

**STUDI IDENTIFIKASI KEPUASAN MAHASISWA PADA  
PELAYANAN ADMINISTRASI DI FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi  
Universitas Medan Area**

**Oleh :**

**PRITA ASTUTI SURYANINGTYAS  
13.860.0258**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2016**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/6/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
  2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
  3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
- Access From (repository.uma.ac.id)10/6/24

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa Melimpahkan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan proposal penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang “STUDI IDENTIFIKASI KEPUASAN MAHASISWA PADA PELAYANAN ADMINISTRASI DI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA”.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yayasan Haji Agus Salim Universitas Medan Area.
2. Prof. Dr. H. Ali Yakub Matondang, M.A selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Prof. Dr. H.Abdul Munir, M. Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dan selaku ketua siding meja hijau yang telah memberikan arahan, motivasi serta dukungan kepada peneliti.
4. Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi, M.Psi, selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Ibu Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada peneliti.
6. Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi, M.Psi, selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, referensi, meluangkan waktu lebih untuk membimbing serta memberikan pengarahan dengan sangat sabar kepada peneliti.
7. Ibu Laili Alfita S.psi. MM. M.Psi selaku sekretaris yang telah memeberikan saran kepada peneliti.

8. Para dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada peneliti, juga para staf tata usaha Program Studi Psikologi Universitas Medan Area yang turut memperlancar proses penyelesaian kuliah dan skripsi peneliti.
9. Teristimewa Terima kasih kepada Orang Tua peneliti, ayahanda Prof. H. Aldwin Surya, S.E, M.Pd dan Ibunda Dewi rachmayani Nasution, S.Pd terutama ibunda, yang tiada henti berdoa dan berusaha memberikan seluruh kebahagiaan untuk peneliti, ibu yang selalu memotivasi dan setia menemani peneliti melakukan penelitian.
10. Abangda Reza Septian Alifh S.Sos yang selalu membantu dan memberikan ilmu.
11. Adik tersayang Putri Alyaa Safira telah banyak membantu peneliti menyelesaikan skripsi..
12. Teman-teman gang Nongkrong Tengku Reyvi, S.E , Alvi Yunita Dewi, S.IKOM , Yana Tamita Putri Muthia, S.Psi, Haikal Munawar, S.ked , Ayu Puspita, S.Psi.
13. Seluruh teman-teman Fakultas Psikologi Universitas Medan Area stambuk 2011, 2012 dan 2013 REG B.
14. Lisa Chairani, S.Psi teman seperjuangan terima kasih untuk seluruh motivasinya.
15. Adik-adik Stambuk 2013 dan 2014 atas partisipasi dan bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner peneliti.

16. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Medan, Juli 2016

Peneliti





# STUDI IDENTIFIKASI KEPUASAN MAHASISWA PADA PELAYANAN ADMINISTRASI DI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Prita Astuti Suryaningtyas

138600258

## ABSTRAK

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Dimana yang menjadi subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area berjumlah 665 subjek dengan menggunakan alat ukur Skala Guttman. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk mengetahui presentase beberapa faktor kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis data diketahui bahwa semua faktor berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan melihat hasil penelitian yang dilakukan kepada 665 subjek mahasiswa, dari beberapa faktor yang berperan dalam kepuasan konsumen diketahui bahwa faktor Kualitas Produk menempati urutan pertama sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil ini diketahui dengan melihat frekuensi sebanyak 32 subjek (49.2%) yang memiliki skor tertinggi. Di urutan kedua, faktor harga diketahui 19 subjek (29.2%). Di urutan ketiga, faktor *Service Quality* diketahui 15 subjek (23.1%). Di urutan keempat, faktor *Emotional Factor* diketahui 12 subjek (18.5%) memiliki skor rendah. Di urutan kelima, faktor kemudahan diketahui 26 subjek (40.0%). Di faktor keenam, diketahui 17 subjek (26.2%). Dapat disimpulkan dari kelima faktor tersebut mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area memiliki kepuasan konsumen pada faktor kualitas produk.

**Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Studi Identifikasi, Mahasiswa**

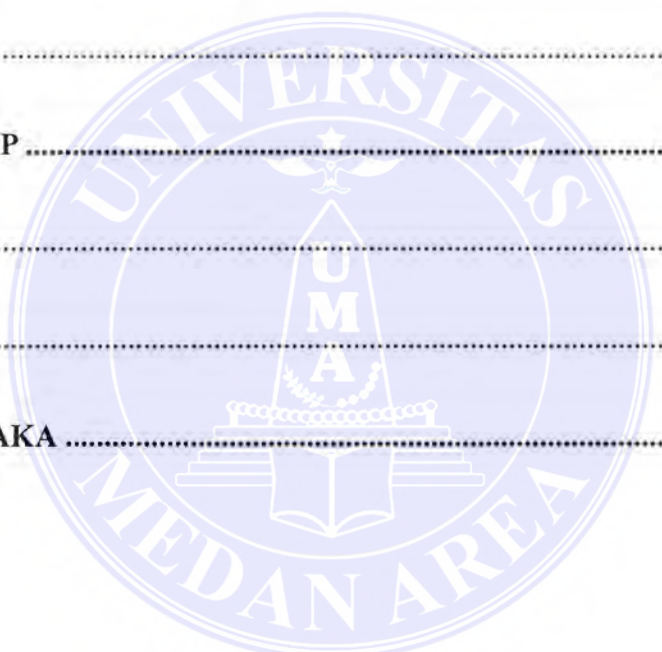
## DAFTAR ISI

<b>HAL JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR. ....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>A. Perguruan Tinggi.....</b>	<b>10</b>
1. Defenisi Perguruan Tinggi.....	10
2. Fungsi Perguruan Tinggi .....	11
<b>B.Mahasiswa .....</b>	<b>11</b>
1.Defenisi Mahasiswa.....	11
2.Peran Mahasiswa .....	14
<b>C.Pelayanan Administrasi .....</b>	<b>16</b>
1.Defenisi Pelayanan .....	16

2.Ciri-ciri Pelayanan yang Baik.....	18
3.Defenisi Administrasi .....	19
4.Sistem Pelayanan Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area .....	20
<b>D.Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>22</b>
1. Defenisi Kepuasan Konsumen.....	22
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	27
3. Ciri-ciri Kepuasan Konsumen .....	30
4. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen.....	30
5. Jenis-jenis Kepuasan Konsumen .....	31
E. Kerangka Konseptual .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Identifikasi Variabel-variable Penelitian.....	33
B. Defenisi Operasional .....	33
C. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi .....	34
2. Sampel .....	34
D. Teknik Pengambilan Data.....	35
E. Validitas dan Realibilitas.....	37
1. Validitas.....	37
2. Realibilitas .....	39
F. Metode Analisis Data .....	39
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....</b>	<b>40</b>
<b>A. Orientasi Kancah dan Persiapan Penelitian .....</b>	<b>40</b>
1. Sejarah Singkat Universitas Medan Area.....	40
2. Azas dan Tujuan .....	43
3. Visi dan Misi .....	44



4. Fasilitas .....	45
<b>B. Persiapan Penelitian .....</b>	<b>45</b>
1. Persiapan Administrasi .....	45
2. Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	46
C. Pelaksanaan Penelitian.....	48
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	49
E. Pembahasan.....	62
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Simpulan .....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi dituntut untuk lebih tanggap dalam setiap hal. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Menurut Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun. Usia tersebut menurut Hurlock (1984) berkisar antara, 17/18 tahun sampai 21/22 tahun. Oleh Havighurst (1961) perkembangan sebagai tugas yang harus dipelajari, dijalani dan dikuasai oleh setiap individu dalam perjalanan hidupnya, atau dengan perkataan lain perjalanan hidup manusia ditandai dengan berbagai tugas perkembangan yang harus ditempuh. Tugas perkembangan oleh Havighurst dikaitkan dengan fungsi belajar, karena pada hakikatnya perkembangan manusia dipandang sebagai upaya mempelajari norma kehidupan dan budaya masyarakat agar mereka mampu melakukan penyesuaian diri baik di dalam kehidupan nyata.

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012). Kegiatan belajar mengajar di perguruan tinggi tidak terlepas dari pendidik yaitu dosen, dimana dosen berperan penting dalam mendidik mahasiswa. Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan



kehidupan berbangsa dan bernegara. Pembangunan pendidikan merupakan salah satu prioritas utama dalam agenda pembangunan nasional dan berperan secara signifikan dalam mencapai kemajuan di bidang sosial, ekonomi, politik dan budaya. Menurut Alma (2003) pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, semakin tinggi tingkat pendidikan suatu bangsa maka makin tinggi pula kemakmurannya. Pendidikan juga merupakan salah satu faktor yang sangat fundamental dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan, dan sekaligus sebagai faktor penentu bagi perkembangan sosial dan ekonomi kearah kondisi yang lebih baik.

Mahasiswa berkaitan dengan seluruh pegawai universitas baik itu di Bidang Akademik Kemahasiswaan (BAK) untuk membantu mahasiswa mengurus beasiswa, surat ijin, surat keterangan aktif kuliah, surat keterangan cuti dan sebagainya, Bagian Keuangan (BK) untuk melayani mahasiswa dalam pembayaran uang kuliah, uang praktikum, uang seminar dan skripsi serta pembayaran lainnya yang menyangkut mahasiswa, Bagian Perpustakaan melayani mahasiswa dalam pencarian buku, contoh skripsi, dan kartu bebas kepastakaan, sedangkan bagian administrasi tempat pelayanan pendaftaran ulang mahasiswa lama melayani mahasiswa dalam pendaftaran ulang untuk kembali aktif kuliah, dan Bagian administrasi fakultas juga berperan penting untuk membantu mahasiswa mendapatkan informasi, membantu mengurus kenaikan berkas seminar dan skripsi dan pengambilan KRS.

Dalam penelitian ini lebih ditekankan pada sub bagian (subag) administrasi. Adapun Dalam Sub bagian (Subag) ini membidangi kegiatan-kegiatan

perkuliahan seperti halnya jadwal perkuliahan, nilai, dan kegiatan-kegiatan kemahasiswaan yang berkaitan dengan akademik mahasiswa sampai tingkat wisudawan.

Peran seluruh pegawai administrasi tentu saja didukung oleh peran mahasiswa, dimana tugas-tugas mahasiswa harus memiliki peran moral. Dunia kampus merupakan dunia dimana setiap mahasiswa dengan bebas memilih kehidupan yang mereka mau. Disinilah dituntut suatu tanggung jawab moral terhadap diri masing-masing sebagai individu untuk dapat menjalankan kehidupan yang bertanggung jawab dan sesuai dengan moral yang hidup dalam masyarakat. Selain tanggung jawab individu, mahasiswa juga memiliki peranan sosial, yaitu bahwa keberadaan dan segala perbuatannya tidak hanya bermanfaat untuk dirinya sendiri tetapi juga harus membawa manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Peran seluruh pegawai administrasi yang didukung oleh peran mahasiswa sebagai konsumen tentu saja ada hasil dari pelayanan yang di dapatkan oleh mahasiswa universitas. Universitas sebagai penyedia jasa pendidikan tidak terlepas dalam menjaga kualitas jasa yang diberikan kepada mahasiswa sebagai konsumen. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen penting karena penilaian konsumen terhadap pembelian jasa merupakan konstruk yang menentukan kemungkinan adanya pembelian ulang dari konsumen dan akhirnya akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan.

Pelayanan Administrasi merupakan suatu kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada suatu organisasi melalui aktifitas orang lain sesuai dengan aturan pokok atau tata

cara yang telah ditetapkan. Dimana penyelenggaraan Pelayanan Administrasi dalam sebuah Universitas merupakan suatu tujuan untuk melayani, membina dan memberikan kemudahan pelayanan kepada pengguna.

Keberhasilan suatu Universitas sebagai unit kerja sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan, dimana pegawai tata usaha selaku petugas pelayanan harus mampu merespon kebutuhan dan keinginan pengguna dengan menyediakan sistem pelayanan dan strategi yang tepat.

Seringkali kualitas pelayanan administrasi tidak memenuhi harapan pengguna layanan karena penyedia layanan tidak pernah menanyakan keinginan, kebutuhan, maupun keluhan para pengguna layanan. Oleh, karena itu perlu adanya pembenahan dan peningkatan Kualitas Pelayanan Administrasi yang baik. Sehingga akan menghasilkan suatu kepuasan tersendiri bagi pengguna jasa layanan.

Untuk meningkatkan mutu dan kepuasan mahasiswa, Universitas harus sungguh-sungguh memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pada mahasiswa dan memperbaiki kekurangan yang ada. Salah satu perbaikan tersebut mungkin dengan menjalankan program pelayanan administrasi yang mampu memenuhi tuntutan dan kepuasan para mahasiswa. Kepuasan pelanggan memegang peran yang penting dan kritis bagi kelangsungan dan perkembangan kehidupan suatu perusahaan. Dengan mendengarkan konsumen (dan kemudian merespon keinginan/permintaan) maka akan memberikan hasil yang lebih memuaskan dan membuat konsumen menjadi loyal ( A. E. Ellinger 1999).



Mahasiswa merupakan pelanggan atau konsumen bagi institusi pendidikan tinggi. Institusi sudah seharusnya dapat menjamin kepuasan mahasiswa, tidak hanya dalam proses belajar mengajar, tetapi mencakup pula dalam pelayanan administrasinya khususnya pelayanan administrasi. Ini merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kelancaran studi mereka selama di perguruan tinggi.

Era globalisasi saat ini, kualitas layanan dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang menentukan pemilihan sesuatu yang dapat memuaskan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa akan tercapai apabila kualitas jasa yang diberikan sesuai kebutuhannya. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan mahasiswa.

Kepuasan mahasiswa sendiri dapat didefinisikan sebagai berikut “kepuasan mahasiswa merupakan perasaan mahasiswa setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya” riset mahasiswa untuk mengungkapkan reaksi mahasiswa terhadap layanan yang diberikan perguruan tinggi dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan layanan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perguruan tinggi yang berorientasi pada mahasiswa.

Tuntutan mahasiswa untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas, prosedur yang jelas dilaksanakan dengan segera dan sesuai dengan biaya yang ditentukan pihak Universitas. Memberikan pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, dengan biaya administrasi Universitas yang tidak murah, mahasiswa berharap mendapatkan pelayanan yang seimbang. Kehidupan mahasiswa yang semakin kompleks menuntut adanya suatu pelayanan yang

semakin berkualitas pula, yang mana pegawai administrasi sebagai penyedia layanan harus intensif dalam memperhatikan pelayanan tersebut karena diberbagai kesempatan, pihak fakultas senantiasa menjanjikan pelayanan memuaskan kepada mahasiswa, namun dalam kenyataannya belum dilaksanakan secara optimal walaupun biaya uang kuliah di Perguruan Tinggi semakin meningkat.

Mahasiswa sering mengeluhkan tugas pegawai administrasi yang sering terbengkalai di luar jam istirahat. Selain itu, sikap para pegawai administrasi yang kurang senyum, sapa, santun atau biasa disingkat dengan 3S sangat jarang terlihat dilakukan oleh pegawai administrasi, pelayanan yang lamban dalam mengurus surat cuti ataupun surat aktif kuliah serta lambat dalam memberikan informasi yang tepat kepada mahasiswa, seperti pernyataan beberapa mahasiswa yang diwawancarai peneliti pada tanggal 27 Oktober 2015;

“kalo di admin kurang memuaskan dek. Karna nggak ada 3S senyum,sapa,santun haha. Padahal kan bayar uang kuliah mahal mereka pun makan gaji dari mahasiswa tapi sepele melayani mahasiswa. Kadang kalau salah ngomong atau lupa NPM dimarahi sama admin yang cewek”.

Penuturan mahasiswa lainnya tentang pelayanan bidang akademik kemahasiswaan (BAK) di Fakultas Psikologi (komunikasi interpersonal 29 Januari 2016):

“saya kurang puas dengan kecepatan pelayanannya dan informasi dari admin. Suka nggak jelas kalau ditanya masalah nilai. Apalagi kalau nilai SP nanti ada yang bilang udah keluar ada yang bilang belum, pas ditanya nilainya malah dibilang belum keluar jadi nya kan bingung mana yang bener”



Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Studi Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

## **B. Identifikasi Masalah**

Universitas Medan Area Fakultas Psikologi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang cukup di kenal di Medan yang memiliki komitmen untuk mencetak mahasiswa yang berkualitas dan dapat berkembang di dalam masyarakat. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Berbagai faktor yang menentukan atau yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain kualitas produk, harga, *Service Quality*, *Emotional Factor*, dan biaya. Permasalahan yang terlihat di lapangan dan ingin diteliti adalah adanya ketidakpuasan mahasiswa terhadap pelayanan administrasi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

## **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini lebih menekankan pada masalah kepuasan mahasiswa, dimana dari berbagai faktor penyebab muncul nya kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, kualitas produk, harga, *Service Quality*, *Emotional Factor*, dan biaya.. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Psikologi Angkatan 2013 dan 2014.

#### **D. Rumusan Masalah**

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan, yaitu: “Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada pelayanan administrasi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area?”

#### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini kiranya dapat bermanfaat, baik secara teoritis, maupun secara praktis, yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk mengaplikasikan berbagai teori yang telah di pelajari terutama dibidang Psikologi Industri dan Organisasi sehingga selain berguna dalam mengembangkan pemahaman, penalaran dan pengalaman peneliti, juga dapat menjadi dasar bahan kajian bagi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif pemikiran dan bisa memberikan manfaat bagi institusi terkait sebagai acuan dalam pelaksanaan pelayanan untuk mahasiswa dan sebagai bahan masukan bagi Universitas Medan

Area agar pemberian layanan untuk mahasiswa jauh lebih baik dan dapat dijalankan sesuai dengan program yang direncanakan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Perguruan Tinggi

##### 1. Defenisi Perguruan Tinggi

Menurut UU No.20 Tahun 2003 Pasal 19 Ayat 1: yang dimaksud perguruan tinggi adalah merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis dan doctor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi”.

Selain itu perguruan tinggi juga mempunyai pengertian pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi daripada pendidikan menengah di jalur pendidikan sekolah. Perguruan tinggi disini adalah tingkatan Universitas yang terdiri dari sejumlah fakultas yan menyelenggarakan pendidikan akademik dan/atau profesional dalam sejumlah disiplin ilmu tertentu (H. Basir Barthos,1992)

Perguruan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk mempersiapkan peserta didik untuk menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan professional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian (UU 2 tahun 1989, pasal 16 ayat (1)). Pendidikan tinggi adalah pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi daripada pendidikan jalur menengah di jalue pendidikan sekolah (PP 30 tahun 1990, pasal 1 ayat 1 ).



Dalam UU No.12 Tahun 2012 tentang pendidikan tinggi pada pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doctor, dan program profesi, serta program spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

## **2 Fungsi Perguruan Tinggi**

Perguruan tinggi memiliki beberapa fungsi, sebagaimana disebutkan dalam UU No.12 Tahun 2012 Pasal 4 bahwa perguruan tinggi memiliki tiga fungsi sebagai berikut:

1. Mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa.
2. Mengembangkan Sivitas Akademika yang inovatif, responsive, kreatif, terampil, berdaya saing, dan kooperatif melalui pelaksanaan Tridharma.
3. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan memperhatikan dan menerapkan nilai Humaniora.

## **B. Mahasiswa**

### **1. Definisi Mahasiswa**

Pengertian Definisi Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No.30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selanjutnya menurut Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun. Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat



yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat.

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri. Menyanggah gelar mahasiswa merupakan suatu kebanggaan sekaligus tantangan. Betapa tidak, ekspektasi dan tanggung jawab yang diemban oleh mahasiswa begitu besar. Pengertian mahasiswa tidak bisa diartikan kata per kata, Mahasiswa adalah Seorang agen pembawa perubahan. Menjadi seorang yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh suatu masyarakat bangsa di berbagai belahan dunia.

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012).

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi (Kamus Bahasa Indonesia Online, [kbbi.web.id](http://kbbi.web.id)) Menurut Siswoyo (2007) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai

individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012). Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun.

Menurut Knopfemacher (dalam Suwono, 1978) adalah merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual. Menurut Susantoro dalam Ramadha (1990) mahasiswa merupakan kalangan muda yang berumur antara 19 sampai 28 tahun yang memang dalam usia tersebut mengalami suatu peralihan dari tahap remaja ke tahap dewasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi (Poerwadarminta, 2005). Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi (Dwi Siswoyo, 2007). Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi, mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Sedangkan dalam penelitian ini, subyek yang digunakan ialah dua mahasiswa yang berusia 23 tahun dan masih tercatat sebagai mahasiswa aktif.

## 2. Peran Mahasiswa

Selain itu secara garis besar, setidaknya ada 3 peran dan fungsi yang sangat penting bagi mahasiswa, yaitu:

Menurut Sora (2010), mahasiswa memiliki beberapa peran dan fungsi yaitu:

- a. *Iron Stock*, yaitu mahasiswa harus bisa menjadi pengganti orang-orang yang memimpin di pemerintahan nantinya, yang berarti mahasiswa akan menjadi generasi penerus untuk memimpin bangsa ini nantinya.
- b. *Agent of Change*, yaitu mahasiswa dituntut untuk menjadi agen perubahan.

Disini maksudnya, jika ada sesuatu yang salah terjadi di lingkungan,



mahasiswa dituntut untuk merubahnya sesuai dengan harapan yang sesungguhnya.

- c. *Social Control*, yaitu mahasiswa harus mampu mengontrol kondisi sosial yang ada di lingkungan sekitar (lingkungan masyarakat) . Jadi selain pintar dibidang akademis, mahasiswa harus pintar juga dalam bersosialisasi dengan lingkungan.
- d. *Moral Force*, yaitu mahasiswa diwajibkan untuk menjaga moral-moral yang sudah ada. Jika di lingkungan sekitarnya terjadi hal-hal yang tidak bermoral, maka mahasiswa dituntut untuk merubah serta meluruskan kembali sesuai dengan apa yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa peran dan fungsi mahasiswa adalah *Iron Stock, Agent of Change, Social Control, Moral Force*.

**Pertama, peranan moral**, dunia kampus merupakan dunia di mana setiap mahasiswa dengan bebas memilih kehidupan yang mereka mau. Disinilah dituntut suatu tanggung jawab moral terhadap diri masing-masing sebagai individu untuk dapat menjalankan kehidupan yang bertanggung jawab dan sesuai dengan moral yang hidup dalam masyarakat.

**Kedua, adalah peranan sosial.** Selain tanggung jawab individu, mahasiswa juga memiliki peranan sosial, yaitu bahwa keberadaan dan segala perbuatannya tidak hanya bermanfaat untuk dirinya sendiri tetapi juga harus membawa manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

**Ketiga, adalah peranan intelektual.** Mahasiswa sebagai orang yang disebut-sebut sebagai insan intelek haruslah dapat mewujudkan status tersebut dalam

ranah kehidupan nyata. Dalam arti menyadari betul bahwa fungsi dasar mahasiswa adalah bergelut dengan ilmu pengetahuan dan memberikan perubahan yang lebih baik dengan intelektualitas yang ia miliki selama menjalani pendidikan.

Dari pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual. Dan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi terhadap kelompok dan lingkungan sekitarnya namun tidak semua mahasiswa mampu melakukannya di karenakan mereka memiliki potensi atau kemampuan masing – masing.

Tujuan mahasiswa adalah untuk mencapai dan meraih taraf keilmuan yang matang, artinya ingin menjadi sarjana yang menguasai suatu ilmu serta memahami wawasan ilmu yang luas, sehingga mampu bersikap dan bertindak ilmiah dalam segala hal yang berkaitan dengan keilmuannya untuk diabdikan kepada masyarakatnya dan umat manusia.

## **C. Pelayanan Administrasi**

### **1. Defenisi Pelayanan**

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan pelayanan menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli.



Menurut Kotler (1994) pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain.

Di dalam pekerjaan teknis Administrasi, layanan merupakan bagian dari aktifitas yang berupa mekanis. Layanan pada dasarnya adalah orang yang memberikan atau mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain baik berupa barang atau jasa kepada pengguna jasa yang membutuhkan suatu informasi. Menurut yang dikemukakan oleh Gronroos (dalam bukunya Ratminto dan Atik Septi Winarsih 2005 tentang manajemen pelayanan) mendefinisikan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan Pegawai atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Suparlan (2000) pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Moenir (2005) menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Dapat ditarik sebuah kesimpulan dari defenisi diatas bahwa pelayanan merupakan segala usaha atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

## 2. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Menurut Laksana (2008) ciri-ciri pelayanan yang baik adalah

### 1. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

untuk melayani mahasiswa salah satu hal yan paling penting adalah sarana dan prasarana yang dimiliki instansi seperti meja dan kursi harus nyaman untk diduduki.

### 2. Tersedianya para staf dan pengajar yang baik

Kenyamanan mahasiswa juga sangat tergantung dari petugas dan staf yang melayaninya. Petugas staf pengajar harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping ini, petugas staf pengajar juga harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan dan pintar. Demikian juga cara kerjanya juga harus cepat dan cekatan.

### 3. Bertanggung jawab kepada setiap mahasiswa sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, petugas harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

### 4. Mampu melayani secara tepat dan cepat

Dalam melayani mahasiswa petugas harus melakukannya sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan mahasiswa, antara lain:

a. Mampu Berkomunikasi

Petugas harus mampu berbicara kepada setiap mahasiswa dan dengan cepat memahami keinginan mahasiswa. Artinya, petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

b. Berusaha Memahami Kebutuhan Mahasiswa

Petugas harus cepat dan tanggap apa saja yang diinginkan mahasiswa.

### 3. Defenisi Administrasi

Kata administrasi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Administrare* yang artinya pengabdian atau pelayanan.

Kata administrasi menurut Daryanto (2011) berasal dari bahasa latin “ad” dan “ministro”. Ad mempunyai arti “kepada” dan “ministro” berate “melayani”. Secara bebas dapat diartikan bahwa administrasi merupakan pelayanan dan pengabdian terhadap subjek tertentu.

Ngalim Purwanto (2010) administrasi adalah suatu kegiatan atau usaha untuk membantu, melayani, mengarahkan, atau mengatur semua kegiatan di dalam mencapai suatu tujuan. Trisna (dalam Daryanto 2011) administrasi adalah keseluruhan proses penyelenggaraan dalam usaha kerja sama dua orang atau lebih secara rasional untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya secara efisien.

Syaiful Sagala (2009) adalah ragkaian kegiatan bersama sekelompok manusia secara sistematis untuk menjalankan roda suatu usaha atau misi organisasi agar dapat terlaksana, suatu usaha dengan tujuan tertentu yang telah



ditetapkan. Berdasarkan pengertian administrasi tersebut, maka dalam setiap kegiatan administrasi terdapat beberapa unsur yang selalu kait-mengait satusama lain. Unsur pokok di dalam administrasi yang dimaksud adalah:

1. Adanya sekelompok manusia yang tergabung dalam satu organisasi.
2. Proses yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Adanya sumber daya dan sumber dana.
4. Rangkaian kegiatan atau adanya proses.
5. Proses dilakukan secara efektif dan efisien.

Dengan mengemukakan unsur-unsur di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian administrasi adalah suatu proses kerja sama antara orang-orang dengan menggunakan sumber dana dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

### **3. Sistem Pelayanan Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area**

Dapat disimpulkan bahwa sistem pelayanan adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan guna untuk mendapatkan suatu kepuasan. Sistem pelayanan akademik pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area terdapat beberapa komponen pendukung yang saling berkaitan satu sama lain dan merupakan unsur yang mempelancar dari suatu keberhasilan kegiatan akademik, yaitu:

- a. Bagian Akademik



Pelayanan yang diberikan di bagian akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area meliputi:

### 1. Perkuliahan

Perkuliahan adalah kegiatan yang dapat merubah tutorial, seminar, praktikum, atau kerja lapangan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendapatkan *transfer of knowledge and science* (aplikasi praktek) di bidang Psikologi antara dosen sebagai fasilitator dan mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat mengerti, memahami, mampu mengekspresikan dalam perilaku (aspek efektif), dan memiliki keterampilan (aspek skill) di lapangan. Sedangkan ruang lingkupnya adalah proses ini berlaku mulai dari penetapan KRS mahasiswa sampai dengan proses persiapan ujian.

### 2. Ujian

Ujian adalah kegiatan evaluasi keberhasilan belajar. Proses belajar mengajar yang dilakukan dalam bentuk test tertulis dan test lisan. Ujian ini terdiri dari Ujian Tengan Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS). Mahasiswa dapat mengikuti ujian akhir semester jika telah mengikuti sekurang-kurangnya 80% dari perkuliahan untuk semester yang bersangkutan serta memenuhi ketentuan lainnya.

### 3. Kartu Hasil Studi (KHS) dan Transkrip

KHS merupakan dokumen akademik yang menginformasikan seluruh hasil kegiatan proses belajar mahasiswa pada semester tertentu yang mencakup jumlah atau mata kuliah yang diambil, jumlah sks, nilai

masing-masing mata kuliah, Indeks Prestasi Semester (IPS), Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) dan jumlah sks yang dapat diambil pada semester berikutnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mensosialisasikan hasil evaluasi akhir studi mahasiswa pada setiap semester dan akhir studi secara keseluruhan. Sedangkan ruang lingkupnya adalah proses ini berlaku mulai dari penyetoran nilai hasil ujian sampai dengan penyerahan Kartu Hasil Studi.

## D. Kepuasan Konsumen

### 1. Defenisi Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*Satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*Facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “Upaya Pemenuhan Sesuatu” atau “Membuat Sesuatu Memadai” (Tjiptono & Chandra, 2011).

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya) kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Untuk mengetahui masalah kepuasan konsumen terlebih dahulu harus didapati pengertian arti kepuasan itu sendiri. Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya. Emosi berarti menunjukkan

perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal. Kepuasan merupakan kebutuhan dasar yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang menyenangkan.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya (dalam Engel dkk, 1994). Konsumen yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi konsumen dalam waktu yang lama.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Sedangkan menurut Oliver (1992) sebagaimana dikutip Tjiptono & Chandra (2011) kepuasan adalah fenomena rangkuman atribut bersama-sama dengan emosi konsumsi lainnya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007).



Menurut Band (M.N Nasution, 1971) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Menurut Gibson, Ivancevich & Donnelly (Ratminto 1990) kepuasan artinya seberapa jauh organisasi dapat memenuhi kebutuhan anggotanya (pelanggan).

Lebih lanjut Menurut Philip Kotler (Syafrudin, 2001) kepuasan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau *outcome* produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang.

Sedangkan Menurut Oliver (M.N Nasution, 1997) menyatakan bahwa kepuasan adalah penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan, hasrat, dan tujuan pelanggan.

Menurut teori Supranto dalam Jurnal Susanti (2012) kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan menurut Jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

Secara defenitif dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen (Basu Swastha, 2000) adalah “suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber

yang mendinging terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya”.

Oliver (dalam Peter dan Olson, 1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengonsumsiannya. Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.

Day dalam Fandy Tjiptono (2005) menerjemahkan kepuasan bersamaan dengan kata ketidakpuasan yang memiliki makna bahwa respon pelanggan terhadap pembetulan (evaluasi) dan ketidakpuasan yang dirasa antara harapan dan kinerja aktualisasi dari produk setelah dipakai dan dirasakan oleh pelanggan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan (Perguruan Tinggi) di dalam usaha memenuhi harapan konsumen. Soelasih (2004) mengemukakan bahwa:

1. Nilai harapan = nilai persepsi konsumen puas
2. Nilai harapan  $<$  nilai persepsi maka konsumen tidak puas

Nilai harapan dibentuk melalui pengalaman masa lalu, komentar atau saran dari pengguna dan informasi dari pesaing. Adapun nilai persepsi adalah kemampuan perusahaan di dalam melayani konsumen.

Salah satu dari kepuasan konsumen adalah mahasiswa. Dimana mahasiswa merupakan pelanggan atau konsumen bagi institusi pendidikan tinggi. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di Universitas, Institut atau Akademi. Didalam perguruan tinggi mahasiswa layak untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas. Memberikan pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Kehidupan mahasiswa yang semakin kompleks menuntut adanya suatu pelayanan yang semakin berkualitas.

Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut menurut para ahli bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan/ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti sekurang-kurangnya sama dengan apa yang di harapkan. Seperti seorang konsumen mengharapkan administrasi melayani tepat waktu, akan tetapi kenyataannya terlambat, sehingga mengecewakan/menimbulkan rasa tidak puas.

## **2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Kepuasan seorang pelanggan atau pengguna jasa tidak akan didapatkan begitu saja dan dengan kadar yang tidak sama antara pengguna jasa pelayanan yang satu dengan yang lainnya, hal ini menunjukkan adanya berbagai faktor yang



mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan/pengguna jasa. Sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan yang didapat oleh para pelanggan jasa.

Menurut Moenir (dalam Yulairmi dan Putu R, 2007), agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu; (1) tingkah laku yang sopan, (2) cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, (3) waktu penyampaian yang tepat, dan (4) keramah-tamahan.

Richard Oliver (dalam Engel dkk, 1994) telah memelopori penelitian dengan model diskonfirmasi harapan. Konsumen melakukan pembelian dengan harapan produk sesuai apa yang diharapkannya. Para peneliti mengidentifikasi tiga jenis harapan:

- a. Kinerja yang wajar. Suatu penilaian normatif yang mencerminkan kinerja bahwa konsumen harus menerima sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkannya.
- b. Kinerja yang ideal. Tingkat kinerja ideal yang optimum atau diharapkan.
- c. Kinerja yang diharapkan. Bagaimana kemungkinan kinerja nantinya.

Ketiga faktor kepuasan konsumen tersebut digunakan untuk membandingkan apa yang diharapkan oleh konsumen. Kebanyakan peneliti memandang penilaian kepuasan konsumen ini sebagai penilaian subjektif mengenai perbedaan antara harapan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu untuk melihat bahwa konsumen juga memanfaatkan atau menikmati evaluasi kinerja atau pelayanan yang diberikan untuk konsumen.

diperhatikan (Lupiyoadi, 2001) antara lain:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001).
- b. Kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Parasuraman (1998) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan/jasa yang mereka terima/peroleh.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk tetapi *self-esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2002) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Masiyah Kholmi berpendapat bahwa biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat di sekarang atau di masa yang akan datang bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001) salah satunya adalah kualitas produk. Produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk.

Menurut Irawan (2004) faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya bagus
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapat *value for money* yang tinggi.
- c. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
- d. *Emotional factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.



### 3. Ciri-ciri Kepuasan Konsumen

Kotler, (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- a) Loyal terhadap produk → Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama
- b) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif → Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan
- c) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain → Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

### 4. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen

Menurut pendapat Lovelock yang dikutip Tjiptono dalam Hutasoit (2011), ada beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan, meliputi:

- a) Kinerja (*Performance*), Karakteristik pokok dari suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk.
- b) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), Dari fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, yaitu karakteristik skunder atau pelengkap.
- c) Keandalan (*Reability*), Kecilnya kemungkinan suatu barang atau jasa rusak atau gagal fungsi dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.

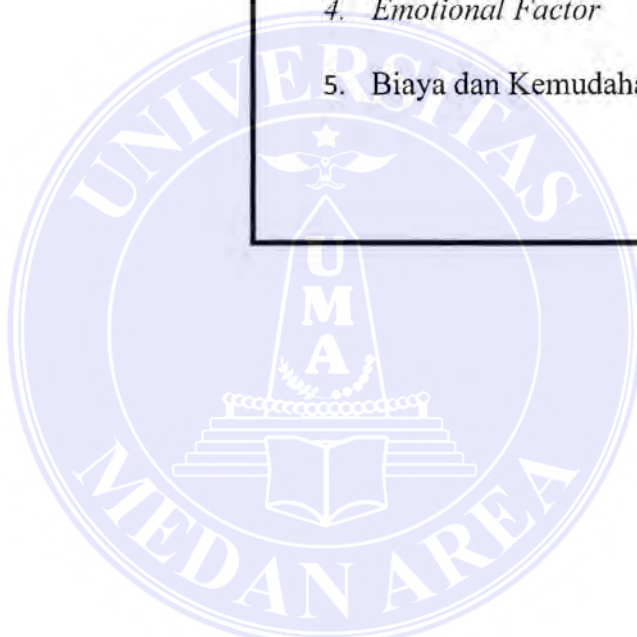
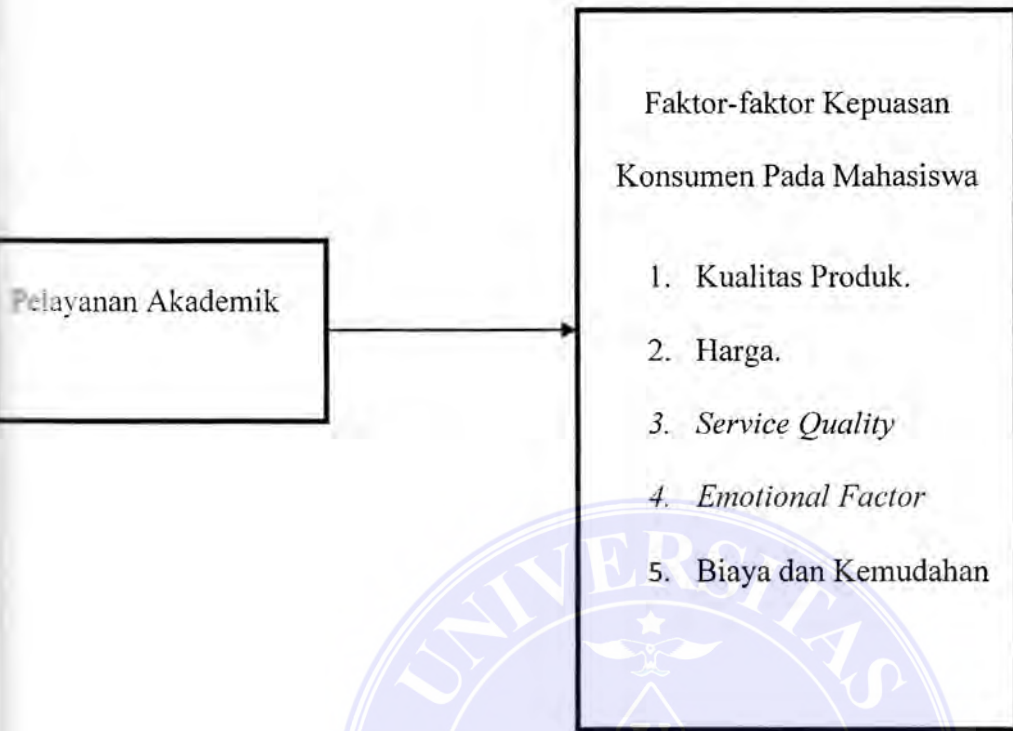
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformancespecification*), Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.
- e) Daya tahan (*durability*), Berkaitan dengan umur teknis dan umur produk.
- f) Mudah diperbaiki (*serviceability*), Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g) Estetika (*aesthetics*), Daya tarik produk menurut penginderaan konsumen, misalnya model desain dan warna.

## 5. Jenis-jenis Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen terbagi menjadi 2 yaitu:

- a. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk atau jasa.
- b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misalnya: perasaan bangga karena mendapatkan pelayanan yang sangat istimewa dari Universitas.

## E.Kerangka Konseptual





## METODE PENELITIAN

### A. Identifikasi variable-variabel Penelitian

Menurut Brotowidjoyo (dalam Widyasari, 2005) penelitian deskriptif bekerja hanya satu variabel dan bermaksud menemukan informasi tentang variabel yang bersangkutan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan tata usaha di Universitas Medan Area.

### B. Defenisi operasional

Defenisi operasional variabel penelitian bertujuan untuk mengarahkan variabel penelitian agar sesuai dengan metode pengukuran yang telah dipersiapkan. Batasan operasional dari variabel yang digunakan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan administrasi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan tata usaha di Universitas Medan Area adalah:

- a. Kualitas produk, konsumen puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya bagus.
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena konsumen akan mendapat *value for money* yang tinggi.

- c. **Service Quality**, yaitu kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
- d. *Emotional Factor*, yaitu konsumen akan merasa puas (bangga) karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- e. Biaya dan kemudahan, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek dimana akan dilakukan suatu penelitian (Saryono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Psikologi 2013 (285 mahasiswa) dan 2014 (380 mahasiswa) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu dimana pengukuran dilakukan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Proportional Random Sampling*. Sampel diambil dengan cara *Proportional Random Sampling* apabila dari kelompok yang tersedia diambil sampel yang sebanding dengan besarnya kelompok dan pengambilannya secara rambang, maka teknik tersebut disebut pengambilan sampel secara rambang

Prita Astuti Suryaningtyas - Studi Identifikasi Kepuasan Mahasiswa pada Pelayanan Administrasi proporsional (*Proportional Random Sampling*). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah

Angkatan	Jumlah	Sampel
2013	285	28
2014	380	37

#### D. Teknik Pengambilan Data

Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan suatu metode tertentu yang selanjutnya akan menghasilkan suatu hal yang dapat menggambarkan atau mengindikasikan sesuatu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan skala. Skala merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, skala dikirim kembali atau dikembalikan kepada petugas atau peneliti. Bentuk umum dari sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian skala, bagian identitas berisikan identitas responden seperti nama, alamat, umur, jenis kelamin, pekerjaan, status pribadi, dan sebagainya kemudian baru memasuki bagian isi angket (Burhan, 2005).

Skala sebagai alat pengumpulan data karena skala berisi sejumlah pernyataan yang mampu mengungkapkan unsur-unsur variable seperti harapan, sikap, perasaan dan minat. Menurut Arikunto (1999) skala menunjuk pada sebuah instrument pengumpul data yang bentuknya seperti daftar cocok tetapi alternative



Prita Astuti Suryaningtyas - Studi Identifikasi Kepuasan Mahasiswa pada Pelayanan Administrasi...  
yang disediakan merupakan sesuatu yang berjenjang. Skala yang digunakan untuk mengukur aspek-aspek kejiwaan yang lain.

Sebelum menyusun skala, terlebih dahulu dibuat konsep alat ukur yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi angket. Kisi-kisi angket dijabarkan kedalam variable dan indicator atau defenisi operasional, selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pernyataan sebagai instrument penelitian. Pernyataan yang diajukan harus sesuai dengan kisi-kisi yang telah disusun. Skala yang digunakan adalah skala *Guttman*.

Menurut Djaali (2008) skala *Guttman* yaitu skala pengukuran untuk memperoleh/ menginginkan tipe jawaban responden yang tegas, seperti jawaban: Benar-Salah, Ya-Tidak, Pernah-Tidak Pernah, Positive-Negative, Tinggi-Rendah, Baik-Buruk dan seterusnya. Pada skala *Guttman* hanya ada dua interval, yaitu setuju dan tidak setuju. Skala *Guttman* dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda maupun daftar checklist. Untuk jawaban Positif seperti “Benar”, “Ya”, “Tinggi”, “Baik”, dan semacamnya diberi skor 1, sedangkan untuk jawaban Negative seperti “Salah”, “Tidak”, “Rendah”, “Buruk” dan semacamnya diberi skor 0.

Menurut Sugiyono (2008) skala *Guttman* adalah skala yang digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas, tegas, dan konsistensi. Jenis skala ini hanya mengukur satu dimensi dari satu variable yang memiliki beberapa dimensi. Adapun penilaian skala *Guttman* dengan dua pilihan jawaban yaitu “Ya” dan “Tidak” dan

respondem diminta untuk memilih salah satu dari dua alternative jawaban tersebut. Penyusunan Item disusun dalam bentuk item *Favourable* dan *UnFavourable*. Penilaian terhadap jawaban bergerak dari nol dan satu. Butir-butir pertanyaan disajikan dalam bentuk pertanyaan yang bersifat *Favourable* dan *UnFavourable*. Pada pertanyaan yang bersifat *Favourable* nilai 1 akan diberikan apabila menjawab “Ya” dan nilai 0 diberikan untuk jawaban “Tidak”. Sebaliknya, untuk pertanyaan yang bersifat *UnFavourable* nilai 1 akan diberikan apabila subjek menjawab “Tidak” dan nilai 0 diberikan untuk jawaban “Ya”.

## **D. Validitas dan Realibilitas**

### **1. Validitas**

Menurut Arikunto (1999) validitas berasal dari kata “*Validity*” yang mempunyai sejauh mana ketepatan (mampu mengukur apa yang diukur) dan kecermatan suatu instrument pengukuran melakukan fungsi ukurnya, yaitu dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan sekecil-kecilnya antara subjek yang satu dengan subjek yang lain.

Menurut Azwar (1986) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Sebuah alat ukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud yang dikenakan alat ukur tersebut. Suatu alat pengukur untuk suatu sifat

Prita Astuti Suryaningtyas, Studi Identifikasi Kepuasan Mahasiswa pada Pelayanan Administrasi...  
misalnya, maka alat ukur itu dikatakan valid jika yang diukurnya adalah memang sifat X tersebut dan bukan sifat-sifat yang lain (Suryabrata, 2005).

Menguji validitas suatu alat ukur dapat mempergunakan kriteria dalam dan kriteria luar. Kriteria dalam adalah kriteria yang diambil dari alat ukur itu sendiri, sedangkan kriteria luar adalah kriteria yang diambil dari luar alat ukur itu.

Menurut Irawan (2004) faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya bagus
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapat *value for money* yang tinggi.
- c. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
- d. *Emotional factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Cara yang dipergunakan untuk mengukur validitas skala dalam penelitian ini adalah menggunakan kriteria pembandingan yang berasal dari dalam alat ukur itu sendiri.



## 2. Realibilitas

Realibilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran tersebut dapat diandalkan, artinya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Pengertian relatif menunjukkan adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil pengukuran (Azwar, 2000). Ada beberapa metode pengujian realibilitas diantaranya adalah metode *Alpha Cronbach's*. Rumus realibilitas dengan metode *Alpha Cronbach's* adalah:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r$  = koefisien realibilitas instrument (*cronbach alpha*)

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = total varians butir

$\sigma_t^2$  = total varians

## E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk melihat kontribusi masing-masing variabel utama dengan menggunakan analisis *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dan metode deskriptif untuk melihat kontribusi masing-masing indikator dalam variabel utama. *CFA (Confirmatory Factor Analysis)* adalah metode yang diasumsikan untuk menggambarkan, menjelaskan atau menghitung data secara empirik. Konstruksi dari model ini

berdasar pada informasi yang apriori mengenai sifat dari struktur data atau isi dari teori (Joreskog & Sorbon, 1989 dalam Crowley & Fan, 1997).

Kemudian metode analisis statistik, karena statistik dapat mengartikan suatu kesimpulan penelitian. Adapun pertimbangan-pertimbangan dengan menggunakan metode analisis statistik menurut Hadi (2004) adalah:

- a. Statistik bekerja dengan angka-angka.
- b. Statistik bekerja dengan objektif.
- c. Statistik bersifat universal dalam semua penelitian.

Tujuan CFA adalah untuk mengkonfirmasikan atau menguji model, yaitu model pengukuran yang perumusannya berasal dari teori. Sehingga CFA bisa dikatakan memiliki dua fokus kajian yaitu: (1) apakah indikator-indikator yang dikonsepsikan secara unidimensional, tepat dan konsisten; (2) indikator-indikator apa yang dominan membentuk konstruk yang diteliti (dalam <https://teorionline.wordpress.com/2011/12/20/confirmatory-factor-analysis-introduction/>)

Analisa deskriptif adalah bagian dari statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mengdeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyoni, 2014). Jadi penelitian ini tidak bermaksud membuktikan kebenaran sebuah hipotesa.

## PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan simpulan dan saran-saran sehubungan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Bagian pertama akan diuraikan simpulan dan bagian berikutnya akan dikemukakan saran-saran yang dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang terkait.

## A. Simpulan

1. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kelima faktor kepuasan konsumen dinyatakan sebagai faktor yang benar-benar mempengaruhi kepuasan konsumen yang ditunjukkan dari hasil penelitian yang keseluruhan diatas 50% dengan masing-masing faktor mempunyai bobot 41.73% untuk faktor kualitas produk, bobot sumbangan 39.69% untuk faktor *Service Quality*, bobot sumbangan 36.12% untuk faktor harga, bobot sumbangan 34.92% untuk faktor *Emotional Factor*, bobot sumbangan 33.17% untuk faktor kemudahan. Untuk bobot yang sumbangannya paling kecil 33.17% untuk faktor kemudahan.
2. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa kelima faktor kepuasan konsumen yang dinyatakan sebagai faktor yang benar-benar mempunyai nilai tertinggi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk dengan bobot sumbangan 41.73%.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dapat dinyatakan memiliki kualitas produk yang



baik. Gambaran secara umum diketahui bahwa masing-masing faktor memiliki kontribusi terhadap kualitas produk.

## B. Saran

Selain dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain:

### 1. Saran kepada Pegawai Tata Usaha Fakultas

Disarankan agar para pegawai dapat memberikan informasi yang lebih akurat tentang apa saja yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Para pegawai juga diharapkan mampu memberikan informasi yang jelas dan tidak asal-asalan. Khususnya kualitas produk dan *Service Quality* memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen.

### 2. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih sangat terbatas dari segi jumlah sampel, menurut peneliti alangkah baiknya apabila sampel diperbanyak, untuk mendapatkan hasil yang berbeda atau bahkan maksimal, dan disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas pengetahuan mengenai faktor-faktor kepuasan terutama pada mahasiswa Fakultas Universitas Medan Area, sehingga memperoleh tambahan faktor-faktor lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1999. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. ed. Rev. IV. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 1986. *Realibilitas dan validitas: Interpretasi dan komputasi*. Yogyakarta: Liberty
- Azwar, S. (2000). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Barthos, H. Basir. 1992, Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia, Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Prenada Media, Jakarta.
- Djaali, dan Pudji M. 2008. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Engel, James F, et.al, 1994, *Consumer Behavior*, Jilid 1, Alih Bahasa Budiyanto, Penerbit : Binarupa Aksara, Jakarta. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Gibson, Ivancevich & Donnelly. (1990). *Organisasi, manajemen, proses, struktur dan perilaku*. Jakarta, Erlangga.
- Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. (tidak diterbitkan).
- Havighurst, Robert J., 1961. *Human Development and Education*, New York: David Mckay Company.
- Hurlock, E.B. 1984. *Child Development*. 2 nd ed. Singapore: McGraw-Hill, Inc.
- Husain Umar. 2005. *Manajemen riset dan perilaku konsumen*. PT. Gramedia Pusat: Jakarta.
- Irawan, Handi, 2004, *Kepuasan Pelanggan*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.