

**ANALISIS HUBUNGAN BIAYA KUALITAS DOSEN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN ATAU MASYARAKAT DI PERGURUANTINGGI XYZ
DENGAN MENGGUNAKAN SPSS**

Harna Adianto, Aswar Hanif, Lilik Martanto, Endang Wahyudi
Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 20 November 2021, disetujui: 28 Desember 2021)

Abstract

To be able to improve the competitiveness of a university, one of the most important things is the university management system (PT), where the management must pay more attention to the quality and quality of the components that support teaching and learning activities. Lecturers who are teachers, students who are smart and who have quality and tools for teaching and learning activities are very important to pay attention to, so that these universities can compete in the current era of globalization. The components mentioned above contribute significantly to the smooth operation of a university (PT). Competition between colleges and universities, other colleges is getting tougher. Many universities have stopped/closed because they cannot compete with other universities. This is because the way of managing the university or foundation is not good so that it is drained by universities and other high schools. The problem of stopping the operation of a PT can be seen from the large number of students and students who apply to a college. The quality of Lecturer Performance on the output that produces quality students and students is the satisfaction of parents of students and students who have paid for their children to study at the PT. Lecturer Performance which is a direct indicator and Lecturer's Timeliness in completing Lecturer Workload (BKD) is another research variable studied. Then used Statistical Production and Service Solution (SPSS) to analyze the group of Lecturer Performance Loads. One of the dominant activities is controlling the quality of lecturers and inputting the workload of lecturers

Keywords: *Quality of Lecturers, Cost of Production Quality, Path number analysis, correlation, coefficient of determination.*

Abstrak

Untuk dapat meningkatkan daya saing suatu Perguruan Tinggi salah satu hal terpenting adalah sistem manajemen Perguruan Tinggi (PT) , dimana pihak manajemen harus lebih memperhatikan kualitas dan mutu komponen-komponen yang menunjang dalam kegiatan belajar mengajar. Dosen-dosen yang merupakan pengajar, Mahasiswa-mahasiswi yang cerdas dan yang mempunyai kualitas dan Alat-alat untuk kegiatan belajar mengajar sangat penting diperhatikan, sehingga PT tersebut dapat bersaing di era globalisasi sekarang ini. Komponen – komponen tersebut diatas memberikan andil yang cukup besar dalam kelancaran berjalannya operasi sebuah Perguruan Tinggi (PT). Kompetisi antara Perguruan Tinggi dengan Perguruan Tinggi, Sekolah

Tinggi yang lain semakin ketat. Banyak Perguruan Tinggi yang berhenti/tutup karena kalah bersaing dengan Perguruan Tinggi yang lain. Hal ini dikarenakan cara memanage dari pihak Perguruan tinggi atau yayasan kurang baik sehingga terguras oleh Perguruan-perguruan Tinggi dan juga Sekolah-sekolah tinggi yang lain. Permasalahan berhentinya operasi sebuah PT ini dapat terlihat dari banyaknya jumlah Mahasiswa dan mahasiswa yang mendaftar ke sebuah perguruan tinggi tersebut. Kualitas Kinerja Dosen terhadap keluaran yang menghasilkan mahasiswa dan mahasiswa yang berkualitas merupakan kepuasan orangtua mahasiswa dan mahasiswa yang telah membayai anak-anak nya kuliah di PT tersebut. Kinerja Dosen yang merupakan indikator langsung dan Ketepatan Waktu Dosen-dosen menyelesaikan Beban Kerja Dosen (BKD) merupakan variabel penelitian lainnya yang diteliti. Kemudian digunakan Statistical Production and Service Solution (SPSS) untuk menganalisa kelompok Beban kinerja Dosen. Salah satu Aktivitas yang dominan adalah pengendalian kualitas Dosen dan Penginputan Beban Kerja Dosen

Kata Kunci: Kualitas Dosen, Biaya Kualitas produksi, Path number analysis, correlation, koefesien determinasi.

I. PENDAHULUAN

Sebuah Perguruan Tinggi dapat berjalan dengan lancar harus didukung oleh suatu sistem manajemen perusahaan yang baik. Didalam dunia pendidikan biasanya terdapat beberapa kategori tingkatan dari D1,D2,D3,D4 yang merupakan tingkatan Diploma, ditambah tingkatan S1,S2,S3 yang merupakan program Sarjana.

Di dalam manajemen Perguruan tinggi merupakan salah satu faktor penting dalam sistem manajemen Perguruan Tinggi sehingga memerlukan perhatian yang serius untuk memberikan andil dalam kompetisi Perguruan tinggi di dalam era persaingan yang makin ketat sekarang ini, terlebih dengan meningkatnya intensitas persaingan dan semakin bervariasi keinginan calon mahasiswa terhadap

Jurusan-jurusan di dalam Perguruan Tinggi tersebut, seperti jurusan Teknik, Ekonomi, Komputer, Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, dan sebagainya.

Dosen yang berkualitas dan mempunyai kompetensi yang baik merupakan salah satu elemen yang dapat menunjang atas berjalan dan kelancaran sebuah Perguruan Tinggi dalam menciptakan mahasiswa-mahasiswa yang dapat bersaing di dunia kerja. Dengan terciptanya mahasiswa-mahasiswa yang dapat bersaing di dunia kerja maka akan memberikan pandangan yang baik dari masyarakat yang merupakan konsumen/pelanggan terhadap Perguruan Tinggi tersebut.

Menurut Tjiptono (2002:22) produk dapat pula diartikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil

produksinya. Oleh karena itu tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk akan sangat bergantung kepada kualitas produk itu sendiri. Sependapat dengan dikemukakan Tjipton, Suprapto (1997:2) menambahkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk. Tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Memang kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit untuk dicapai karena keanekaragaman keinginan pelanggan, hal ini memerlukan diadakannya pendekatan untuk mendapatkan solusi optimal. Dengan menjaga kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan kelangsungan hubungan dengan pelanggan lama dan terus membangun pelanggan baru. Dengan konsep kepuasan pelanggan, kita akan mempunyai pengaruh yang lebih besar dari bagian pasar. Disamping itu kepuasan pelanggan akan mendatangkan hubungan yang erat antara Perguruan Tinggi dengan masyarakat atau konsumennya. Kepuasan menurut Kotler (2004 : 42), adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya lebih rinci menurut Mowen dan Minor (2002 : 89) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap

yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah memperoleh dan menggunakan-nya. Ini merupakan penilaian evaluative pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pemilihan khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang dan jasa. Tjiptono (1997 : 36) menyatakan bahwa pendapat dua variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka konsumen akan puas, tetapi bila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Menurut Peter dan Olson (1999 : 402), kepuasan konsumen adalah sebuah konsep yang kritis pada pemasaran dan riset konsumen, pada umumnya berargumenasi bahwa apabila konsumen puas atas suatu produk, jasa atau merek, mereka akan lebih suka melanjutkan pembeliannya dan menceritakan kepada orang lain dari pengalaman mereka. Kesetiaan merek dipengaruhi secara langsung oleh kepuasan dan ketidakpuasan dengan produk yang telah diakumulasi dalam jangka waktu tertentu sebagaimana persepsi kualitas produk (Mowen dan Minor, 2002 : 108). Keberadaan konsumen yang setia pada produk sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup dan upaya mempertahankan ini sering menjadi strategi yang jauh

lebih efektif ketimbang upaya menarik pelanggan-pelanggan baru (Peter dan Olson, 1996 : 161). Para ahli pemasaran sepakat bahwa mempertahankan konsumen yang loyal lebih efisien daripada mencari pelanggan baru. Karena itulah, upaya menjaga loyalitas konsumen merupakan hal penting yang harus selalu dilakukan oleh produsen. Philip Kotler, tokoh pemasaran modern, mengatakan, rata-rata Perguruan Tinggi akan kehilangan setengah pelanggannya dalam waktu kurang dari 5 tahun. Adapun faktor-faktor permasalahan yang didapat baik internal maupun eksternal.

1. Permasalahan Internal

Permasalahan yang terjadi didalam Perguruan Tinggi itu sendiri. Dosen yang tidak menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Fasilitas yang tidak memadai dalam menunjang kegiatan belajar mengajar, dan lain sebagainya.

2. Permasalahan External :

a. Faktor Ekonomi

Tingkat kesejahteraan masyarakat yang masih belum memadai dapat dianggap sebagai ancaman bagi keberlanjutan program pendidikan

b. Faktor Kebijakan

Berbagai peraturan, kebijakan ataupun perundang-undangan yang diberlakukan pe-

merintah sering pula dapat menyulitkan dunia pendidikan. Misalnya terbukanya kesempatan bagi Perguruan Tinggi Asing untuk membuka kelas khusus di Indonesia.

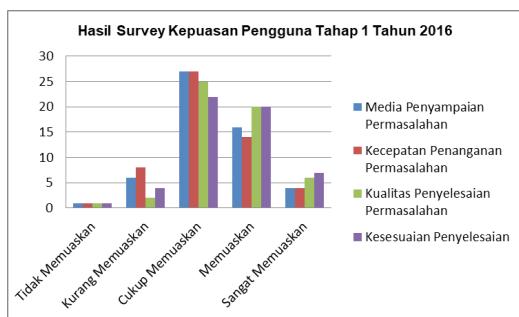
Permasalahan-permasalahan di atas sangat berpengaruh terhadap Keberlangsungan dan kelancaran sebuah Perguruan Tinggi.

Indikator kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atau masyarakat didapat dari hasil adanya perbedaan-perbedaan harapan yang terjadi dan dirasakan apakah sesuai atau tidak oleh masyarakat. Dari beragam definisi kepuasan merupakan tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi suatu jasa yang dirasakan di masa lalu.

Menciptakan kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi. Menurut Tse dan Wilton (1988) bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai respon konsumen atau masyarakat terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antar harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Selama dan setelah menggunakan produk atau jasa, pelanggan atau masyarakat mengembangkan perasaan puas atau tidak puas, dengan kata lain satisfaction adalah pilihan setelah evaluasi penilaian dari sebuah transaksi yang spesifik. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah :

1. Mendapatkan hasil mahasiswa dan mahasiswa dengan kualitas yang baik.
2. Mendapatkan biaya kuliah yang relative murah. Biaya adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah jasa atau jumlah nilai yang masyarakat atau konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 1995).

Tabel 1. Tabel Hasil Survey Kepuasan Pengguna Tahap 1 Tahun 2016



Sumber : Data Analisis Survey Kepuasan Pelanggan 2016

II. KAJIAN TEORI

Setiap Instansi Perguruan Tinggi dapat menghasilkan keluaran Mahasiswa, tetapi pelayanan serta kualitas hasil mahasiswanya untuk yang menilai dan merasakan adalah masyarakat. Oleh karena itu untuk mendapatkan hasil yang baik oleh Instansi Perguruan Tinggi perlu melakukan:

- a. Penetapan Standarisasi Nilai komulatif kelulusan.

Untuk mendapatkan kepuasan masyarakat dalam menghasilkan mahasiswa yang berkualitas dan dapat bersaing di dunia kerja maka perlu dibuatkan standar penilaian. Hal ini diperlukan agar hasil mahasiswa yang lulus dapat mempunyai kualitas yang konstan sesuai dengan permintaan di dunia kerja.

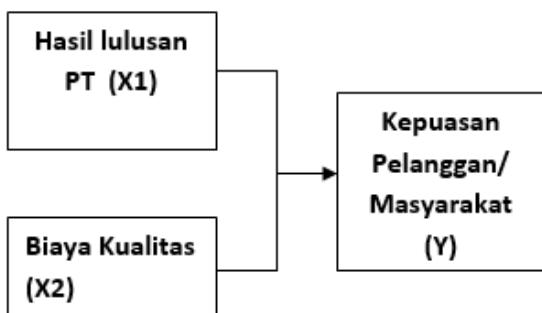
- b. Manajemen Kualitas
- c. Manajemen kualitas merupakan proses identifikasi dan administrasi terhadap barang aktifitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan kualitas dari

III. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Tempat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada Perguruan Tinggi XYZ di daerah Sukabumi.

Metode analisis jalur (path analysis) yaitu metode Analisis Jalur merupakan suatu metode untuk mengukur pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total setiap jalur yang terpisah, dan bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total dari variabel dependent terhadap independent didalam meningkatkan kepuasan.



Gambar 1. Konseptual Diagram Jalur (*Path Analysis*)

Biaya Kualitas

Konsep biaya kualitas mulai dikenal sejak tahun 1950-an. Sebelumnya seluruh biaya yang berhubungan dengan kualitas tersebut dalam berbagai bentuk biaya dalam sistem akuntansi perusahaan terutama tercakup dalam biaya overhead.

Pada permulaan dikenalnya konsep biaya kualitas, sebagian orang mengasosiasikan biaya kualitas pada biaya-biaya yang berhubungan dengan usaha-usaha peningkatan kualitas. Bagi kelompok yang lain, biaya kualitas diinterpretasikan sebagai biaya tambahan yang harus ditanggung oleh Instansi atau perusahaan karena kualitas produk yang rendah. Analisa biaya kualitas merupakan usaha-usaha yang memiliki berbagai tujuan yang saling berkaitan, seperti:

1. Mengkualifikasikan suatu program perbaikan kualitas dalam nilai uang untuk kepentingan manajemen puncak
2. Mengidentifikasi peluang-peluang utama untuk tujuan pengurangan biaya operasional
3. Mengidentifikasi peluang-peluang untuk mengurangi ketidakpuasan konsumen dan ancaman-ancaman serius lainnya terhadap daya jual hasil lulusan sebuah Perguruan Tinggi
4. Meningkatkan pengendalian biaya dari anggaran
5. Mendorong timbulnya motivasi perbaikan melalui publikasi biaya kualitas

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka yang berupa landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis nya ialah :

H0 : Variabel Hasil lulusan dan biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.

H1 : Variabel Hasil lulusan PT dan biaya kualitas berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Bebas/Independent Variabel ini merupakan variabel bebas atau mempenga-

- ruhi variabel lain didalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah jumlah Hasil lulusan PT sebagai variabel X1 dan biaya kualitas sebagai variabel X2.
2. Variabel Terikat/Dependent Variabel ini merupakan variabel terikat oleh variabel lain, dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 2. Definisi operasional variabel Hasil Proses Study (X1)

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian
Hasil Lulusan PT	Jumlah Mahasiswa yang lulus yang baik	Tepat waktu dalam menyelesaikan Study	Kuesioner
		Tidak ada keterlambatan dalam Study	
		Menyelesaikan study tepat waktu	

Tabel 3. Definisi operasional variabel Biaya kualitas lulusan Perguruan Tinggi (X2)

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian
Hasil Lulusan PT	Ukuran Relatif tingkatan yang dapat memberikan gambaran mengenai keunggulan lulusan PT yang mampu memenuhi keinginan konsumen	Perbandingan kualitas lulusan PT Ciri/Keistimewaan lulusan PT Kesesuaian dengan Standart kelulusan	Kuesioner

Tabel 4. Definisi operasional variabel kepuasan pelanggan (Y)

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian
Kepuasan pelanggan	Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan,keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi	Kepuasan terhadap kualitas produk	Kuesioner
		Kepuasan terhadap pendapat dan saran dalam menggunakan jasa	
		Menanggap i keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan	

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009).

Pada penelitian ini populasi yang diam-bil adalah hasil produksi pada sebuah perusahaan, Maka penelitian akan memfokuskan pada hasil produksi dari PT.XYZ.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian

ini sampel yang diambil adalah hasil kelulusan Mahasiswa/wi

Metode Pengolahan Data

Pengolahan data ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Jalur (Path Analysis), Analisis Regresi Berganda, Validitas dan Reliabilitas, Uji Hipotesis (Uji – T) dan Koefisien Determinasi.

a. Uji Validitas

Validitas artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Hasan, 2006). Uji Validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variabel yang diteliti. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi r hitung lebih besar dari pada r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Hasan (2006). Uji Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu apabila alat ukur digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap memberikan hasil yang sama. Jadi reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.

c. Uji – T

Uji - T merupakan suatu uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

d. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur persentase variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X). Untuk koefisien determinasi ini hanya mempunyai nilai 0 dan 1. Dimana jika nilai koefisinya mendekati 0 berarti hubungan antara variabelnya lemah sedangkan jika nilainya mendekati 1 berarti hubungan antar variabelnya kuat.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent (X) secara simultan terhadap variabel dependent (Y).

f. Analisis Jalur (Path Analysis)

Dalam memahami suatu masalah yang ada didalam perusahaan perlu dibuat alat untuk mempermudah melakukan analisa dan identifikasi suatu masalah, maka dari itu digunakan Model Path Analysis untuk menjelaskan pola hubungan antar variabel dengan tujuan mengetahui pengaruh langsung maupun

tidak langsung dan pengaruh total dari sepe-rangkat variabel independet terhadap variabel dependent.

IV. HASIL PENELITIAN

Analisa Peta Kendali

Penelitian dilaksanakan di Perguruan Tinggi di daerah Sukabumi, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Pelaksanaan penelitian selama empat bulan dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau menjelaskan keadaan ob- jek penelitian yang sebenarnya berdasarkan data dan fakta yang ada saat penelitian dilaku- kan dan memberikan interpretasi secara rasio- nal tentang tingkat pelayanan (kinerja) dosen dan tingkat kepuasan mahasiswa. Jenis data yang digunakan dalam analisis pengaruh pela- yanan terhadap kepuasan mahasiswa Unisma adalah data primer. Sumber data primer diperoleh penulis secara langsung dari mahasiswa (objek penelitian), yaitu berupa skor jawaban responden atas penyebaran kuesioner. Popula- si penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang terdiri dari 3 Program Studi: Prodi Sistem In- formasi Akuntansi 25 orang, Sistem Informasi 50 Orang, Ilmu Komputer 25 Orang, sehingga populasinya sebanyak 100 orang (data akhir tahun akademik 2020/2021. Sampel penelitian

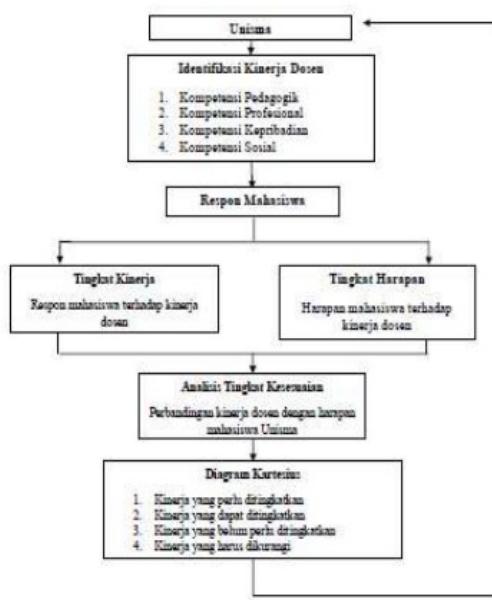
diambil dari populasi menggunakan rumus Slovin yang dikutip Umar (2005: 146), sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana : N = jumlah populasi n = sampel responden e = tingkat error, ditetapkan 10% (0,1). Jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{100}{1 + 100(0,1)^2} \\ &= 50 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, penulis mendapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden (mahasiswa) Perguruan Tinggi XYZ, Bekasi. Sampel diambil dari populasi menggunakan sampel nonprobabilitas dengan purposive sampling. Teknik pengumpulan da- ta primer menggunakan kuesioner, yaitu me- ngumpulkan data dengan cara mengajukan pernyataan kepada responden (mahasiswa). Kuesioner yang digunakan sifatnya tertutup, yaitu setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden sudah disediakan pilihan jawabannya.



Gambar 2. Alur Pikir Pelayanan (Kinerja)
Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa
 Berdasarkan definisi operasional bahwa

kepuasan mahasiswa dapat diidentifikasi berdasarkan tingkat kinerja dosen dan harapan mahasiswa adalah sebagai berikut :

a. Kompetensi Pedagogik

1. Kesiapan memberikan kuliah dan/atau praktik/praktikum
2. Keteraturan dan ketertiban penyelenggaraan perkuliahan
3. Kemampuan menghidupkan suasana kelas
4. Kejelasan penyampaian materi dan jawaban terhadap pertanyaan di kelas
5. Pemanfaatan media dan teknologi pembelajaran

6. Keanekaragaman cara pengukuran hasil belajar
7. Pemberian umpan balik terhadap tugas
8. Kesesuaian materi ujian dan/atau tugas dengan tujuan mata kuliah
9. Kesesuaian nilai yang diberikan dengan hasil belajar

b. Kompetensi Profesional

1. Kemampuan menjelaskan pokok bahasan / topik secara tepat
2. Kemampuan memberi contoh relevan dari konsep yang diajarkan
3. Kemampuan menjelaskan keterkaitan bidang / topik yang diajarkan dengan bidang / topik lain
4. Kemampuan menjelaskan keterkaitan bidang / topik yang diajarkan dengan konteks kehidupan
5. Penguasaan akan isu-isu mutakhir dalam bidang yang diajarkan

6. Penggunaan hasil-hasil penelitian untuk meningkatkan kualitas perkuliahan
7. Pelibatan mahasiswa dalam penelitian / kajian dan atau pengembangan / rekayasa / desain yang dilakukan dosen
8. Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi

c. Kompetensi Kepribadian

1. Kewibawaan sebagai pribadi dosen

2. Kearifan dalam mengambil keputusan
 3. Menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku
 4. Satunya kata dan tindakan
 5. Kemampuan mengendalikan diri dalam berbagai situasi dan kondisi
 6. Adil dalam memperlakukan mahasiswa
- d. Kompetensi Sosial
1. Kemampuan menyampaikan pendapat
 2. Kemampuan menerima kritik, saran, dan pendapat orang lain
 3. Mengenal dengan baik mahasiswa yang mengikuti kuliahnya
 4. Mudah bergaul di kalangan sejawat, karyawan, dan mahasiswa

5. Toleransi terhadap keberagaman mahasiswa Selanjutnya, dibuat suatu daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner. Pengukuran bobot jawaban kuesioner menggunakan skala Likert. Kinner yang dikutip Umar (2005: 137) menyatakan “Skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu.” Berdasarkan skala Likert tersebut, pilihan jawaban yang digunakan memiliki gradasi skor tertinggi lima dan skor terendah satu sebagai berikut:

Sangat baik/sangat puas: skor 5

Baik/puas: skor 4

Cukup baik/cukup puas: skor 3

Kurang baik/kurang puas: skor 2

Tidak baik/tidak puas: skor 1

Langkah pengolahan data yang dilakukan penulis sebagai berikut:

1. Membuat tabulasi data skor jawaban responden tentang tingkat kinerja dan tingkat harapan
2. Melakukan perhitungan skor maupun persentase jawaban responden dan memberi interpretasi secara rasional.

Tabel 5. Skor Persepsi Mahasiswa Terhadap Dosen

Skor Rata-Rata Persepsi Mahasiswa Terhadap Dosen
Periode Ganjil 2020-2021

Pernyataan mengenai Dosen	Sistem Informasi Akuntansi (D3)			Sistem Informasi (D3)			Smu Komputer (S1)			Sistem Informasi (S1)		
	Skor rata-rata	Grade	Keterangan	Skor rata-rata	Grade	Keterangan	Skor rata-rata	Grade	Keterangan	Skor rata-rata	Grade	Keterangan
F3 Kemampuan Mengajar Dosen												
Mengajar Materi yang diajarkan dengan jelas F3-1	3.99	B	Setuju	3.98	B	Setuju	4.14	B	Setuju	4.00	B	Setuju
Mengajar Materi dengan jelas F3-2	3.86	B	Setuju	4.00	B	Setuju	4.08	B	Setuju	4.14	B	Setuju
Materi yang diajarkan dengan jelas dengan kontras perkuliahan F3-3	3.99	B	Setuju	4.00	B	Setuju	4.17	B	Setuju	4.12	B	Setuju
Cara mengajar tidak membosankan F3-4	3.98	B	Setuju	3.99	B	Setuju	4.18	B	Setuju	4.09	B	Setuju
F4 Kemampuan Berkomunikasi Dosen dengan Mahasiswa												
Memberikan bantuan dengan mahasiswa F4-1	3.99	B	Setuju	3.94	B	Setuju	4.17	B	Setuju	4.13	B	Setuju
Memperbaiki tugas dengan mahasiswa F4-2	4.24	A	Sangat Setuju	4.06	B	Setuju	4.18	B	Setuju	4.21	A	Sangat Setuju
Memberikan informasi akademik dengan terjat F4-3	3.98	B	Setuju	3.98	B	Setuju	4.20	A	Setuju	4.15	B	Setuju
Terjaga selama mendengarkan pertemuan akademik Mahasiswa F4-4	3.98	B	Setuju	4.02	B	Setuju	4.15	B	Setuju	4.20	B	Setuju
F5 Perilaku dan Sikap Dosen												
Dipisahkan dalam waktu (memerlukan dan menggunakan) perkuliahan F5-1	3.97	B	Setuju	4.03	B	Setuju	4.08	B	Setuju	4.07	B	Setuju
Mengenakan pakaian dengan rapi F5-2	4.09	B	Setuju	4.01	B	Setuju	4.22	A	Setuju	4.13	B	Setuju
Menanggung jawab dengan baik F5-3	4.14	B	Setuju	4.05	B	Setuju	4.12	B	Setuju	4.09	B	Setuju
Menanggung jawab dengan baik kepada Mahasiswa F5-4	4.23	A	Sangat Setuju	4.01	B	Setuju	4.14	B	Setuju	4.14	B	Setuju

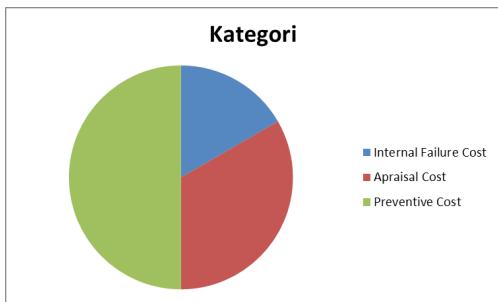
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 6. Tabel Biaya Kualitas

Kelompok Biaya	Internal Failure Cost	Appraisal Cost	Preventive Cost
Kategori	1	2	3
Jumlah Biaya (Rp)	50,000,000	22,500,000	3,500,000
% Biaya	65.79%	29.61%	4.61%

Sumber Data Diolah

Pada tabel 6. Menunjukkan data hasil yang dikeluarkan untuk biaya kualitas



Gambar 3. Garifik Hasil Biaya Kualitas yang Dikeluarkan oleh Perguruan Tinggi

Berdasarkan uji statistic yang telah dilakukan maka didapat hasil perhitungan hubungan antara Hasil lulusan PT (X1) dan biaya kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan/masyarakat (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Korelasi antara Hasil Lulusan PT dan Biaya kualitas terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Hipotesis	Uji T	Correlation	Koefesien Determinasi (r^2)
Hasil Lulusan PT (X1)	0.13	0.12	0.86
Biaya Kualitas (X2)	0.3	0.8	
Terhadap kepuasan pelanggan (Y)	0.27	0.92	

Sumber Data Diolah

V. KESIMPULAN

Kepuasan pelanggan atau konsumen (*customer satisfaction*) merupakan salah satu yang akan menjadi target suatu Perguruan Tinggi dalam menjalankan bisnisnya. Karena tanpa pelanggan sebuah perusahaan tidak dapat berjalan karena tidak ada pemasukan, keuntungan atau yang disebut sebagai profit.

Keuntungan ini yang akan menjadi alat untuk membayar para karyawan-karyawan dan biaya operasional Perguruan Tinggi tersebut serta semua kebutuhan untuk tercapai dan kelancaran proses belajar mengajar. Oleh karena itu semua kegiatan setiap bagian atau departemen dalam sebuah Perguruan Tinggi akan bertujuh kepada kepuasan para pelanggan tersebut. Setiap bagian yang berperan langsung terhadap kepuasan pelanggan harus mempunyai alat kontrol atau suatu metode yang sudah di standarkan, sehingga mulai dari Dosen atau Tendik, internal manajemen sampai ke pelanggan atau konsumen mempunyai ketetapan atau komitmen yang telah disepakati bersama.

Dengan di buatkannya metode pengukuran yang sudah ditetapkan atau distandardkan maka pihak Perguruan Tinggi lebih mudah menjalankannya dan mendapatkan hasil sesuai yang di targetkan yang bertujuan pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisa dengan analisis jalur (*path analysis*) dan regresi linear berganda pada variable ketepatan waktu dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan PT XYZ menunjukan bahwa hasil lulusan sebesar 0,13

dan biaya kualitas produk 0,3 berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan koefesien determinasi sebesar 0,86. Adapun sisanya 0,13 didapat dari variabel lain yang tidak diteliti.

2. Berdasarkan hasil analisa jalur dengan analisis jalur (*path analysis*) terdapat hubungan (korelasi) antara Hasil Lulusan PT 0.12 dan kualitas produk 0.8 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 0.92 92 dengan koefesien determinasi 0.86

Tabel 8. Data SPSS koefesien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 ^a	.879	.758	83.01272

a. Predictors: (Constant), Y

b. Dependent Variable: X1

3. Dari Hipotesis yang didapat maka antara hasil lulusan PT dan biaya kualitas produksi dimana:
4. H1 : Variabel Hasil Lulusan PT dan Biaya Kualitas Produk berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ketujuh, Edisi Revisi. Bandung: ALFABETA.
- Arifin, Miftachul dan Supriyanto, H.Hari,Ir.,MSIE.(2012), *Applikasi Metode Lean Six Sigma Untuk Usulan Improvisasi Lini Produksi Dengan Mempertimbangkan Faktor Lingkungan*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November.
- Arikunto, Suharsimi (2013), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Cetakan Kelima belas* . Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assauri. Sofjan. (2008), *Management Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. Jakarta:Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Chen, Lixia. dan Bo Meng.(2013), *The Application of Value Stream Mapping Based Lean production System*. Vol. 5 No.6. 2010.
- Dewi, Wieke Rossaria,et.al.(2013). *Implementasi Metode Lean Six Sigma Sebagai Upaya Meminimasi Waste pada PT Prime Line International*. Malang:Universitas Brawijaya.
- Dwi Aryani dan Febriana Rosinta (2010), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Vol.17 no.2 ISSN 0854-3844
- Fahmi, Irham.(2012), *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bandung : ALFABETA.
- Gaspersz, Vincent (2011), *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries*. Bogor : Penerbit Vinchristo Publication.

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 6 Nomor 5 Edisi Desember 2021 (206-220)

Ghozali, Imam (2012), *Applikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Harna Adianto, dll. (2018). *Analisa Perbaikan Waktu Produksi Untuk Mendapatkan Hasil Dan Pengiriman Yang Tepat Waktu Ke Pelanggan*. Volume 3 Nomor 2 Edisi Mei 2018 (197-207),Jurnal AKRAB JUARA. Pekanbaru.

Harna Adianto (2018), *Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Vol 2 Nomor 4 Edisi Desember (48-61). Jurnal Aksara Public, Edutech Consultant Bandung.

Harna Adianto, Lilik Martanto, Aswar Hanif (2020), *Analisis Pengaruh Cacat Produksi Dan Biaya Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan SPSS*. Vol 5 No 3 Edisi Agustus 2020 (181-194) Jurnal Akrab Juara Yayasan Akrab Pekanbaru

Ita Permatasari. (2013), *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Semarang: Universitas Semarang. (Skripsi).

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.

_____, Philip. (2008a), *Manajemen Pemasaran: Edisi Milenium*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

_____, Philip, dan Gary Armstrong (2012a), *Principles Of Marketing*. Global Edition,14 Edition, Pearson Education.

_____, Philip dan Keller (2012b), *Marketing Management Fourteenth*. Global Edition, Pearson Education.

Muhammad Asir.(2011), *Pengaruh Saluran Distribusi, Kualitas Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*.

Nirma Kurriwati. (2012), *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Raya Telang PO BOX No 2 Kamal. Bangkalan

Sudarso Kaderi Wiryono,dll. *Biaya Kualitas Sebagai Usaha Perbaikan Kualitas Proses Produksi Dalam Rangka Mengurangi Produk Cacat*. Jurnal Manajemen Teknologi ITB, Vol 3,Desember 2003.

Sufi Alawiyah, Harna Adianto dan Prasojo Herdy Sutanto (2018). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Asus*. Vol. 1 No. 1 2018. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Kusuma Negara. Jakarta.

Sukaria Sinulingga.(2013), *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Stevenson, William J. dan Chuong. Sum Chee (2014), *Manajemen Operasi*, Edisi 9, McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat, Jakarta.

Siswanto. (2013). Pengantar Manajemen. Bumi Aksara. Jakarta.

Sugiyono. (2014), *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif)*, Cetakan ke-18, Alfabeta, Bandung.

Suwarni, Septina dan Dwi Mayasari (2011), *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*. Malang: Universitas Negeri Malang. (Skripsi)

Sarwono dan Jonathan. (2014), *Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi*. Jakarta : rumpitekno.com.

Tjiptono, Fandy (2008), *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media

Yamin, et.al (2009), SPSS COMPLETE, *Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek, Jakarta.

Tjiptono dan Fandy (2008), *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.