

ANALISA KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN PENDEKATAN METODE SERVQUAL DAN QFD (Studi Kasus Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana)

Florida Butarbutar¹, Hendro Susiyanto²

Program Studi Teknik Industri Universitas Krisnadwipayana

Jl. Kampus Unkris, Jatiwaringin, Pondok Gede, Jakarta Timur

E-mail: floridabutarbutar@unkris.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk atau layanan yang ia rasakan dengan harapannya. Selain itu penulis juga menduga bahwa ada masalah yang terjadi pada frekuensi pembelian konsumen tingkat rendah, layanan tidak memuaskan, karena ingin menyelesaikan masalah untuk meningkatkan kualitas layanan dengan mengambil judul "ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP LAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL DAN QFD (Studi Kasus Fakultas Teknik, Universitas Krisnadwipayana).

Data yang diperoleh melalui pengisian kuesioner yang dibagikan kepada 350 responden diperoleh 33 atribut yang dinyatakan valid dan reliabel diproses dengan program SPSS Versi 20.00 tentang Validitas dan Reliabilitas. Dengan model Servqual, dimensi kualitas layanan dibagi menjadi 5 yaitu Reliability, Responsive, Empahty, Assurance dan Tangible. Selanjutnya, 5 dimensi diterjemahkan ke masing-masing atribut rinci untuk variabel harapan dan persepsi yang disusun berdasarkan skala linkert.

Berdasarkan hasil dimensi kelima servqual menunjukkan nilai negatif dengan nilai-nilai berikut Tangible (-0,6), Empahty (-0,335), Responsiveness (0,235), Assurance (-0,195) dan Reliability (-0,08). Berdasarkan hubungan antara kebutuhan siswa (Kebutuhan Pelanggan) dan karakteristik teknis (Technical Response) maka diperoleh nilai Relative Importance dengan rating Komitmen dan rating yang konsisten dalam pelayanan RI sebesar 30%, Memberikan fasilitas nilai RI sebesar 17% , Layanan Etika RI nilai 16%, Kualitas daya dosen yang kompeten RI nilai 15%, Menanggapi keluhan dan menindaklanjuti tingkat respons RI sebesar 12%, Kemudahan akses layanan nilai RI sebesar 10%.

ABSTRACT

Customer satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance of a product or service that he feels with his expectations. In addition the authors also suspect that there are problems that occur at low levels of consumer purchase frequency, unsatisfactory service, because it wants to solve problems to improve service quality by taking the title "STUDENT SATISFACTION ANALYSIS OF ACADEMIC SERVICES WITH SERVQUAL AND QFD METHODS (Case Study Faculty of Engineering, Krisnadwipayana University).

Data obtained through filling out questionnaires distributed to 350 respondents obtained 33 attributes that are declared valid and reliable processed with SPSS Version 20.00 program on Validity and Reliability. With Servqual

model, service quality dimension is divided into 5 namely Reliability, Responsive, Empahty, Assurance and Tangible. Furthermore, the 5 dimensions are translated into each of the detailed attributes for expectation and perception variables that are arranged based on the linkert scale.

Based on the results of servqual fifth dimension shows the negative value with the following values Tangible (- 0.6), Empahty (-0.335), Responsivennes (0.235), Assurance (-0.195) and Reliability (-0.08). Based on the relationship between student needs (Customer Needs) and technical characteristics (Technical Response) then obtained a Relative Importance value with a rating of Commitment and consistent rating in the service of RI value of 30%, Providing facilities of RI value of 17%, Service Ethics RI value of 16%, Power quality competent lecturer RI value of 15%, Responding to complaints and following up on RI response rate of 12%, Ease of access to service RI value of 10%.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu upaya yang diyakini dapat meningkatkan harkat dan martabat manusia, karena dengan pendidikan setiap peserta didik dibekali dengan ilmu dan pengetahuan serta keterampilan yang dapat menjadi bekal seorang professional dibidangnya, sehingga mampu memberikan kontribusi maksimal bagi kesejahteraan umat manusia. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan Negara (UU PT no 12, 2012).

Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana saat ini mengelola 7 Progam studi dan 1 Progam Pascasarjana. Kehadiran Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana, diharapkan dapat mempersiapkan kebutuhan tenaga-tenaga profesional di Kota Bekasi dalam pengembangan dan pembangunan bidang teknologi di tingkat regional maupun nasional.

Hal inilah yang disadari oleh Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana dalam rangka membuat strategi untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Adapun Salah satu pelayanan yang ada di Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana adalah pelayanan akademik, yang mana didalamnya terdapat layanan perwalian, laboratorium, perpustakaan, perkuliahan dan sebagainya.

Didalam melakukan Tri Darma Perguruan Tinggi, Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik, namun melihat kenyataan yang ada berdasarkan data keluhan yang tercatat dari lembaga kemahasiswaan serta survey pendahuluan yang telah dilakukan terhadap 30 mahasiswa, didapati ada beberapa keluhan yang memperlihatkan bahwa pelayanan yang diberikan belum maksimal. Seperti, keluhan terhadap jaringan internet/ Wi-Fi, Kebersihann kelas, Pelayanan Akademik , pelayanan Pembimbing Akademik, ketersediaan buku/referensi/ bahan ajar dan Laboratorium.

Dengan adanya keluhan maka saya mengambil judul “ Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik dengan Pendekatan Metode Servqual dan Quality Function Deployment (Studi Kasus Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana).

2. METODOLOGI

Metode Servqual

Metode servqual adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dalam Tiptono & Chnadra (2015 : 149) dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner servqual dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa

yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).

Metode Servqual dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manager dalam menganalisa sumber masalah kualitas dan mengetahui cara - cara memperbaiki kualitas jasa. Model Servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada masing - masing atribut jasa. Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual didasarkan pada skala multi - item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik). Kelima dimensi tersebut dijabarkan pada masing - masing atribut rici untuk variabel harapan dan variabel persepsi, yang disusun pertanyaan - pertanyaan sesuai skala linkert. Untuk setiap pasang pertanyaan, bagi masing - masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zethmal, et 1990) dalam Tjiptono & Chandra (2015 : 159)

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Skala servqual meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy.* Setiap dimensi memiliki beberapa pertanyaan dan dijawab dalam rentang nilai 1 sampai 5, di mana angka 1 mewakili perasaan sangat tidak setuju (*strongly disagree*) dan angka 5 mewakili perasaan sangat setuju (*strongly agree*). Berikut ini penjelasan mengenai ke-5 dimensi di atas, yaitu:

- ✓ *Tangibles* (bukti terukur), menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
- ✓ *Reliability* (keandalan), merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
- ✓ *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.
- ✓ *Assurance* (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
- ✓ *Empathy* (empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk mengukur dimensi-dimensi kualitas layanan informasi dengan metode servqual.

Importance Performance Analisis

Importance Performance Analisis digunakan untuk mengembangkan strategi manajemen pemasaran. Analisis ini digunakan untuk menutupi kekurangan yang ada pada Servqual. Hasil pengolahan data menunjukkan analisis IPA pada kuadran I yaitu prioritas tinggi, Kuadran II yaitu yang dipertahankan, Kuadran III, Prioritas rendah dan kuadran IV yaitu berlebihan.

Quality Function Deployment

Quality Function Deployment adalah pendekatan sistematis dalam menentukan apa yang diinginkan konsumen dan menerjemahkan keinginan tersebut secara akurat kedalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. Pada prinsipnya QFD membnatu mendengarkan suara atau keinginan konsumen dan berguna untuk *brainstroming* bagi tim pengembang untuk menentukan cara terbaik dalam memenuhi keinginan konsumen.

QFD meliputi seluruh konsumen dari desain produk setelah pasar target teridentifikasi. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam menurunkan waktu dan memberikan produk - produk berkualitas tinggi dan biaya rendahnya. Teknik - teknik dalam QFD menggabungkan keahlian dari personalia pemasaran dan produksi ke arah tujuan akhir dalam memenuhi kepuasan konsumen.

QFD adalah suatu metode yang digunakan dalam mendukung dan melaksanakan filosofi TQM. QFD digunakan dalam berbagai perencanaan yakni semua anggota tim dapat mengambil keputusan secara sistematis untuk memprioritaskan berbagai tanggapan yang mungkin terhadap sekelompok tujuan tertentu.

Fokus utama QFD adalah melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin, karena pelanggan tidak akan puas dengan suatu produk, meskipun suatu produk telah dihasilkan secara sempurna.

Berdasarkan definisinya, QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses

hingga tercapainya efektifitas maksimum. QFD juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggan.

3. LANDASAN TEORI

Definisi Kualitas

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Supriyono (2002) dalam Tony Wiajay (2018 : 10) ada dua jenis kualitas :

1. Kualitas Rancangan (*Quality Of Design*). Kualitas rancangan merupakan fungsi dari berbagai desain produk. Sebagai contoh, sebagai contoh fungsi jam tangan adalah untuk memungkinkan seseorang mengetahui waktu. Jam tangan mungkin terbuat dari baja, harus diputar bagian tertentu setiap hari, menggunakan ikat arloji dari kulit. Dan direkayasa dengan penyimpanan tidak lebih dari 2 detik perhari. Sedangkan jam lainnya mungkin mempunyai tempat penyimpanan kotak terlapis emas, dioperasikan menggunakan baterai, dan direkayasa dengan penyimpangan tidak lebih dari satu menit per bulan. Sebagian orang setuju bahwa jam yang terbuat dari emas mempunyai kualitas yang tinggi diantara kedua jama tersebut. Kualitas rancangan yang lebih tinggi biasanya ditunjukkan oleh dua hal, yaitu tingginya pamanufaktur atau proses produksi dan tingginya harga jual. Konsumen mempersepsikan harga berkorelasi positif dengan kualitas produk.
2. Kualitas Kesesuaian (*Quality Of Conformance*). Kualitas kesesuaian adalah kualitas ukuran mengenai bagaimana suatu produk memenuhi berbagai persyaratan atau spesifikasi. Jika produk memenuhi semua spesifikasi rancangan, produk tersebut cocok untuk digunakan. Sebagai contoh, seorang pelanggan yang membeli jam tangan berlapis baja mengharapkan bahwa jam tangan tersebut berfungsi untuk jangka waktu yang panjang. Andaikan pada saat pertama kali konsumen memutar kunci jam tangannya tersebut terjadi kerusakan pada alat pemutar, atau jam tangannya secara konsisten menyimpang dua

puluh menit setiap hari dari seharusnya, jenis penilaian kualitas apa yang diterapkan untuk jam tangan ini.?

Dimensi Kualitas

Barang atau jasa yang berkualitas adalah yang mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Ekspektasi pelanggan dapat dijelaskan melalui atribut - atribut kualitas atau hal - hal yang sering disebut sebagai dimensi kualitas. ada delapan dimensi kualitas, yaitu :

1. Kinerja/*Performance*, yaitu tingkat kostisensi dan kebaikan fungsi - fungsi produk.
2. Keindahan/*Aesthetic*, Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya, gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan/*Serviceability*. Berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
4. Keunikan/*features*, yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk - produk sejenis. Misalnya, fungsi mobil untuk transportasi. Namun, suatu mobil mungkin dilengkapi dengan mesin empat silinder, transmisi manual, pembungkus tempat duduk untuk empat penumpang dan rem cakram roda depan, sementara mobil yang lainnya dilengkapi dengan mesin enam silinder, transmisi otomatis, tempat duduk kulit, tempat duduk untuk enam penumpang dan rem anti kejut.
5. *Reliabilitas*, adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.
6. Daya Tahan/*Durability*, sebagai umur manfaat dari fungsi produk.
7. Kualitas Kesesuaian/*Quality Of Conformance*, yaitu ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.
8. Kegunaan yang Sesuai/*Fitness For Use*, yaitu kecocokan produk menjalankan fungsi - fungsi sebagaimana yang diiklankan atau dijanjikan.

Harapan Pelanggan

Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan pelanggan, telah dicapai konsesus bahwa harapan pelanggan memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun

kepuasan. Menurut Olson & Dover (Dikutip dalam Zeithaml 1993) dalam Tjiptono & Chandra (2015 : 126) , Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan.

Konsep Kualitas Jasa

Sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan (*Service Excellen*). Keunggulan seperti ini dibentuk melalui pengintegrasian empat pilar yang saling berkaitan erat, kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan layanan. Keunggulan layanan ini tidak terwujud apabila ada salah satu pilar yang lemah.

Definisi Pelayanan

Aktivitas, manfaat maupun kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud. Pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber dayafisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan aktivitas yang diberikan kepada konsumen dan pada dasarnya tidak berwujud, disediakan sebagai solusi atau masalah konsumen. Layanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen, bisa berupa benda dan objek lainnya. Layanan adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Seringkali berbasis waktu, kinerja membawa hasil yang diinginkan ke penerima, benda atau asset lainnya adalah tanggung jawab pembeli. Jasa adalah *intangibile* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan) jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak – pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, akan tetapi jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas – aktivitas tersebut tidak terwujud.

Dari beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa jasa merupakan suatu aktivitas yang ditawarkan kepada pihak lain dalam waktu itu juga karena jasa tidak dapat disimpan dan tidak berwujud.

Definisi Pelanggan

Pelanggan adalah kelompok atau individu yang terbiasa membeli suatu produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui surat, telepon, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.

Manfaat Kepuasan Pelanggan

kepuasan pelanggan memberikan jumlah manfaat spesifik, diantaranya:

- a. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan .
- b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, cross – selling, dan up – selling .
- c. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, terutama biaya – biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan.
- d. Meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok.
- e. Menumbuhkan rekomendasi yang menular secara positif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

NILAI SERVQUAL

Nilai Persepsi Mahasiswa

No	Dimensi	Nilai Persepsi
1	Reliability	4.394
	Responsivennes	4.244
3	Assurance	4.311
4	Empathy	4.091
5	Tangibles	3.665

Nilai Ekspetasi Mahasiswa

No	Dimensi	Nilai Ekspetasi
1	Reliability	4.482
2	Responsivennes	4.479
3	Assurance	4.506
4	Empathy	4.426
5	Tangibles	4.265

Gambar Kartesius Matrix

Pembagian Kuadran

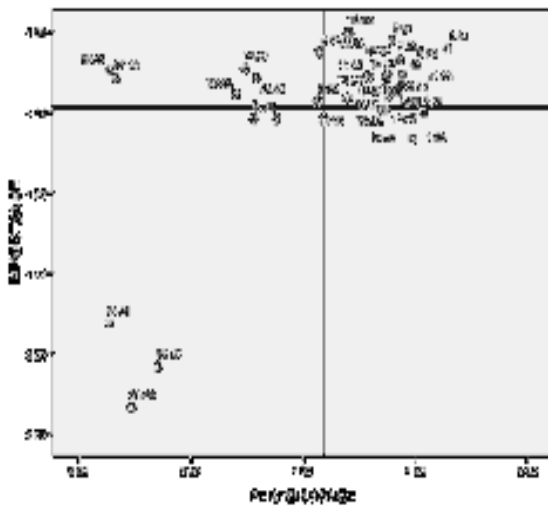
Nilai Servqual Tiap Atribut

Nilai Servqual Tiap Dimensi

Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspetasi	Nilai Servqual
Reliability	4.394	4.482	-0.088
Responsivennes	4.244	4.479	-0.235
Assurance	4.311	4.506	-0.195
Empathy	4.091	4.426	-0.335
Tangibles	3.665	4.265	-0.6

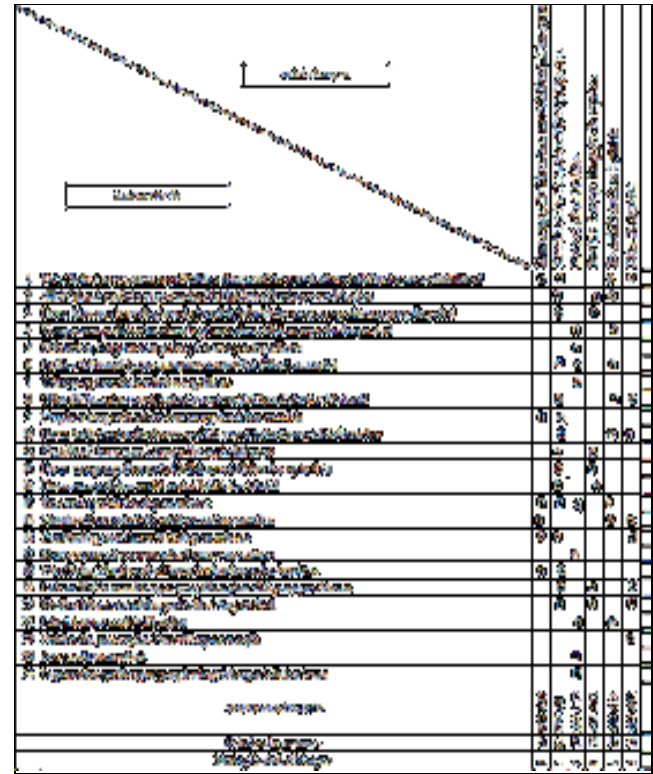
No	Nilai Persepsi	Nilai Ekspetasi	Nilai Servqual
1	4.488	4.334	0.154
2	4.065	4.428	-0.363
3	4.642	4.557	0.085
4	4.534	4.397	0.137
5	4.071	4.548	-0.477
6	4.502	4.517	-0.015
7	4.428	4.531	-0.103
8	4.42	4.454	-0.034
9	4.397	4.577	-0.18
10	4.368	4.474	-0.106
11	4.44	4.491	-0.051
12	4.382	4.437	-0.055
13	4.294	4.485	-0.191
14	3.74	4.508	-0.768
15	4.208	4.597	-0.389
16	4.374	4.488	-0.114
17	4.282	4.491	-0.209
18	4.38	4.451	-0.071
19	4.428	4.465	-0.037
20	4.351	4.405	-0.054
21	3.782	4.382	-0.6
22	4.197	4.434	-0.237
23	3.7	4.445	-0.745
24	3.137	3.874	-0.737
25	3.237	3.665	-0.428
26	3.354	3.768	-.0414
27	3.168	4.485	-1.317
28	3.14	4.505	-1.365
29	4.197	4.597	-0.4
30	3.794	4.485	-0.691
31	4.38	4.491	-0.111
32	4.368	4.405	-0.037
33	3.882	4.382	-0.5

Hasil Importance dan Performnce



KUADRAN	FAKTOR PELAYANAN	ANALISIS
I	Var 2. Tata Usaha tanggap menangani keluhan dan permintaan mahasiswa terkait pelayanan administrasi	Faktor pelayanan yang masuk ke kuadran ini artinya sangat penting bagi konsumen tetapi pada kenyataannya performace belum memenuhi harapan konsumen sehingga perlu ditingkatkan performasinya.
	Var 5. Nilai Ujian dapat keluar tepat waktu tidak lebih dan 2 minggu setelah ujian	
	Var 14. Dosen biasanya bersedia (standby) setelah jadwal kelas maupun appointment yang disepakati	
	Var 23. Kampus menyediakan beasiswa bagi mahasiswa tidak mampu dan berprestasi	
	Var 27. Kebersihan, kenyamanan gedung dan ruangan terpelihara	
	Var 28. Fasilitas Informasi (papan pengumuman mudah dilihat) memadai	
	Var 30. Toilet yang tersedia bersih dan terpelihara	
II	Var 3. Ujian dilaksanakan sesuai jadwal yang tersaji dalam Kalender Akademik	Faktor pelayanan yang masuk ke kuadran ini artinya penting bagi konsumen dan sudah cukup memenuhi harapan konsumen, Oleh karena itu perlu diperhatikan performasinya.
	Var 4. Pimpinan kampus handal dalam menyelesaikan masalah	
	Var 6. Dosen hadir tepat waktu dan mengakhiri sesuai jadwal yang telah ditentukan	
	Var 7. Kualifikasi Dosen sesuai dengan bidang keahliannya	
	Var 8. Dosen menyampaikan materi kuliah sesuai silabus dan up to date	
	Var 9. Dosen menyediakan modul materi kuliah dan tutorial	
	Var 10. Tata usaha peduli dan siap membantu	
	Var 11. Pimpinan kampus terbuka untuk menerima masukan	
	Var 13. Pembimbing atau Dosen Wali Siap membantu	
	Var 15. Kampus aman dan nyaman bagi semua mahasiswa	
	Var 16. Tata Usaha, Pimpinan dan Dosen berkomitmen dan konsisten	
	Var 17. Lulusan Unikris sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna lulusan.	
	Var 18. Kualitas lulusan sesuai dengan kualitas Program Studi	
III	Var 21. Perpustakaan menyediakan buku-buku dan jurnal yang lengkap dan up to date dan dapat di akses secara on-line	Faktor pelayanan dalam kuadran ini kurang dianggap penting dan performasinya dianggap biasa oleh konsumen
	Var 22. Komunikasi tata usaha dengan mahasiswa berjalan dengan baik dan lancar	
	Var 24. Fasilitas gedung dan ruangan kuliah menggunakan peralatan modern	
	Var 25. Fasilitas Laboratorium yang tersedia memadai dan modern	
	Var 26. Fasilitas perpustakaan yang tersedia memadai dan modern	
	Var 1. Pelayanan Administrasi Akademik Tanggap dalam melayani Mahasiswa	
Var 12. Dosen mudah dihubungi		
Var 20. Karyawan dan Dosen senantiasa memperlakukan setiap mahasiswa dengan sama dan penuh perhatian		
IV	Var 32. Penampilan gedung yang indah dengan tata letak bangunan yang rapih dan lingkungan yang bersih	

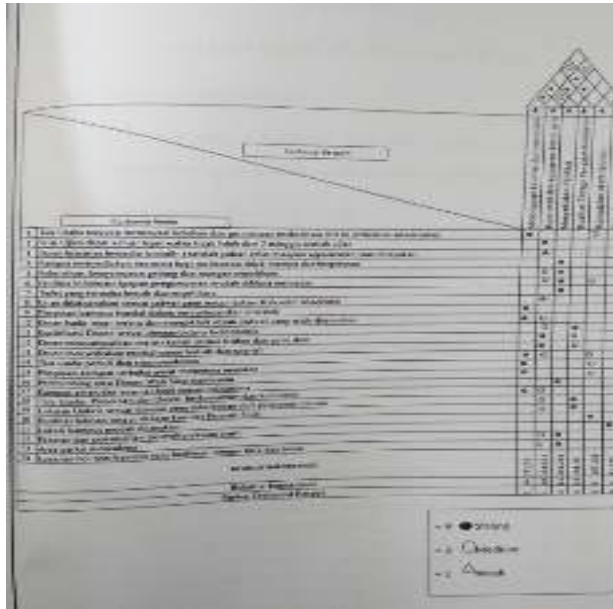
Matriks Hubungan Antara Kebutuhan Konsumen (Costumer Needs) dengan Karakteristik Teknik (Technical Response)



Karakteristik Teknik (Technical Response)

No	Technical Resposns
1	Menanggapi keluhan dan menindak lanjuti tanggapan dengan cepat.
2	Komitmen dan konsisten dalam pelayanan
3	Menyediakan Fasilitas
4	Kualitas tenaga pengajar kompeten
5	Kemudahan akses layanan
6	Etika pelayanan

House Of Quality



4.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengukuran pelayanan yang dilakukan di Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana dengan menggunakan model SERVQUAL dan *Quality Function Deployment* (QFD).

1. Setelah survey pendahuluan yang telah dilakukan terhadap 30 mahasiswa, didapati ada beberapa keluhan yang memperlihatkan bahwa pelayanan yang diberikan belum maksimal. Seperti, keluhan terhadap jaringan internet/ Wi-Fi, Kebersihann kelas, Pelayanan Akademik , pelayanan Pembimbing Akademik, ketersediaan buku/referensi/ bahan ajar dan Laboratorium. Berdasarkan survey keluhan tersebut mendapatakan rumusan 33 Variable Layanan.
2. Dalam penelitian terdapat 5 Dimensi dimana Dimensi *Tangible* memiliki 10 pertanyaan, *Reliability* 9 pertanyaan, *Responsive* miliki 5 pertanyaan, *Assurance* 4 pertanyaan dan *Empahty* 5 pertanyaan.
3. *Gap* atau kesenjangan merupakan hasil dari kepuasan mahasiswa dimana dalam penelitian ini nilai *Gap* atau kesenjangan 3 atribut menghasilkan nilai positif sedangkan 30 atribut lainnya menghasilkan nilai negatif.
4. Berdasarkan hasil didapatkan bahwa Nilai Servqual setiap dimensi, urutannya yaitu : *Tangible* (- 0.6), *Empahty* (-0.335),

Responsivennes (0.235), *Assurance* (-0.195) dan *Reliability* (-0.08). Kualitas layanan Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana dikatakan rendah karena dari kelima dimensi tersebut semua dimensi bernilai negative perlu dilakukan perbaikan.

5. Berdasarkan hasil dari diagram kartesius *importance and performance matriks* terdapat 24 atribut kebutuhan mahasiswa.
6. Berdasarkan kebutuhan mahasiswa (*Customer Needs*) didapatkan 6 buah variabel karakteristik teknis (*Technical Response*) diantaranya :
 - Menanggapi keluhan dan menindaklanjuti tanggapan,
 - Komitmen dan konsisten dalam pelayanan,
 - Menyediakan fasilitas,
 - Kualitas tenaga pengajar kompeten
 - Kemudahan akses pelayanan dan
 - Etika pelayanan.
7. Berdasarkan hubungan antara kebutuhan mahasiswa (*Customer Needs*) dan karakteristik teknis (*Technical Response*) maka didapatkan nilai *Relative Importance* dengan urutan Rating
 - Komitmen dan konsisten dalam pelayanan nilai RI 30 %
 - Menyediakan fasilitas nilai RI 17 %
 - Etika pelayanan nilai RI 16 %
 - Kualitas tenaga pengajar kompeten nilai RI 15 %
 - Menanggapi keluhan dan menindaklanjuti tanggapan nilai RI 12%
 - Kemudahan akses pelayanan nilai RI 10 %
8. Korelasi matriks menunjukan interaksi antara karakteristik teknik (*Technical Response*) didapatkan hubungan terkuat antara keduanya dengan urutannya.
 - Menanggapi keluhan dan menindaklanjuti tanggapan
 - Komitmen dan konsisten dalam pelayanan.
 - Kemudahan akses layanan.
 - Menyediakan Informasi.
 - Kualitas Tenaga pengajar kompeten.
 - Etika Pelayanan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan ini, maka penulis merekomendasikan saran - saran sebagai berikut :\

1. Dilihat dari hasil *Servqual* bahwa nilai terendah terjadi pada dimensi *Tangible* (-0.6), Oleh karena itu penulis menyarankan tindakan yang harus dilakukan untuk perbaikan secara terus menerus (*Contiunes Improvment*) adalah sebagai berikut :

- ✓ Prioritas pertama, Menanggapi keluhan dan menindaklanjuti tanggapan, Komitmen dan konsisten dalam pelayanan, Menyediakan fasilitas, Kualitas tenaga pengajar kompeten, Kemudahan akses pelayanan dan etika pelayanan serta selalu mengikuti perkembangan media dan sistem komputerisasinya dan jaringan terbaru.
- ✓ Prioritas Kedua adalah menyempurnakan dan mengembangkan dimensi *Tangible* dengan atribut memperbaiki fasilitas dan menyediakan fasilitas serta untuk mengerti keinginan dan harapan customer.

2. *Quality Function Deployment*

- ✓ Untuk atribut yang mempunyai prioritas dilakukan perbaikan maka sebaiknya Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana melakukan perbaikan sesuai dengan tingkat perbaikan (*Improvement Ratio*)
- ✓ Technical Response yang memiliki kontribusi yang besar sebaiknya diperbaiki
- ✓ Perusahaan harus mengambil langkah - langkah konkrit dan strategis untuk melakukan perbaikan yang erat hubungannya dengan kualitas pelayanan hal ini perlu diperlukan untuk perbaikan manajemen.

[4] Maria Magdalena Bersaby, 2007. Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. POS Indoneisa (Persero) Bogor dengan menggunakan Model *Servqual* dan QFD, Teknik Industri, UMT.

[5] e - Jurnal Teknik Industri FT USU Vol 1, N0 2, Febuari 2013 pp, 1-7

[6] e - Jurnal Teknik Industri UB “ Upaya peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Integrasi Service Quality dan Quality Function Deployment.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wijaya, Tony, DR, (2018), Manajemen Kualitas Jasa Desain *Servqual* QFD dan Qano, Penerbit Indeks, Indonesia,
- [2] Tjiptono, Fandy, Ph.D, & Chandra, Gregorius (2015), Service, Quality dan Satisfaction, Edisi 4, PenerbitAndi, Indonesia
- [3] Supranto J, Prof , (2015), Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Penerbit Rineka Cipta, Indonesia.