

# DAMPAK KOMUNIKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA)

Cut Fitri Rostina

Program Studi Manajemen Universitas Prima Indonesia  
Jl. Sekip Medan

## Abstrak

Tujuan yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak komunikasi terhadap kepuasan mahasiswa manajemen Universitas Prima Indonesia, dan untuk mengetahui dampak kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa manajemen Universitas Prima Indonesia. Hasil penelitian ini menghasilkan yaitu secara uji t komunikasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia, dan secara serempak bahwa komunikasi, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia

**Keywords:** *komunikasi, kualitas layanan, kepuasan mahasiswa*

## 1. Pendahuluan

Dalam perkembangannya dunia pendidikan semakin lama semakin berkembang, perkembangan tersebut menghadapi berbagai tantangan baik dari pesaing maupun dari luar pesaing. Khususnya pendidikan tinggi di kota Medan semakin hari semakin banyaknya kampus-kampus atau perguruan tinggi yang memberikan layanan lebih kepada para calon mahasiswanya, baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitasnya, oleh sebab itu salah satu perguruan tinggi swasta yang memiliki beberapa program studi yaitu Universitas Prima Indonesia, Universitas Prima Indonesia merupakan perguruan tinggi yang memiliki perkembangan yang sangat pesat seperti adanya rumah sakit royal prima yang bertujuan sebagai rumah sakit memiliki standar internasional, di Universitas Prima Indonesia program studi yang memiliki banyak mahasiswa yaitu program studi Manajemen yang sampai dengan saat ini memiliki lebih kurang 2000 mahasiswa dengan banyaknya jumlah mahasiswa manajemen pihak Fakultas harus dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa nya baik dalam segi administrasi maupun lainnya, kepuasan tersebut dapat dilakukannya dengan memberikan kualitas layanan maupun komunikasi yang baik sehingga dapat diharapkan terjalin adanya hubungan antara mahasiswa kepada pihak fakultas maupun pada program studi

## 2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### 2.1. Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Komunikasi merupakan hubungan antara dua orang atau lebih, baik secara lisan maupun tertulis. Kedua belah pihak harus dapat saling mengekspresikan keinginan dan merasa, bahwa mereka dapat saling memahami dan mengerti. Komunikasi dengan pelanggan tidak hanya

dengan bertatap muka, namun juga dapat melalui surat, kartu ucapan, telepon yang berupa *sales call* serta *e-mail* Komunikasi yang berkelanjutan adalah salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara berkesinambungan [3]

## 2.2. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan merupakan salah satu dimensi pemasaran relasional yang menawarkan layanan yang lebih baik daripada pesaing. Namun kualitas layanan yang baik akan memerlukan dana, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang sangat besar agar dapat tercipta sebuah pelayanan superior [3].

Dengan didasarkan pada teori keterkaitannya maka dapat dilakukan perumusan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga bahwa komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia.
2. Diduga bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia
3. Diduga bahwa komunikasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia

## 3. Metode Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [2], yang telah menjadi populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di Universitas Prima Indonesia, sedangkan teknik penarikan sampel peneliti berdasarkan pada pendapat Roscoe (*Research Methods For Business*) dalam Sugiyono (2016) adalah ukuran sampel yang dalam dalam penelitian antara 30 – 500 sampel, sehingga peneliti mengambil sampel pada penelitian ini sebesar 30 orang sampel.

Jenis dan sumber data pada penelitian ini peneliti menggunakan dua data yaitu data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Contoh data kuesioner, data survei dan data observasi [1]. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau yang dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu [1].

Teknik pengujian data pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda atau *regresi linier multiple* dengan persamaan regresi pada penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Mahasiswa  
a = Koefisien Konstanta  
X<sub>1</sub> = Komunikasi  
X<sub>2</sub> = Kualitas Layanan  
e = *error*

Setelah persamaan regresi linier berganda dapat diketahui maka sebelum dilakukannya proses data maka harus dilakukannya uji asumsi klasik penelitian, uji asumsi klasik penelitian ini terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas

#### 4. Hasil dan Pembahasan

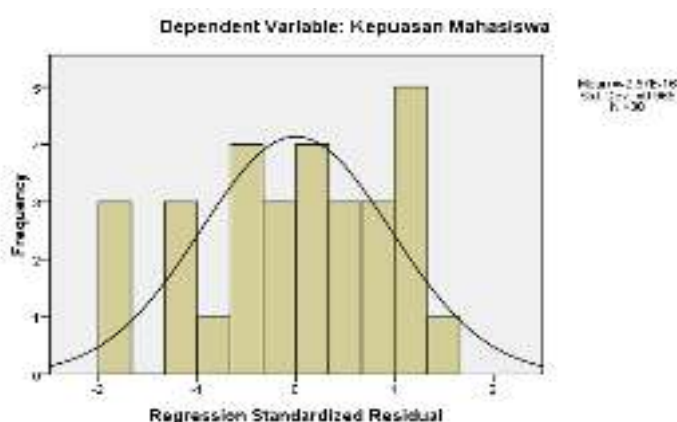
Hasil penelitian di penelitian terdiri hasil pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan instrumen pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner penelitian, berikut ini hasil penelitian nya adalah sebagai berikut:

Uji asumsi klasik pada penelitian bertujuan sebagai pra syarat sebelum dilakukannya analisis data, berikut ini uji asumsi klasik yang dapat dilakukan pada penelitian ini adalah:

##### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data, dapat diketahui dengan menggunakan grafik histogram, grafik *scatterplot*, dan Kolmogrov-Smirnov, berikut ini di tunjukkan hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

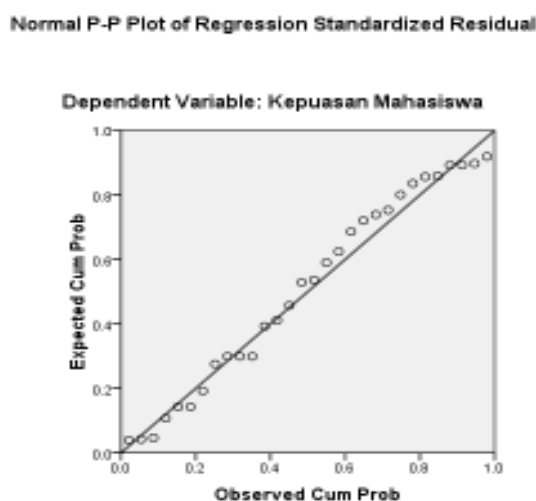
##### a. Grafik Histogram



**Gambar 1 Grafik Histogram Pada Normalitas Data**

Berdasarkan pada Gambar 1 histogram pada normalitas data dapat diketahui grafik berbentuk lonceng, dan tidak menceng ke kiri maupun tidak menceng ke arah kanan yang dapat terlihat terdistribusi dengan normal.

##### b. Grafik Scatterplot



**Gambar 2 Grafik Scatterplot Pada Normalitas Data**

Berdasarkan pada Gambar 2 *scatterplot* pada normalitas data dapat diketahui titik-titik menyebar pada garis diagonal atau mendekati garis diagonal sehingga dapat diasumsikan data terdistribusi dengan normal.

c. Kolmogrov-Smirnov

**Tabel 1 One Sample K-S  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30474239
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.074
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.516
Asymp. Sig. (2-tailed)		.953

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan pada Tabel 1 yaitu *one sample K-S* diketahui nilai dari Asymp.Sig berada pada angka 0.953 atau berada pada angka diatas 0.05 atau 5% sehingga data terdistribusi dengan normal.

Pada uji normalitas data dapat dihasilkan uji asumsi normalitas data terpenuhi baik pada histogram, *scatterplot* maupun Kolmogrov-Smirnov (K-S).

2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 2 Tolerance dan VIF Pada Multikolinieritas**

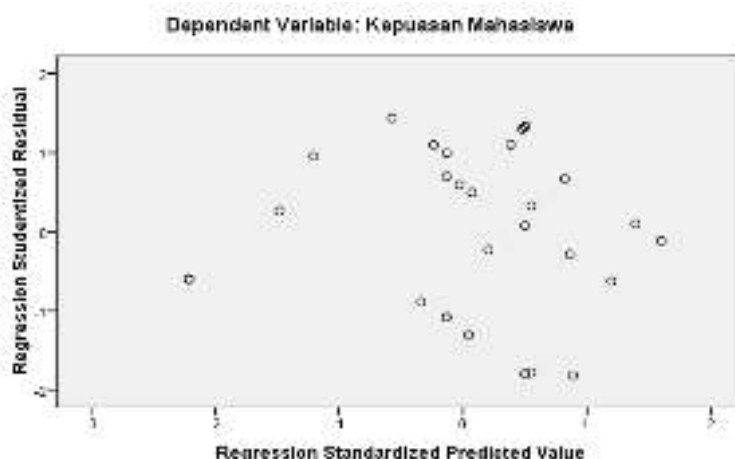
		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	12.880	2.409		5.347	.000		
	Komunikasi	-.555	.193	-.580	-2.878	.008	.456	2.192
	Kualitas Layanan	.895	.178	1.016	5.040	.000	.456	2.192

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan pada Tabel 2 yakni *tolerance* dan VIF dapat dihasilkan nilai *tolerance* sebesar 0.456 baik pada variabel komunikasi, dan kualitas layanan, sedangkan nilai VIF sebesar 2.192 baik pada variabel komunikasi, maupun pada variabel kualitas layanan, sehingga data terbebas dari gejala multikolinieritas pada penelitian ini.

Pada uji mulikolinieritas data dapat dihasilkan bahwa terbebas dari gejala adanya multikolinieritas pada penelitian ini.

3. Uji Heterokedastisitas



**Gambar 3 Grafik Scatterplot Pada Heterokedastisitas**

Berdasarkan pada Gambar *scatterplot* pada heterokedastisitas yaitu menunjukkan butiran-butiran atau titik-titik menyebar pada diatas dan dibawah angka 0, sehingga dapat diasumsikan terbebas pada heterokedastisitas pada penelitian ini.

**Tabel 3 Uji Glejser Pada Uji Heterokedastisitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.922	1.235		2.366	.025
	Komunikasi	-.049	.099	-.139	-.492	.627
	Kualitas Layanan	.039	.091	.123	.434	.668

a. Dependent Variable: Absut

Berdasarkan pada Tabel 3 pada uji Glejser dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel komunikasi sebesar 0.627, dan nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan sebesar 0.668, dengan asumsi tidak terjadi adanya heterokedastisitas diatas nilai 0.05 atau 5%, pada uji Glejser ini nilai signifikansi diatas 5% sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi adanya gejala heterokedastisitas pada penelitian ini.

Pada uji heterokedastisitas data dapat dihasilkan bahwa terbebas dari gejala adanya heterokedastisitas pada penelitian ini.

Pada saat uji asumsi klasik terpenuhi maka dapat dilakukannya proses pada pengujian hipotesis penelitian yang terdiri dari uji t dan uji F atau uji individual maupun uji serempak, berikut ini hasil pengujian hipotesis penelitiannya:

1. Uji-t atau Uji Individual

Uji individual bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pada setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut ini hasil uji t yang pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4 Uji-t atau Uji Individual  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.880	2.409		5.347	.000
Komunikasi	-.555	.193	-.580	-2.878	.008
Kualitas Layanan	.895	.178	1.016	5.040	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

- a. Pada variabel komunikasi bahwa secara individual berpengaruh negatif terhadap kepuasan mahasiswa tetapi signifikan akan tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh [3] menghasilkan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pada penelitian yang menjadi negatif atau tidak searahnya dapat disebabkan bahwa komunikasi yang terjalin antara mahasiswa dengan pihak kampus terkadang sering terjadi miskomunikasi antara satu pihak dengan pihak lainnya.
- b. Pada variabel kualitas layanan bahwa secara individual berpengaruh negatif terhadap kepuasan mahasiswa tetapi signifikan akan hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [3] menghasilkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Serempak

**Tabel 5 Uji Serempak  
ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315.982	2	157.991	13.469	.000 <sup>a</sup>
	Residual	316.718	27	11.730		
	Total	632.700	29			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Komunikasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan pada Tabel 5 pada uji serempak yaitu nilai dari  $F_{hitung}$  sebesar 13.469 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 1.8472 sehingga dapat menunjukkan  $13.469 > 1.8472$  secara serempak bahwa komunikasi, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia.

**5. Kesimpulan dan Keterbatasan**

Kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Secara uji t komunikasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia.
2. Secara serempak bahwa komunikasi, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa manajemen pada Universitas Prima Indonesia .

**Referensi**

[1] Hasan Iqbal, 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.  
 [2] Sugiyono, 2016. *Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Penerbit Alfabeta Bandung.

- [3] Wiyadi, Slyvia Era Rimbani dan Ganang Tri Setyanto, 2014. *Implementasi Strategi Pemasaran Relasional Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Kajian Empiris Pada Pelanggan Bisnis Ritel Di Kota Surakarta)*.

