). Kelima, Universitas Kristen Maranatha mudah untuk diakses oleh mahasiswa mayoritas bahwa setuju sebanyak 38 responden (38%). Keenam, karyawan Universitas Kristen Maranatha memperhatikan kebutuhan mahasiswa dengan sungguh-sungguh mayoritas bahwa netral sebanyak 45 responden (45%). Ketujuh, karyawan Universitas Kristen Maranatha memberikan pelayanan yang cepat mayoritas bahwa setuju sebanyak 43 responden (43%). Kedelapan, karyawan

Universitas Kristen Maranatha bersedia membantu kesulitan mahasiswa dengan cepat mayoritas bahwa setuju sebanyak 33 responden (33%). Kesembilan, karyawan Universitas Kristen Maranatha bersedia menanggapi permintaan mahasiswa dengan cepat mayoritas bahwa setuju sebanyak 37 responden (37%). Kesepuluh, Universitas Kristen Maranatha memberikan pelayanan dengan baik dari awal hingga selesai mayoritas bahwa setuju sebanyak 49 responden (49%). Kesebelas, keakuratan proses pelayanan mayoritas bahwa netral sebanyak 41 responden (41%). Kedua belas, pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan mayoritas bahwa setuju sebanyak 42 responden (42%). Ketiga belas, Universitas Kristen Maranatha merupakan Universitas yang terpercaya mayoritas bahwa setuju sebanyak 52 responden (52%). Keempat belas, karyawan Universitas Kristen Maranatha memiliki kemampuan yang baik mayoritas bahwa setuju sebanyak 47 responden (47%). Kelimabelas, keramahan karyawan Universitas Kristen Maranatha dalam memberikan pelayanan mayoritas bahwa setuju sebanyak 49 responden (49%).

Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diteliti menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha kurang baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban 100 responden mengenai kepuasan mahasiswa, masih banyak responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hasil jawaban responden atas pernyataan-pernyataan kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Maranatha, untuk pernyataan kesatu mahasiswa merasa senang kuliah di Universitas Kristen Maranatha mayoritas bahwa setuju sebanyak 41 responden (41%). Kedua, Universitas Kristen Maranatha telah memenuhi harapan mahasiswa mayoritas bahwa setuju sebanyak 48 responden (48%). Ketiga, mahasiswa percaya bahwa kuliah di Universitas Kristen Maranatha memberikan pengalaman yang

memuaskan mayoritas bahwa setuju sebanyak 45 responden (45%). Keempat, secara keseluruhan, mahasiswa percaya Universitas Kristen Maranatha menyenangkan hati mahasiswa ketika kuliah mayoritas bahwa setuju sebanyak 48 responden (48%).

Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha sebesar 53,9% dan sisanya 46,1% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,071, hal ini menunjukkan apabila tidak ada kualitas pelayanan maka kepuasan mahasiswa sebesar 1,071 satuan. Nilai koefisien regresi *Tangible* sebesar 0,201, artinya apabila terdapat peningkatan *Tangible* sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,201 satuan. Nilai koefisien regresi *Empathy* sebesar 0,263, artinya apabila terdapat peningkatan *Empathy* sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,263 satuan. Nilai koefisien regresi *Responsiveness* sebesar 0,205, artinya apabila terdapat *Responsiveness* peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,205 satuan. Nilai koefisien regresi *Reliability* sebesar 0,238, artinya apabila terdapat peningkatan *Reliability* sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,238 satuan. Nilai koefisien regresi *Assurance* sebesar 0,383, artinya apabila terdapat peningkatan *Assurance* sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,383 satuan

5.2 Saran

1. Universitas Kristen Maranatha sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan melalui indikator-indikatornya antara lain *tangible*, *empathy*, *responsivness*, *reliability*, dan *assurance* sehingga nilai

yang dirasakan mahasiswa pun akan semakin meningkatkan kepuasan. Hal ini berguna juga untuk menjaga kualitas dan citra Universitas Kristen Maranatha dan meningkatkan kepuasan konsumen karena kapan pun pesaing sejenis akan terus bertambah dan menyajikan yang lebih berkualitas dan harga yang kompetitif.

2. Bagi penulis yang hendak melanjutkan kekonsistenan dari penelitian ini agar meneliti faktor-faktor yang tidak mampu dijelaskan dalam penelitian ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner supaya lebih diperjelas lagi sehingga responden pada saat mengisi kuesioner tidak mengalami kesulitan terhadap maksud kalimat yang ditanyakan
2. Keterbatasan waktu, oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut dengan jumlah sampel yang lebih banyak pada mahasiswa Strata 1 Manajemen Universitas Kristen Maranatha supaya hasilnya lebih akurat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Strata 1 Manajemen Universitas Kristen Maranatha.