

## ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN DI POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI SAMARINDA

**Ita Merni Patulak**

*Dosen Politeknik Pertanian Negeri Samarinda*

Email: mernivania@gmail.com

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor Pelayanan yang dapat berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, yang dalam hal ini adalah mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Samarinda. Dengan menggunakan teori Kepuasan Konsumen dari Parrisurchman, ada empat variabel bebas (dependen) yang digunakan, yaitu Daya Tanggap (X1), Jaminan (X2), Empati (X3), dan Bukti Fisik (X4). Berdasarkan uji F pada pengujian hipotesis, diperoleh bahwa ke 4 variabel dependen tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel independen, yaitu Kepuasan Konsumenn (Y), dimana nilai f hitung adalah 13,386%. Berdasarkan uji kelayakan (validitas model) dengan menggunakan nilai F hitung yang diperoleh sebesar  $13,386 > F$  tabel dengan signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan variabel-variabel bebasnya mempunyai pengaruh yang signifikan/nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan uji parsial diperoleh t hitung masing-masing variabel adalah: Daya Tanggap sebesar 1,684 ; tingkat signifikan 0,046; Jaminan sebesar 1,395 tingkat signifikan 0,017; Empati sebesar 4,914 tingkat signifikan 0,000; Bukti Fisik sebesar 1,751 tingkat signifikan 0,033. Diantara variabel X1-X4 di atas, variabel Empati (X3) dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung sebesar 4,914 dan signifikan 0,000. Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel bebas yang diperoleh, secara keseluruhan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen (Y) semuanya menunjukkan nilai yang positif (signifikan), namun Empati yang paling besar pengaruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian Mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, cenderung memilih variabel Empati yang paling menyentuh dan memotivasi semangat belajar mereka, karena merupakan dorongan yang tidak sekedar menunjukkan simpati melainkan berusaha menjadi bagian dari diri mahasiswa, dan itu dirasakan besar sekali pengaruhnya buat diri mahasiswa. Dari model persamaan regresi diperoleh nilai koefisien korelasi (Multiple R) secara menyeluruh sebesar 0,745 atau 74,5% yang artinya hubungan antara Variabel dependen terhadap variabel independen adalah positif dan cukup kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,616. Ini berarti sebesar 61,6 % proporsi keragaman Kepuasan Konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh ke 4 variabel dependen, sedangkan 38,4 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar Ke-variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Mahasiswa, Kepuasan Konsumen, Daya Tanggap, Garansi, Empaty, Bukti Fisik.

### 1. Pendahuluan

Pemahaman terhadap "buying behaviour" (perilaku pembeli) dari pasar sasaran merupakan tugas penting dari manajemen dalam sebuah perusahaan atau instansi pemerintahan, berdasarkan konsep pemasaran. Pasar konsumen terdiri dari semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Para konsumen beraneka ragam, yang dapat dibagi atau disegmenkan menurut usia, pendapatan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, selera, dan lain sebagainya. Para konsumen membuat keputusan mereka tidak dalam sebuah tempat

yang terisolasi dari lingkungan sekitar. Perilaku membeli mereka sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi. Salah satu faktor pribadi yang menjadi fokus penting dalam strategi pemasaran perusahaan/instansi pemerintahan adalah kepuasan konsumen.

Riset terbaru mendukung dugaan bahwa ada hubungan yang positif antara kepuasan konsumen dan pencapaian keuntungan organisasi secara financial (*Reichheld dan Sasser 1990; Rust dan Zahorik 1993*). Dalam suatu studi penting, (*Anderson, 1994, p. 63*) meneliti mata rantai ini dari data yg diperoleh dari Index Kepuasan Pelanggan, dan mereka temukan bahwa "organisasi yang benar-benar mencapai kepuasan konsumen tinggi juga menikmati penerimaan atau pemasukan yang unggul."

Saat ini para pengusaha semakin banyak memfokuskan dirinya ke arah pemasaran jasa. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang pemasaran jasa. Mengingat luasnya ruang lingkup jasa, maka jasa yang diambil dalam penelitian ini adalah jasa pendidikan. Jasa pendidikan sangatlah penting mengingat ketatnya persaingan yang ditimbulkan akibat globalisasi. Setiap individu membekali dirinya dengan pengetahuan lebih sebagai keunggulan bersaing untuk bertahan dalam persaingan global. Dengan adanya kebutuhan dan keinginan individu untuk membekali dirinya, maka semakin banyak-pula institusi-institusi yang menawarkan program-program pendidikan yang disesuaikan dengan permintaan dunia kerja.

Politeknik Pertanian Negeri Samarinda (Poltanesa) merupakan salah satu lembaga pendidikan tinggi yang ada di Samarinda. Poltanesa resmi menjadi lembaga pendidikan vokasi di Kalimantan Timur sejak tanggal 30 Juni 1995 berdasarkan SK Menpan No.B-703/I/1995. Mahasiswa yang lulus nantinya akan bergelar Ahli Madya.

Beberapa tahun Poltanesa mengalami penurunan jumlah mahasiswa, walaupun telah melakukan sejumlah promosi dalam menarik minat para calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di Poltanesa. Pada tahun 2006 jerih payah seluruh jajaran pengelolah/manajemen Poltanesa dalam mencari mahasiswa, berbuah hasil yang manis. Mahasiswa yang masuk mulai banyak bahkan sampai pada penerimaan mahasiswa tahun ajaran 2013 ini.

Dengan peningkatan jumlah mahasiswa yang dimiliki saat ini, pihak manajemen Poltanesa perlu memikirkan hal-hal apa yang selalu dapat membuat menimbulkan kepuasan bagi mahasiswa yang merupakan konsumen kita. Salah satu hak mahasiswa adalah mendapatkan pelayanan yang baik dalam melaksanakan tugasnya sebagai pelajar. Mahasiswa juga mempunyai kewajiban membayar biaya SPP, maka wajarlah apabila harus mendapatkan pelayanan yang baik. Tanpa adanya pelayanan yang baik maka akan menurunkan kepuasan mahasiswa terhadap Poltanesa sebagai tempatnya menimba ilmu. Dengan pertimbangan inilah peneliti akan meneliti pentingnya meningkatkan pelayanan konsumen berdasarkan teori Kepuasan Konsumen dari Parrisurachman, yang dalam hal ini konsumen tersebut adalah mahasiswa di Politeknik Pertanian Negeri Samarinda.

## 2. Pemasaran Jasa

Menurut Kotler (2000;18) "pemasaran jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat kepemilikan apapun".

Selanjutnya Kotler mengatakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran jasa yaitu: jasa merupakan

sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*), tidak dapat dipisahkan (*inseparable*), jasa sangat bervariasi (*variability*) dan jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan (*perishable*).

Lebih lanjut karakteristik jasa pada jasa pendidikan tinggi dapat dikatakan bersifat tidak nyata dalam arti tidak dapat disentuh, tidak dapat dilihat atau dirasakan sampai saat dikonsumsi. Dalam hal ini maka kualitas suatu perguruan tinggi dapat ditentukan baik buruknya bila seseorang telah menjadi mahasiswa dan apakah nantinya bila lulus mudah mendapatkan pekerjaan atau tidak, serta apakah sesuai dengan bidang ilmunya dapat dibuktikan beberapa tahun kemudian setelah mahasiswa lulus.

Jasa pendidikan membutuhkan kehadiran dosen, teknisi/laboran, serta staff administrasi dan mahasiswa pada saat yang bersamaan, ini artinya dalam pelayanan jasa tidak dapat dipisahkan. Implikasinya mutu pegawai serta banyaknya mahasiswa akan mempengaruhi kualitas pendidikan sebuah perguruan tinggi.

### 3. Metodologi

Penelitian ini berlangsung selama 6 (enam) bulan dan berkelanjutan pada tahun 2013. Penelitian ini dilaksanakan di Politeknik Pertanian Negeri Samarinda (Poltanesa), dan yang menjadi responden adalah mahasiswa Poltanesa, dengan jumlah sampel 200 orang.

Alat-alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kuisioner dalam bentuk pertanyaan isian dan pertanyaan pilihan, yang dibagikan kepada mahasiswa, kamera untuk memotret kegiatan pembagian kuisioner dan pengisian kuisioner sebagai bukti kegiatan penelitian, komputer, software SPSS yang digunakan untuk pengolahan data hasil isian kuisioner para responden.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel terikat dan 4 variabel bebas. Variabel terikat (Y) adalah kepuasan mahasiswa sebagai konsumen di Poltanesa, sedangkan variabel bebasnya adalah: Daya Tanggap sebagai  $X_1$ , Jaminan sebagai  $X_2$ , Empati sebagai  $X_3$ , Bukti Fisik sebagai  $X_4$ .

#### 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisioner

##### 4.2.1 Uji Validitas

Dari pengujian validitas instrumen pengukur yang dilakukan dengan memperhatikan nilai communalities sama atau lebih besar dari 0,5 dan factor loading untuk tiap-tiap item pertanyaan sama atau lebih besar dari 0,5. Berdasarkan perhitungan butir pertanyaan untuk tiap variabel bebas dengan menggunakan SPSS versi 16, diperoleh nilai factor loading dan communalities yang lebih besar dari 0,5. Sehingga dapat dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

##### 4.2.2 Korelasi

Dari hasil uji validitas dengan korelasi product moment (Korelasi Pearson) terlihat bahwa semua butir pertanyaan mempunyai nilai korelasi product moment/ korelasi Pearson (r) antara masing-masing pertanyaan terhadap skor total diatas r tabel (dimana r tabel yang digunakan yaitu 0,8225 dan sampel sebanyak 200 orang) sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh pertanyaan tersebut adalah valid.

### 4.2.3 Uji Reliabilitas

Hasil uji dari realibilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	R-Alpha	Keputusan
1.	Daya Tanggap	0,7979	Reliabel
2.	Jaminan	0,8061	Reliabel
3.	Empati	0,7963	Reliabel
4.	Bukti Fisik	0,8253	Reliabel

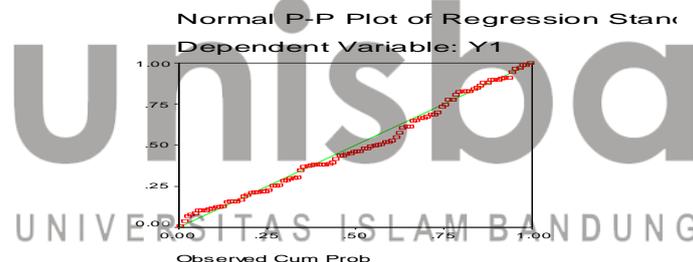
Sedangkan untuk nilai Cronbach's Alpha untuk instrument secara keseluruhan diperoleh sebesar 0,8389 dimana nilainya positif dan lebih besar dari r tabel 0,8225. Sehingga dapat dikatakan reliabel dan hal ini menunjukkan adanya konsistensi.

## 4.3 Analisis

### 4.3.1 Uji Asumsi Klasik

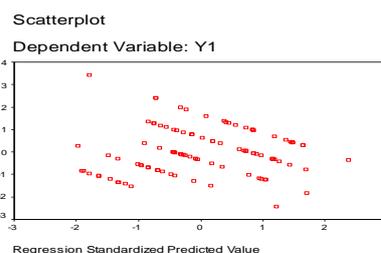
#### a. Pengujian Asumsi Kenormalan

Menguji apakah model regresi, variabel tak bebas (dependen) mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika variabel dependen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Dari histogram yang disajikan dari output SPSS pada lampiran, terlihat bahwa data tingkat kepuasan konsumen mendekati normal, yaitu grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis normal. Hal ini berarti, asumsi normalitas terpenuhi.



#### b. Pengujian Asumsi Bebas Heteroskedastisitas

Deteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, di mana sumbu X dan Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah dibakukan. Bila titiknya menyebar secara tidak berpola (acak) maka tidak terdapat heteroskedastisitas, tapi bila titiknya membentuk pola maka telah terjadi heteroskedastisitas.



#### c. Pengujian Asumsi

Dari table summary diperoleh nilai Durbin-Watson 1,574. Hal ini menandakan tidak ada autokorelasi antar variabel.

Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan software SPSS 16.0 diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 2 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.645 <sup>a</sup>	.416	.385	1.0003	1.574

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

b. Dependent Variable: Y1

d. Uji multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai VIF di bawah 10. Dari output yang dikeluarkan SPSS terlihat bahwa VIF pada lampiran untuk semua variabel bebas mempunyai angka yang masih lebih kecil dari batasan maksimal terjadi multikolinearitas, sehingga dapat dikatakan model regresinya tidak terkena masalah multikolinearitas.

#### 4.2 Model Regresi Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan maksud memprediksi rata-rata populasi berdasarkan variabel independen yang diketahui. Hasil pengolahan data penelitian atas Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Mahasiswa Sebagai Konsumen di Politeknik Pertanian Negeri Samarinda dengan berbagai pengujian melalui bantuan program SPSS adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda**

		Coefficients				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.022	0.502		2.037	0.044		
	X1	0.0048	0.071	0.077	1.684	0.046	0.488	2.049
	X2	0.101	0.073	0.154	1.395	0.017	0.512	1.953
	X3	0.317	0.065	0.545	4.914	0.000	0.505	1.981
	X4	0.125	0.071	0.175	1.751	0.033	0.621	1.609

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh, dapat dijelaskan mengenai koefisiennya, sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) menunjukkan besarnya Kepuasan Konsumen (Y) apabila variabel Daya Tanggap (X<sub>1</sub>), Jaminan (X<sub>2</sub>), Empati (X<sub>3</sub>), Bukti Fisik (X<sub>4</sub>) sebesar nol (0) maka besarnya Peningkatan mutu akan bernilai 1,022. Ini berarti bila mahasiswa sebagai konsumen di Poltanesa tidak dalam proses

perkuliahannya tidak didukung oleh ke-4 variabel bebas yang merupakan indikator dari kepuasan konsumen, maka mahasiswa akan kecewa dan kurang loyal terhadap almamaternya.

2. Koefisien regresi Daya Tanggap ( $X_1$ ) sebesar 0,0048 berarti bahwa jika Faktor pelayanan meningkat atau terjadi perubahan ke arah positif dalam daya tanggap pihak kampus terhadap mahasiswa, maka Kepuasan mahasiswa sebagai konsumen berubah secara positif pula. Begitu pula sebaliknya, jika terjadi perubahan kearah negative maka kepuasan konsumen (Y) akan berubah secara negative atau menurun.
3. Koefisien regresi Jaminan ( $X_2$ ) sebesar 0,101 artinya jika faktor-faktor pelayanan meningkat atau terjadi perubahan ke arah positif, berarti maka Kepuasan Mahasiswa akan berubah secara positif pula. Begitu pula sebaliknya, jika variabel jaminan terjadi perubahan kearah negative maka Kepuasan Mahasiswa (Y) akan berubah secara negative atau menurun.
4. Koefisien regresi Empati ( $X_3$ ) sebesar 0,317. Nilai 0,317 berarti bahwa jika terjadi perubahan pada variabel Empati sebesar 1 satuan maka Kepuasan Konsumen akan berubah sebesar 0,317 artinya apabila Empati pihak kampus terhadap mahasiswameningkat maka Kepuasan mereka sebagai konsumen (Y) akan naik, begitu pula apabila rasa empati pihak manajemen Poltanesa menurun maka Kepuasan mereka juga akan turun, dengan asumsi  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_4$ , tetap.
5. Koefisien regresi variabel Bukti Fisik ( $X_4$ ) sebesar 0,125. Nilai 0,125 berarti bahwa jika terjadi perubahan pada bukti fisik sebesar 1 satuan maka Kepuasan konsumen akan berubah sebesar 1,826 artinya apabila bukti fisik yang mendukung perkuliahan mahasiswa meningkat maka Kepuasan Konsumen (Y) akan naik, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  tetap.

#### 4.2.1 Uji Kelayakan (Validitas Model)

4.2 Tabel 4

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745 <sup>a</sup>	.616	.385	1.0003	1.574

a. Predictors: (Constant),  $X_4$ ,  $X_3$ ,  $X_2$ ,  $X_1$

b. Dependent Variable: Y1

Dari model persamaan regresi yang telah terbentuk diperoleh nilai koefisien korelasi (Multiple R) secara menyeluruh sebesar 0,745 atau 74,5 % yang artinya hubungan antara Daya Tanggap ( $X_1$ ), Jaminan ( $X_2$ ), Empati ( $X_3$ ), dan Bukti Fisik ( $X_4$ ), sebagai variabel bebas dengan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel terikat adalah positif dan cukup kuat. Ini berarti apabila pihak manajemen Poltanesa memperhatikan Kepuasan mahasiswa sebagai konsumen yang dijabarkan ke dalam 4 variabel bebas, maka Kepuasan mereka sebagai konsumen akan meningkat.

Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,616. Ini berarti sebesar 61,6% proporsi keragaman Kepuasan Konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$ , sedangkan 38,4% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar ke 4 variabel bebas tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5<sup>a</sup>ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.974	5	13.395	13.386	.000 <sup>a</sup>
	Residual	94.066	94	1.001		
	Total	161.040	99			

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

b. Dependent Variable: Y1

Dan berdasarkan uji kelayakan (validitas model) dengan menggunakan nilai F hitung yang diperoleh sebesar 13,386 dengan signikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05 dapat dikatakan bahwa model persamaan tersebut layak digunakan dan secara keseluruhan variablebebasnya mempunyai pengaruh yang signifikan.

#### 4.2..2 Pengujian Hipotesis

##### Uji F

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS, nilai F ratio yang diperoleh adalah 13,386 dengan signifikansi 0,000 sehingga dapat disimpulkan  $H_1$  Diterima pada tingkat signifikansi 0,05. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa Daya tanggap( $X_1$ ), Jaminan ( $X_2$ ), Empati ( $X_3$ ), Bukti Fisik ( $X_4$ ), mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat diterima, dengan pengaruh sebesar 13,3

##### Uji t

Menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen. Pengujian ini dilakukan secara parsial dengan menggunakan uji t yang nilai-nilainya dapat dilihat pada tabel coefficient sebelumnya.

Pengujian hipotesis secara parsial memperoleh t hitung untuk Daya Tanggap ( $X_1$ ) sebesar 1,684 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,046 lebih kecil daripada 0,05 sehingga  $H_a$  untuk Daya Tanggap dapat diterima. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Daya Tanggap ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y) dosen dapat diterima.

Sedangkan t hitung untuk Jaminan ( $X_2$ ) sebesar 1,395 dengan tingkat signifikansi 0,017 lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_a$  untuk Jaminan dapat diterima. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Jaminan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat diterima.

Hasil t hitung untuk Empati ( $X_3$ ) sebesar 4,914 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_a$  untuk Empati dapat diterima. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Empati ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

Hasil t hitung untuk Bukti Fisik ( $X_4$ ) sebesar 1,751 dengan tingkat signifikansi 0,033 lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_a$  untuk Bukti Fisik dapat diterima. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Bukti Fisik ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat diterima.

Berdasarkan pengujian secara partial, maka dapat diketahui variabel yang berpengaruh dominan dalam Kepuasan Konsumen (Y) adalah Empati ( $X_3$ ) dengan t hitung 4,914 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

## 5. Kesimpulan Dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

1. Kepuasan Konsumen yang divariabelkan dalam bentuk *Daya Tanggap*(X1), *Jaminan* (X2), *Empati* (X3), dan *Bukti Fisik* (X4), mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, ini dibuktikan dengan Uji F (F ratio), di mana ke 4 variabel bebas tersebut berpengaruh 13,386% terhadap peningkatan mutu.
2. Sedangkan pengaruh variabel-variabel bebas yaitu *Daya Tanggap* (X1), *Jaminan* (X2), *Empati* (X3), dan *Bukti Fisik* (X4) terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen (Y), secara parsial dapat dilihat dari masing-masing nilai t hitungnya, dimana masing-masing variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y. Variabel Empati (X3) dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung sebesar 4,914 dan signifikan 0,000.
3. Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel bebas yang diperoleh, secara keseluruhan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen (Y) semuanya menunjukkan nilai yang positif (signifikan), namun *Empati* yang paling besar pengaruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian Mahasiswa Poltanesa, cenderung memilih variabel Empati yang paling menyentuh dan memotivasi semangat belajar mereka, karena merupakan dorongan yang tidak sekedar menunjukkan simpati melainkan berusaha menjadi bagian dari diri mahasiswa, dan itu dirasakan besar sekali pengaruhnya buat diri mahasiswa dalam pemenuhan kepuasan konsumen di Poltanesa, yang mendorong semangat belajar mereka.

### 5.2 Saran

1. Bagi pihak Pimpinan dan seluruh pegawai yang ada di Poltanesa, hendaknya memperhatikan faktor-faktor pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa, seperti pada beberapa variabel pelayanan yang telah diteliti, yaitu *Daya tanggap* (X1), *Jaminan* (X2), *Empati*(X3), dan *Bukti Fisik* (X4) guna, terutama variabel Empati, karena merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai konsumen di Poltanesa, serta dapat meningkatkan semangat belajar mereka.
2. Namun demikian masih banyak variabel pelayanan yang belum diteliti dalam penelitian ini yang juga berpengaruh terhadap penting terhadap peningkatan kepuasan konsumen.
3. Oleh karena itu masih perlu dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor-faktor lain dari pelayanan yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

## Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Garpersz, V. 2003. *Total Quality Management*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. 2003. *Marketing Management*. International Edition. New Jersey : Prentice – Hall Inc.
- Malhotra, N.K. 1996. *Marketing Research : An Applied Orientation*. Fourth Edition. New Jersey : Printice – Hall, Inc.