

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH DI KAMPUS BISNIS UMAR USMAN

IWAN

pratamaiwan808@gmail.com

Mahasiswa Program S1 Manajemen STIM Budi Bakti

ASEP HENDRIANA

asep.stimbb@gmail.com

Dosen STIM Budi Bakti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di kampus Bisnis Umar Usman, Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa kampus Bisnis Umar Usman tahun 2021/2022, Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 48 mahasiswa dengan pendekatan *accidental* sampling (pengambilan sampel secara kebetulan). Hasil analisis awal yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator yang digunakan valid untuk mengukur variabel yang ada. Hasil analisis selanjutnya mendapati bahwa dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, Dari hasil pengujian hipotesis antara Harga (X1) berpengaruh terhadap Keputusan (Y) mahasiswa memilih kuliah. Diperoleh hasil adalah sebesar 8,5% diikuti variabel promosi dengan koefisien regresi sebesar 15,6%, kesimpulan, bahwa harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di kampus Bisnis Umar Usman adalah sebesar 16,8%

Kata kunci : Promosi, harga, keputusan memilih

ABSTRACT

This study aims to find out how much influence price, and promotion on the decision of students to choose to study at Kampus Bisnis Umar Usman, this research method is a quantitative research method, the population in this study is Umar Usman Business campus students in 2021/2022, The sample used in this study is 48 students with an accidental sampling approach (accidental sampling). The results of the preliminary analysis carried out show that the indicators used are valid for measuring existing variables. The results of the next analysis found that of the three variables used in this study, from the results of testing the hypothesis between Prices (X1) affecting the decision (Y) of students to restore college. The results obtained were 8.5% followed by the promotion variable with a regression coefficient of 15.6%, concluding, that price and promotion had a positive and significant effect on the decision of students to choose to study at the Umar Usman Business campus was 16.8%

Keywords: *Promotion, price, decision to choose*

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu bangsa di era globalisasi saat ini terletak pada kualitas SDM (sumber daya manusia). Keberhasilan pembangunan dapat dilihat dari seberapa besar permasalahan mendasar di masyarakat yang dapat teratasi. Meskipun demikian pembangunan yang dilaksanakan tidak akan berarti bila pembangunan tersebut tidak mampu meningkatkan kualitas SDM (sumber daya manusia). Peningkatan kualitas manusia merupakan hal penting yang harus dilakukan secara terencana, terarah, intensif, efektif dan efisien.

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) merupakan Indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dapat menentukan peringkat atau level pembangunan suatu wilayah/negara. Pada dua tahun terakhir data Indeks Pembangunan Manusia (IPM) menunjukkan peningkatan, data pada Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 mencantumkan data pencapaian 72,29% meningkat 0,35 poin (0,49%) dibandingkan capaian tahun sebelumnya (71,94%) di tahun 2020 (www.bps.go.id).

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mempunyai tiga unsur yaitu kesehatan, ekonomi dan pendidikan, keberhasilan pendidikan merupakan landasan bagi perkembangan ekonomi dan sosial masyarakat. Pendidikan adalah kata kunci dalam mengembangkan pengetahuan dan kualitas kemampuan masyarakat, salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan, kurangnya pendidikan adalah salah satu faktor bertambahnya jumlah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia.

Badan Pusat Statistik (BPS) telah merilis data terkait kemiskinan di Indonesia pada bulan Maret 2021 mencapai 27,45 juta orang jumlah ini hanya menurun tipis 0,01 juta orang dibanding September 2020 (kompas.com). Secara singkat kemiskinan adalah ketidak mampuan untuk memenuhi standar minimum kebutuhan dasar yang meliputi seperti sandang, pangan, dan tempat tinggal, penduduk miskin adalah penduduk yang berada di bawah suatu batas atau disebut sebagai garis kemiskinan.

Pendidikan di Indonesia mempunyai beberapa tujuan di antaranya, mencerdaskan kehidupan bangsa, membentuk watak dan peradaban bangsa yang bermartabat, mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi insan yang mulia, beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Tidak hanya itu, pendidikan juga diperlukan agar siswa berilmu, cakap, kreatif, dan mandiri. Serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab, dengan tujuan-tujuan di atas, pendidikan sangat diperlukan untuk kemajuan seseorang.

Kurangnya pendidikan yang diterima seseorang bisa mengurangi perkembangan potensi seseorang dan akan kehilangan kesempatan-kesempatan tersebut terutama ketika memasuki dunia kerja. Maka dari itu semua manusia harus mendapatkan pendidikan secara merata, baik di lingkungan sekolah, kampus, maupun tempat belajar lain nya, karena setiap manusia memiliki hak dan kewajiban yang sama dalam menjalankan suatu pembelajaran yang harus di perhatikan dengan baik, karna hal ini dapat berhubungan dengan kelanjutan hidup setiap manusia.

Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset Dan Teknologi (**KEMDIKBUDRISTEK**) terus mendorong pendidikan vokasi untuk mengembangkan kewirausahaan. Pendidikan vokasi menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam upaya membangun kualitas manusia yang unggul. Saat ini hampir semua perguruan tinggi membuat fakultas yang berkaitan dengan keilmuan dan profesi. Tetapi yang memberikan keleluasaan dalam hal pekerjaan, skill dan keterampilan masih kurang, dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura, jumlah wirausahawan Singapura

sudah di atas 10%, sedangkan wirausahawan di Indonesia masih lebih rendah di angka 3%, (Tribunnews.com).

Meskipun persentasenya melampaui standar internasional yaitu 2%, kebutuhan wirausaha saat ini dinilai masih kurang. Terlebih, produktivitas sumber daya manusia (SDM) di Indonesia masih di bawah beberapa negara di Asia. Indonesia masih butuh sekitar 4 juta wirausaha baru untuk menjadi negara yang kuat melalui tercapainya pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Saat ini masih banyak paradigma berpikir orang tua yang meminta anak-anaknya setelah lulus sekolah untuk bekerja, tentunya paradigma seperti ini harus diselesaikan bersama secara berkelanjutan (KEMDIKBUDRISTEK).

Berdasarkan uraian dan keterangan diatas, maka mengharuskan kita untuk semakin meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, melahirkan pengusaha-pengusaha baru yang berkualitas dan mampu menciptakan lapangan kerja, untuk membantu kesejahteraan dan mengurangi tingkat pengangguran. Hadir nya kampus Bisnis Umar Usman yang berupaya melahirkan calon pengusaha baru dengan program praktek, pembelajaran, dan pembekalan yang komprehensif diharapkan lulusan Kampus Bisnis Umar Usman mampu menjadi pengusaha sukses yang membawa kebermanfaatn bagi masyarakat khususnya dalam mendukung kesejahteraan bangsa Indonesia.

Dengan perjalanan Kampus Bisnis Umar Usman tidak berarti tanpa kendala dapat di lihat dari table di bawah ini:

Table 1. Data pelulusan mahasiswa tahun 2019 samapai dengan tahun 2021

Data Pelulusan Mahasiswa	
2019	138
2020	110
2021	81

Dilihat dari table 1. diatas jumlah pelulusan mahasiswa Kampus Bisnis Umar Usman dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021, mengalami penurunan jumlah pelulusan mahasiswa yang signifikan. Hal ini bisa jadi disebabkan karna faktor kualitas pelayanan yang belum maksimal. dan kurangnya fasilitas yang tersedia. Dengan adanya permasalahan tersebut mengharuskan Kampus Bisnis Umar Usman, dapat memberikan solusi yang

tepat dan cepat sesuai kebutuhan mahasiswa agar tetap menjadi pilihan tempat kuliah bagi calon mahasiswa.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala upaya dan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2019:12) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah fokus utama pada sebuah jasa pendidikan yang mempunyai ciri khas dari segi pelayanan maupun kualitas pendidikan yang ditawarkan kepada mahasiswa.

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan dalam melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan mahasiswa dapat terpenuhi, fasilitas menjadi salah satu faktor keberhasilan kampus dalam menarik calon mahasiswa, kampus yang representative tentunya mempunyai sejumlah fasilitas yang mendukung dalam kegiatan belajar mengajar. Bahkan fasilitas kampus menjadi salah satu pertimbangan calon mahasiswa sebelum memutuskan untuk kuliah. Semakin lengkap fasilitas kampus maka semakin berkualitas pula proses belajar mengajar.

Menurut Tjiptono (2019:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, design interior dan eksterior serta kebersihan harus di pertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang di rasakan konsumen secara langsung.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau jasa pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

Dari semua permasalahan-permasalahan di atas, maka kampus Bisnis Umar Usman harus bisa mengoptimalkan agar tujuan yang ingin di capai dapat diraih. tujuan tersebut adalah bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas mampu mempengaruhi konsumen untuk memilih kampus Bisnis Umar Usman, sebagai tempat untuk melakukan pendidikan yang lebih baik

dan berkualitas. Untuk itu kampus Bisnis Umar Usman harus mengetahui apa saja yang harus di perhatikan yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Kampus Bisnis Umar Usman.

Perumusan Masalah; Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Kampus Bisnis Umar Usman? Bagaimana Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Kampus Bisnis Umar Usman ? Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Kampus Bisnis Umar Usman ?

Populasi adalah wilayah generalisasi yang lain terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh Peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Kampus Bisnis Umar Usman. Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian terkecil dari populasi yang akan diteliti. Sampel tersebut sebagai perwakilan, harus mempunyai sifat – sifat atau ciri – ciri yang terdapat pada populasi Sugiyono (2018 : 58)

Menurut Sugiyono (2018:58) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bilamana anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering di lakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 60% orang atau peneliti yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus dimana semua anggota populasi di jadikan sampel. Sampel dari penelitian yang dilakukan penulis adalah seluruh mahasiswa Kampus Bisnis Umar Usman .

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2021:143) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang di terima dengan tingkat pelayanan yang di harapkan apabila pelayanan yang di terima atau dirasakan sesuai dengan yang di harapkan maka kualitas di persepsikan baik dan memuaskan. Menurut Abdullah dan Tantri (2019:924) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan maupun yang tersirat.

Kualitas pelayanan yang diterima konsumen diartikan oleh Valerie A. Zeithmal (2018:11) sebagai perbedaan antara harapan dengan persepsi mereka, dimana apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, begitupula sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dari penjelasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala upaya dan keunggulan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Fungsi Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi kualitas pelayanan yakni meberikan rasa nyaman dan puas kepada konsumen dengan demikian konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan. Hal ini berdampak positif terhadap citra perusahaan dimata masyarakat luas.

Jenis-jenis Kualitas Pelayanan

Pelayanan kepada pelanggan dapat berbentuk pelayanan langsung seperti percakapan langsung, tanggapan langsung melalui media massa/elektronik manapundengan perbuatan. Menurut Harahap (2018:12) bahwa jenis kualitas pelayanan umum yang di berikan perusahaan terdiri dari, yaitu : Pelayanan Dengan Lisan, Pelayanan Tengan tulisan, Pelayanan Dengan Perbuatan.

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedang jika kenyataankurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan dikatakan memuaskan (Lupiyoadi 2018:12) dengan demikian *service quality* dapat di definisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.

Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas yang ditawarkan perusahaan itu baik, maka pelanggan perlu menilai mutu jasa tersebut. Menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Bery dalam buku Tjiptono (2018:13) terdapat beberapa dimensi pengukuran untuk menilai mutu jasa yaitu:

- a. **Bukti Langsung (*Tangibles*);** Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas meliputi gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka membeli, mereka tidak mampu untuk melihat jasa itu sendiri, mereka akan mendasarkan penilaian mereka terhadap semua benda-benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.
- b. **Kehandalan (*Reliability*);** Kehandalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. Dalam mencari dan menerima informasi kecepatan tergantung dari kemampuan teknologi peralatan yang digunakan untuk mengakses sumber informasi. Secara sadar atau tidak sadar budaya kerja dan budaya komunikasi sudah sangat bergantung kepada teknologi yang dapat memberikan hasil yang cepat dan akurat. Reliability bukan hanya sangat penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, seperti, penangganan barang yang hilang, karyawan kantor pos akan menanyakan nomor resi pengiriman kepada pelanggan, jika terjadi kesalahan oleh pihak karyawan pos Indonesia, entah itu saat dijalan mobil kantor posnya terjadi kecelakaan, gempa, dan lain-lain, maka karyawan pos Indonesia akan bertanggung jawab atas hilangnya uang tersebut, dan jika pelanggannya salah membuat alamat, maka karyawan kantor pos akan mengembalikan uang tersebut kepada pelanggan. Tapi seringkali jasa yang kecil pun merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya konsumen yang akan membeli jasa dikemudian hari
- c. **Daya Tanggap (*Responsiveness*);** Daya Tanggap menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. Antrian yang panjang selalu merupakan hal yang sering dikeluhkan oleh konsumen. *Responsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

- d. Jaminan (*Assurance*); Jaminan meliputi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan. Kompetensi terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. *Courtesy*, meliputi kesopanan dan keramahan dari karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi suatu Perusahaan.
- e. Empati (*Empathy*); Empati, meliputi *access, communication*, dan pemahaman konsumen. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. yang perlu diperhatikan lagi adalah mengerti keinginan konsumen, hal ini tidak boleh diremehkan.

Unsur-Unsur Fasilitas

Menurut Tjiptono (2018:15) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu :

- a. Pertimbangan Atau Perencanaan Parsial; Aspek-aspek seperti proposi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
- b. Perancang Ruang; Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.
- c. Perlengkapan; Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tana penyambutan bagi para konsumen.
- d. Tata Cahaya; Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.
- e. Warna; Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa diperlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
- f. Pesan -pesan yang disampaikan secara grafis; Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk

perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2018: 17) indikator fasilitas ada lima, yaitu :

- a. Pesan-Pesan Yang Disampaikan Secara Grafis; Aspek penting dan saling tertikat dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang diperlukan untuk maksud tertentu. Seperti foto, poster, papan informasi.
- b. Perencanaan Ruang; Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.
- c. Perlengkapan/Perabotan; Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.
- d. Tata Cahaya Dan Warna; Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
- e. Unsur Pendukung; Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, kantin, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya. Fasilitas adalah sarana, dimana fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang digunakan untuk memudahkan dan memperlancar suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan.

Pengertian Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler 20018:18). Menurut Philip Kotler dan Kevin lanekeller (2019:177) yang dikutip dari buku manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja yang di diharapkan .Menurut Tjiptono (2019:10) Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang di diharapkan Seperti dijelaskan dalam definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Bila kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang dan gembira

Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan pelanggan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, yaitu seperti teori yang disebutkan sebagai berikut. Lupiyoadi (2018:19) mengatakan Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Selain itu dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisa kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk; Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, jika kualitas produknya baik.
- b. Harga; Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini tidak penting bagi merekayang tidak sensitive terhadap harga. Untuk industri kelapa sawit, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relative besar.
- c. *Service Quality*; *Service quality* sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sekitar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan baisanya sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan

perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan, menciptakan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses *recruitment*, *training*, budaya kerja, dan hasilnya baru terlihat setelah 3 tahun.

- d. Kemudahan; Pelanggan akan semakin puas apabila *relative* mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (*postpurchase action*). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Indikator Kepuasan

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab apabila mereka tidak puas akan meninggalkan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera dapat mengetahui apa penyebab pelanggan tidak puas. Menurut Kotler (2018:21) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu : Sistem Pengaduan; *Survey* dan Panel Konsumen.

Berikut ini penjelasan dari ketiga metode pengaduan diatas, yaitu :

- a. Sistem Pengaduan; Sistem ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidak Puasanlainnya dengan cara menyediakan kotak saran. setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan ini pada umumnya ditandai oleh pengalaman merek dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.
- b. *Survey* Konsumen; *Survey* konsumen merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan konsumennya misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.
- c. Panel Konsumen; Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produknya dan mengundang konsumen yang telah berhenti

membeli atau telah pindah menjadi konsumen perusahaan lain. Dari konsumen tersebut akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan konsumen yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila konsumen yang berhenti (*customer loss rate*) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumen.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dalam pengertian sehari-hari pelanggan yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa secara terus menerus maka dari itu dalam perusahaan sangatlah penting dengan adanya pelanggan perusahaan dapat berjalan dengan baik dan berkembang. Menurut Nasution dalam (Rusydi 2019:3) mengemukakan bahwa pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performance perusahaan. Dan menurut (Rusydi 2019:3) menyatakan bahwa pelanggan (*Customer*) adalah seseorang yang datang atau memiliki kebiasaan untuk membeli sesuatu dari penjual. Kebiasaan tersebut meliputi aktivitas pembelian dan pembayaran atas sejumlah produk yang dilakukan berulang kali. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah setiap orang yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan secara rutin.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau jasa pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Menurut Kotler dan Keller (2018:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Dan menurut Kasmir dalam (Islami; 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapan. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa sangat besar kemungkinan nya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Irawan dalam (Dewa; 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan meningkatnya reputasi perusahaan berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Berdasarkan beberapa kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan

dimana pelanggan merasakan puas atau kecewa terhadap pelayanan jasa maupun produk yang di berikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini bertujuan untuk memberikan suatu gambaran atau deskripsi dalam uraiannya untuk menghasilkan construck atas suatu fenomena yang didasarkan atas model-model hubungan yang diturunkan dari model. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa melalui pengujian hipotesis. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode analisa deskriptif, yaitu metode penelitian yang menjelaskan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta dan karakteristik dari sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi dan suatu pemikiran. Penulis menggunakan *instrument* pernyataan untuk mengumpulkan data, karena instrument akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat dengan menggunakan skala likert.

Dalam hal ini penulis membuat instrument pernyataan yang diajukan kepada mahasiswa kampus Bisnis Umar Usman periode 2021-2022 . Sugiyono (2019:93) dimana setiap pertanyaan diberikan 5 (lima) jenjang jawaban, dimana setiap jawaban yang dipilih oleh responden, diberi nilai skor dan diolah dengan menggunakan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 21.0 sebagai berikut:

- a. Jika responden memilih Sangat Baik / Sangat Puas, diberi nilai 5
- b. Jika responden memilih Baik / Puas, diberi nilai 4
- c. Jika responden memilih cukup Baik / Cukup Puas , diberi nilai 3
- d. Jika responden memilih Tidak Baik / Tidak Puas, diberi nilai 2
- e. Jika responden memilih SangatTidak Baik / Sangat Tidak Puas, diberi nilai 1

HASIL PENELITIAN

Langkah awal dalam melakukan analisis data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yaitu untuk mengetahui gambaran atas hasil dari kuesioner yang telah diajukan kepada mahasiswa. Uji Validitas di gunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor

yang diperoleh masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pernyataan.

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 2. Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

NO	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
1	54.15	81.974	.768	.959
2	54.08	81.910	.818	.958
3	53.85	82.641	.622	.961
4	54.00	79.500	.770	.958
5	53.77	77.859	.824	.957
6	54.00	77.667	.800	.958
7	54.23	80.192	.753	.959
8	54.08	80.244	.685	.960
9	53.85	80.141	.707	.960
10	54.08	81.910	.818	.958
11	54.15	81.974	.768	.959
12	53.62	79.423	.743	.959
13	54.15	76.808	.809	.958
14	53.92	76.910	.892	.956
15	53.92	75.077	.917	.955

Terlihat pada table 4.48 bahwa semua butiran pernyataan mempunyai nilai CITC lebih Besar dari 0,3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butiran pernyataan untuk variable bebas kualitas pelayanan (X_1) valid sehingga dapat diyakini bahwa hasil pengukuran benar.

Table 3. Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel (X₁)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Item</i>
.961	15

Berdasarkan tabel 3. diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 0,961. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel, karna memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6.

2. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Bebas (X₂)

Tabel 4. Validitas Variabel Fasilitas (X₂)

NO	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
1	51.69	58.231	.822	.927
2	51.69	60.731	.862	.927
3	51.46	61.269	.637	.932
4	51.85	60.308	.576	.935
5	51.69	59.397	.837	.927
6	51.85	61.308	.657	.932
7	51.69	66.731	.352	.938
8	51.77	64.526	.612	.933
9	51.38	63.590	.577	.934
10	51.69	65.564	.371	.938
11	51.69	58.231	.822	.927
12	51.31	62.564	.516	.936
13	51.69	58.064	.836	.926
14	51.46	58.603	.869	.926
15	51.38	58.423	.814	.927

Terlihat pada table 4. bahwa semua butiran pernyataan mempunyai nilai CITC lebih Besar dari 0,3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butiran pernyataan untuk variable bebas fasilitas (X₂) valid sehingga dapat diyakini bahwa hasil pengukuran benar.

Table 5. Uji Reliabilitas Tabel *Cronbach's Alpha* Variabel Bebas (X₂)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.935	15

Berdasarkan tabel 5. diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel fasilitas (X₂) sebesar 0,935.

3. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Terikat Kepuasan Mahasiswa (Y)

Tabel 6. Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)

NO	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
1	53.53	43.124	.576	.912
2	53.67	43.810	.513	.914
3	53.40	44.686	.504	.914
4	53.87	43.695	.654	.909
5	53.73	42.067	.785	.905
6	53.73	41.067	.780	.904
7	53.80	43.314	.605	.911
8	53.67	44.810	.489	.914
9	53.93	44.924	.399	.918
10	53.80	42.314	.721	.907
11	53.80	41.886	.933	.901
12	53.53	43.695	.515	.914
13	53.80	45.029	.506	.914
14	53.60	42.686	.677	.908
15	53.60	42.400	.711	.907

Berdasarkan tabel 6. diatas semua butir pernyataan yang ada mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3. Hal ini menunjukkan jika masing-masing pernyataan pada variabel fasilitas dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai penelitian.

Table 7. Uji Reliabilitas Tabel *Cronbach's Alpha* Variabel Terikat (Y)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Item</i>
.916	15

Berdasarkan tabel 7. diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel kepuasan mahasiswa (Y) sebesar 0,916. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel, karna memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hipotesis I Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Tabel 8. Analisis Signifikan (*Coefficients^a*)
Coefficients^a

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.747	9.194		2.257	.030
	Kualitas Pelayanan	.658	.156	.561	4.230	.000

Berdasarkan tabel 8. bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki tingkat nilai T_{hitung} pada signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ atau $P_{value} (sig) < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 9. Analisis Koefisien Determinasi (*Model Summary^b*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.561 ^a	.314	.297	5.876

a. Predictors: (Constant), Total Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Total Kepuasan mahasiswa (Y)

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat dilihat hasil korelasi (r) = 0,561 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X₁) dengan kepuasan mahasiswa (Y) memiliki hubungan yang sedang.

Sedangkan nilai R square (r^2) = 0,314 dimana

$$\begin{aligned} \text{KD (Koefisien Determinasi)} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,314 \times 100\% \\ &= 31,4\% \end{aligned}$$

Hasil ini menunjukkan hasil determinasi, yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,314 atau 31,4% dan sisanya sebesar 68,6% dipengaruhi faktor lain.

Uji Hipotesis 2 Fasilitas (X₂) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Tabel 10. Analisis Signifikan (*Coefficients^a*)

Coefficients^a

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.754	7.879		2.000	.003

	FASILITAS	.746	.134	.666	5.576	.000
--	-----------	------	------	------	-------	------

Berdasarkan tabel 10. bahwa variabel Fasilitas (X_2) memiliki tingkat nilai t-hitung pada signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ atau $P_{\text{value}} (\text{sig}) < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 11. Analisis Koefisien Determinasi (*Model Summary*)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.429	5.294

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat dilihat hasil korelasi (r) = 0,666, menunjukkan bahwa hubungan antara fasilitas (X_2) dengan kepuasan mahasiswa (Y) memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan nilai R square (r^2) = 0,444, dimana :

$$\begin{aligned} \text{KD (Koefisien Determinasi)} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,444 \times 100\% \\ &= 44,4\% \end{aligned}$$

Hasil ini menunjukkan hasil determinasi, yaitu pengaruh fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,444 atau 44,4% dan sisanya sebesar 55,6% dipengaruhi faktor lain. Uji Hipotesis 3 Kualitas pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Tabel 12. Analisis Signifikan (tabel ANOVA) Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan

Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	910.519	2	455.260	16.420	.000 ^b
	<i>Residual</i>	1053.578	38	27.726		
	Total	1964.098	40			

a. Dependent Variable : Kepuasan Mahasiswa

b. Predictors: (constant) fasilitas, Kualitas Pelayanan

Dilihat dari tabel 12. di atas, pada variabel kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) tingkat signifikansi pada kolom sig adalah $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 13. Analisis Uji Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Dan Fasilitas (X_2) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.097	8.758		1.267	.013
	Kualitas Pelayanan	.229	.192	.195	1.191	.041
	Fasilitas	.596	.183	.532	3.250	.002

Pada tabel 13 di atas diketahui persamaan regresi linier berganda (X_1) dan (X_2) terhadap (Y) dengan persamaan regresi linier berganda sebagai

berikut: $Y = a + bX_1 + bX_2 = 11,097 + 0,229 + 0,596$ Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,229 dan fasilitas (X_2) sebesar 0,569 menyatakan bahwa apabila penambahan 1 angka/poin pada salah satu variabel X maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 14. Analisis Koefisien Determinasi Dan Korelasi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) Fasilitas (X_2) Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.464	.435	5.266

Untuk melihat besar pengaruh antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa dapat dilihat pada tabel 4.60 kolom R square (r^2) sebesar 0,464 dimana :

$$\begin{aligned} \text{Koefisien Penentu} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,464 \times 100\% \\ &= 46,4\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan hasil determinasi yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,464 atau 46,4% dan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Semua instrumen dalam variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kepuasan Mahasiswa (Y) mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan mahasiswa valid dan reliabel.
2. Berdasarkan hasil analisis, nilai *Cronbach's Alpha* diatas variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,961, fasilitas (X_2) sebesar 0,935 dan

kepuasan mahasiswa (Y) sebesar 0,916. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6

3. Berdasarkan hasil uji parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa terdapat nilai korealsi (r) sebesar 0,561, menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X_1) dengan kepuasan mahasiswa (Y) memiliki hubungan yang moderat atau sedang Sedangkan pengaruh antara variabel promosi terhadap kepuasan mahasiswa memiliki nilai sebesar 0,314 atau 31,4% dan sisanya sebesar 68,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan hasil uji partial antara fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa terdapat nilai korealsi (r) sebesar 0,666 menunjukkan bahwa hubungan antara fasilitas (X_2) dengan kepuasan mahasiswa (Y) memiliki hubungan yang sedang. Sedangkan pengaruh antara variabel fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa memiliki nilai sebesar 0,444 atau 44,4% dan sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Kampus Bisnis Umar Usman.
6. Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) memiliki nilai sebesar 0,464 atau 46,4% dan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa dikategorikan sedang karena berada diantara interval koefisien 0,599 – 0,60.

SARAN-SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, dapat disampaikan beberapa saran sebagai masukan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kampus Bisnis Umar Usman, sebaiknya dipertahankan dan di tingkatkan lagi agar mahasiswa nyaman pada saat kuliah atau

2. Kampus Bisnis Umar Usman, menyediakan fasilitas kantin dan coffe shop sehingga kebutuhan mahasiswa terpenuhi dan tdk perlu keluar kampus untuk membeli makanan dan minuman.
3. Kampus Bisnis Umar Usman, menyediakan perpustakaan atau e_library
4. agar mahasiswa merasa nyaman dalam belajar
5. Kampus Bisnis Umar Usman, memfasilitasi mahasiswa dengan wifi unlimited, untuk kelancaran belajar pada saat di kampus.
6. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya atau untuk penelitian yang menggunakan salah satu variabel dalam penelitian ini ataupun variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

J Supranto, 2021 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan cetak pertama ISBN 979-518-725-2- Penerbit PT RINEKA CIPTA, Jakarta Anggota IKAPI 06/UN11.LP3M/BA/SP2H/PNBP/2018.

Sampara Lukman, Cetakan 2018 manajemen kualitas pelayanan cetakan ketiga, ISBN 979-9031-08-7 STIA -LAN press, 2018

Hardani ,S.Pd M.Si. Metode Penelitian Kuantitatif, dan Kualitatip, diterbitkan oleh Cv Pustaka Ilmu (cetakan 2020) ISBN: 978-623-7066-33-0

Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di Indonesia pada bulan Agustus tahun 2021 <https://data.tempo.co/data/1261/bps-tingkat-pengangguran-terbuka-pada-agustus-2021-turun-058-persen-dibanding-agustus-2021>

Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran,(Yogyakarta : Andi 2018) hlm, 222, Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad artikel <http://repository.radenfatah.ac.id/>

Muchlisin Riadi November 29, 2020 Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik PengambilanRumus) <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>.

Henny Armaniah, Amas Sari Marthanti, Faif Yusuf, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 2 Tahun 2019 Jurnal-Pertama.pdf (bsi.ac.id)