
**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN BIRO ADMINISTRASI
AKADEMIK, KEMAHASISWAAAN DAN SISTEM INFORMASI (BAAKSI)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI**

Endah Tri Kurniasih¹

Dosen Tetap Universitas Muhammadiyah Jambi¹
Endah.trikurniasih@gmail.com

Iqra Wiarta²

Dosen Tetap Universitas Muhammadiyah Jambi²
iqra_wiarta2006@yahoo.co.id

Trie Hierdawaty³

Dosen Tetap Universitas Muhammadiyah Jambi³
triehierdawati09@gmail.com

Amrizal⁴

Dosen Tetap Universitas Muhammadiyah Jambi⁴
mrizal.tp@gmail.com

Rian Dani⁵

Mahasiswa Pascasarjana UIN STS Jambi⁵
riandani0193@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas Pelayanan adalah taraf atau derajat dari tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis persepsi kualitas pelayanan pada biro admistrasi akademik, kemahasiswaan dan sistem informasi pada universitas muhammadiyah jambi. metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian menunjukan bahwa secara simultan variabel kepuasan konsumen yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphyaty berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa. Secara parsial hanya variabel assurance yang berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa.

Kata Kunci : *Persepsi, Kualitas pelayanan, Kepuasan dan Pemasaran Jasa*

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Wiarta (2021) Kualitas pelayanan merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam menilai pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Konsumen yang mendapatkan kepuasan maka konsumen tersebut dapat menggunakan jasa tersebut lagi dikemudian hari. Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta pembelian kembali, dan sebaliknya (Kotler, 2011). Unsur-unsur yang membentuk pelayanan berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan oleh perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para tamu dan ketrampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan

unsur-unsur teknik dan prosedur yang berkaitan dengan tugas pekerjaannya. Unsur-unsur dan komponen-komponen dasar dalam pelayanan sulit untuk diinventori, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah berkaitan dengan proses, dimana produk yang dinikmati oleh tamu berupa pengalaman (Sulastiyono, 2006). Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses konsumsi jasa tersebut (Kotler, 2011).

Universitas Muhammadiyah Jambi sebagai salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang berbentuk universitas dan satu – satunya di Kota Jambi merupakan tempat pendidikan pada jenjang strata 1. Berdasarkan pada data Pddikti semester ganjil 2021 jumlah mahasiswa yang bersekolah di Universitas Muhammadiyah Jambi berjumlah 3114 orang. Berikut tabel data mahasiswa universitas muhammadiyah Jambi.

Tabel 1
Data Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jambi tahun 2021

No	Program studi	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi Pembangunan	1671 Orang
2	Kehutanan	52 Orang
3	Informatika	43 Orang
4	Manajemen	1277 Orang
5	Sistem Informasi	73 Orang
Jumlah Total		3114 Orang

Sumber : Pddikti.kemendikbud (data diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah jambi sebanyak 3114 orang yang terdiri dari 5 program studi. Jumlah mahasiwa terbanyak yaitu berada pada program studi ekonomi pembangunan yaitu sebanyak 1671 orang, selanjutnya yaitu program studi manajemen yaitu sebanyak 1277 orang, sistem informasi sebanyak 73 orang dan kehutanan sebanyak 52 orang. Untuk program studi yang paling sedikit mahasiswannya yaitu pada program studi informatika sebanyak 43 orang mahasiswa. Berdasarkan pada data diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap tingkat pelayanan biro administrasi akademik, kemahasiswaan dan sistem informasi pada universitas muhammadiyah jambi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Danang (2013) Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipenuhi oleh kegiatan manusia lain, yang

menghasilkan alat pemuas kebutuhan, yang berupa barang maupun jasa. Menurut Tjiptono (2008) Pemasaran adalah semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Manajemen pemasaran

Menurut Stanton (2005) manajemen pemasaran adalah sarana yang didayagunakan oleh bisnis untuk menjalankan pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal Wahyudi (2013) manajemen pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang direncanakan dan dilakukan oleh pemasar untuk mencapai tujuan perusahaannya.

Pelayanan jasa

Menurut Moenir (2005) menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan Menurut 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. Sedangkan menurut Hary (Tjiptono, 2000) kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan jasa

Melalui penelitian yang dilakukan Parasuraman, Zeithaml, dan Bary (Tjiptono, 2000) terdapat lima faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa sekaligus sebagai ukuran di dalam melihat kualitas jasa yang dipersepsikan konsumen yaitu:

1. Wujud atau bukti langsung (*tangibility*), yaitu dimensi yang mengukur aspek fisik dari suatu layanan, antara lain kelengkapan fasilitas fisik, peralatan, dan tampilan para karyawan.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu dimensi yang mengukur kehandalan suatu layanan, berupa seberapa besar keakuratan perusahaan dalam memberi layanan, pemenuhan janji karyawan.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu dimensi yang mengukur kecepatan layanan kepada pelanggan.

4. Keyakinan atau jaminan (*assurance*), yaitu dimensi yang mengukur kemampuan perusahaan (khususnya para staf) untuk menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya.
5. Empati (*empathy*), yaitu dimensi yang mengukur kemampuan produsen (khususnya para staf) dalam mengetahui kebutuhan para pelanggan secara pribadi.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini menggunakan metode survey, metode survey yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti. (Wiarta,2021) Dalam penyusunan ini diperlukan data, baik berupa data primer maupun data sekunder. Guna memperoleh data yang lengkap untuk menunjang penelitian ini, maka diadakan pengumpulan data melalui Penelitian kepustakaan (*library research*) dan Penelitian lapangan (*Field research*).

Populasi dan Sampel

Populasi ialah seluruh komponen elemen yang sejenis akan tetapi berbeda karena karakteristiknya Hapzi Ali (2013) Populasi dalam penelitian ini seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jambi yang terdiri dari 5 program studi sebanyak 3114 orang mahasiswa, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pernyataan tersebut terdiri dari 5 variabel dependen dan 1 variabel independen. hasil jawaban responden terhadap variabel dependent yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	14	14,6	14,6	14,6
	Setuju	56	58,3	58,3	72,9
	Sangat Setuju	26	27,1	27,1	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 14 orang responden atau sebesar 14,6%. Responden dengan jawaban Setuju sebanyak 56 responden atau sebanyak 58,3% dan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden atau sebanyak 27,1%.

Tabel 3
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,1	2,1	2,1
	Setuju	68	70,8	70,8	72,9
	Sangat Setuju	26	27,1	27,1	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang responden atau sebesar 2,1%. Responden dengan jawaban Setuju sebanyak 68 responden atau sebanyak 70,8% dan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden atau sebanyak 27,1%.

Tabel 4
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8,3	8,3	8,3
	Tidak Setuju	25	26,0	26,0	34,4
	Setuju	41	42,7	42,7	77,1
	Sangat Setuju	22	22,9	22,9	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 8 orang responden atau sebesar 8,3%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 41 orang responden atau sebesar 42,7% dan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau sebanyak 22,9%.

Tabel 5
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,1	2,1	2,1
	Tidak Setuju	15	15,6	15,6	17,7
	Setuju	55	57,3	57,3	75,0
	Sangat Setuju	24	25,0	25,0	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 2 orang responden atau sebesar 2,1%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 15 responden atau sebanyak 15,6%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 55 orang responden atau sebesar 57,3% dan jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden atau sebanyak 25%.

Tabel 6
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8,3	8,3	8,3
	Tidak Setuju	12	12,5	12,5	20,8
	Setuju	42	43,8	43,8	64,6
	Sangat Setuju	34	35,4	35,4	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 8 orang responden atau sebesar 8,3%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 12 responden atau sebanyak 12,5%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 42 orang responden atau sebesar 43,8% dan jawaban sangat setuju sebanyak 34 responden atau sebanyak 35,49%.

Tabel 7
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,3	7,3	7,3
	Setuju	57	59,4	59,4	66,7
	Sangat Setuju	32	33,3	33,3	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 7 orang responden atau sebesar 7,3%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 57 orang responden atau sebesar 59,4% dan jawaban sangat setuju sebanyak 32 responden atau sebanyak 33,3%.

Tabel 8
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	2,1
	Setuju	62	64,6	64,6	66,7
	Sangat Setuju	32	33,3	33,3	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau sebesar 1%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 1 responden atau sebanyak 1%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 62 orang responden atau sebesar 64,6% dan jawaban sangat setuju sebanyak 32 responden atau sebanyak 33,3%.

Tabel 9
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	53	55,2	55,2	55,2
	Sangat Setuju	43	44,8	44,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban terhap pernyataan dalam kuesioner. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 53 orang responden atau sebesar 55,2% dan jawaban sangat setuju sebanyak 43 responden atau sebanyak 44,8%.

Tabel 10
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8,3	8,3	8,3
	Tidak Setuju	25	26,0	26,0	34,4
	Setuju	41	42,7	42,7	77,1
	Sangat Setuju	22	22,9	22,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 8 orang responden atau sebesar 8,3%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 41 orang responden atau sebesar 42,7% dan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau sebanyak 22,9%.

Tabel 11
Hasil Jawaban Responden untuk variabel V5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	28	29,2	29,2	29,2
	Setuju	39	40,6	40,6	69,8
	Sangat Setuju	29	30,2	30,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 8 orang responden atau sebesar 8,3%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 41 orang responden atau sebesar 42,7% dan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau sebanyak 22,9%.

Tabel 12
Hasil Jawaban Responden untuk variabel Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	19,8	19,8	19,8
	Setuju	62	64,6	64,6	84,4
	Sangat Setuju	15	15,6	15,6	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau sebesar 1%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 13 responden atau sebanyak 13,5%. Responden dengan jawaban setuju sebanyak 57 orang responden atau sebesar 59,4% dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%.

Tabel 13
Hasil Jawaban Responden untuk variabel Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8,3	8,3	8,3
	Setuju	75	78,1	78,1	86,5
	Sangat Setuju	13	13,5	13,5	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau sebesar 1%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 13 responden atau sebanyak 13,5%. Responden dengan jawaban setuju sebanyak 57 orang responden atau sebesar 59,4% dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%.

Tabel 14
Hasil Jawaban Responden untuk variabel Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	28	29,2	29,2	29,2
	Setuju	39	40,6	40,6	69,8
	Sangat Setuju	29	30,2	30,2	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 8 orang responden atau sebesar 8,3%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 41 orang responden atau sebesar 42,7% dan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau sebanyak 22,9%.

Tabel 15
Hasil Jawaban Responden untuk variabel Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	13	13,5	13,5	14,6
	Setuju	57	59,4	59,4	74,0
	Sangat Setuju	25	26,0	26,0	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau sebesar 1%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 13 responden atau sebanyak 13,5%. Responden dengan jawaban setuju sebanyak 57 orang responden atau sebesar 59,4% dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau sebanyak 26%.

Tabel 16
Hasil Jawaban Responden untuk variabel Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	23	24,0	24,0	25,0
	Setuju	51	53,1	53,1	78,1
	Sangat Setuju	21	21,9	21,9	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban Sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau sebesar 1%. Responden dengan jawaban tidak Setuju sebanyak 23 responden atau sebanyak 24%. Responden dengan jawaban setuju sebanyak 51 orang responden atau sebesar 53,1% dan jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden atau sebanyak 21,9%.

Tabel 17
Hasil Jawaban Responden untuk variabel Y 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,2	4,2	4,2
	Setuju	73	76,0	76,0	80,2
	Sangat Setuju	19	19,8	19,8	100,0
Total		96	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden memberikan jawaban tidak Setuju sebanyak 4 responden atau sebanyak 4,2%. Responden dengan jawaban setuju sebanyak 73 orang responden atau sebesar 76% dan jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden atau sebanyak 19%.

Berdasarkan pada hasil jawaban responden diatas, maka selanjutnya dilakukan analisis untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun hasil dari pengolahan data yang dilakukan dengan SPSS untuk meneliti sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan analisis regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 18
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,879	1,656		10,194	,000
X1	,454	,246	,230	1,845	,068
X2	-,152	,184	-,096	-,828	,410
X3	-,361	,191	-,237	-1,894	,061
X4	,590	,295	,281	1,998	,049
X5	-,309	,212	-,172	-1,459	,148

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas, maka dapat diperoleh nilai dari parameter konstanta dan nilai dari parameter penduga untuk melengkapi model regresi yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun persamaan regresi linear berganda yang terbentuk dari hasil perhitungan pada tabel diatas yaitu sebagai berikut :

$$Y = 16,879 + 0,454X_1 - 0,152X_2 - 0,361X_3 + 0,590X_4 - 0,309X_5 + e$$

Berdasarkan pada persamaan regresi linier diatas, maka dapat dilakukan interpretasi sebagai berikut :

1. Besaran konstanta dalam persamaan tersebut yaitu sebesar 16,879 yang berarti bahwa jika tidak ada pengaruh variabel independen yaitu dari kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi, maka kepuasan konsumen akan bernilai sebesar 16,879. Artinya bahwa konsumen tetap akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh BAAKSI UM Jambi.
2. Koefisien regresi X1 (tangible) sebesar 0,454. Artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel tangible sebesar satu satuan maka kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi akan meningkat sebesar 0,454.
3. Koefisien regresi X2 (Reliability) sebesar negatif 0,152. Artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Reliability sebesar satu satuan maka kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi akan menurun sebesar 0,152.

4. Koefisien regresi X3 (Responsiveness) sebesar negatif 0,361. Artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Responsiveness sebesar satu satuan maka kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi akan menurun sebesar 0,361.
5. Koefisien regresi X4 (Assurance) sebesar 0,590. Artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Reliability sebesar satu satuan maka kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi meningkat sebesar 0,590.
6. Koefisien regresi X5 (Emphaty) sebesar negatif 0,309. Artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Emphaty sebesar satu satuan maka kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi akan menurun sebesar 0,309.

Selanjutnya dilakukan uji statistik F. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 18
Hasil Pengujian F ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,129	5	6,826	2,038	,001 ^b
	Residual	301,496	90	3,350		
	Total	335,625	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X1, X4

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa besaran nilai F hitung dalam model penelitian ini yaitu sebesar 2,038 dengan nilai signfikansi F sebesar 0,001 artinya bahwa nilai P value < α . Dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ maka p-value (0,001) bernilai lebih kecil. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara variabel tangble, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty terhadap kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan BAAKSI Universitas Muhammadiyah Jambi. Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menrangkan variasi varibel dependen maka dilakukan pengujian statistik t. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut :

Tabel 19
Hasil Uji Statistik t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	10,194	,000
	X1	1,845	,068
	X2	-,828	,410
	X3	-1,894	,061
	X4	1,998	,049
	X5	-1,459	,148

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat dijelaskan bahwa variabel tangible (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dari hasil pengujian dilakukan maka nilai X1 diperoleh sebesar 0,068 yang bernilai lebih besar dari nilai $\alpha = 5\%$. variabel bebas Reliability (X2) juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dari hasil pengujian dilakukan maka nilai X2 diperoleh sebesar 0,410 yang bernilai lebih besar dari nilai $\alpha = 5\%$. Variabel Responsiveness (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dari hasil pengujian dilakukan maka nilai X3 diperoleh sebesar 0,061 yang bernilai lebih besar dari nilai $\alpha = 5\%$. Variabel Assurance (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dari hasil pengujian dilakukan maka nilai X4 diperoleh sebesar 0,049 yang bernilai lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$. Variabel X5 yaitu Emphaty tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dari hasil pengujian dilakukan maka nilai X5 diperoleh sebesar 0,148 yang bernilai lebih besar dari nilai $\alpha = 5\%$.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel kepuasan konsumen yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa. Secara parsial hanya variabel assurance yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi Millennium I. Jakarta: Prenhailindo.dan
Amstrong, G. .2005. Dasar dan Prinsip Pemasaran. Jilid 2. Jakarta:
- Swastha, Basu dan Irawan. 2004. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Wiarta, I. (2020). Pengaruh rasio kecukupan modal, likuiditas dan operasioal terhadap kinerja keuangan Bank Syariah di Indonesia (Studi Empiris Pada BRI Syariah). *Journal Development*, 8(1), 90-95.
- Wiarta, I., Daniyanti, D., & Etriya, E. (2020). Anomali Return Pada Pasar Modal Indonesia (Studi Pada Bank BUMN Di Bursa Efek Indonesia). *Journal Development*, 8(2), 152-157.
- Wiarta, I., Harly, A. Y., Kurniasih, E. T., & Herlin, F. (2021). Analisis Rasio Profitabilitas dan Kaitannya Terhadap Pertumbuhan Laba Bank Sebelum dan Selama Pandemi Covid 19 (Studi kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia). *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 8(2).
- Wiarta, I., Handayani, R., Syafaat, A., & Harly, A. Y. (2021). Identifikasi Sumber Pendapatan Asli Daerah pada Pajak Daerah Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 497-499.