

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KWIKKIANGIE SCHOOL OF BUSINESS**

**Dicky**

**Lily Harjati**

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav.87, Jakarta 14350

**Abstract**

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price through customer satisfaction. The data used in this study were primary data. Primary data were collected through questionnaire distributed to 100 respondents who had been a Kwikkiangie School of Business college student. The sampling technique using non-probability sampling using judgement sampling method. The analytical method used was descriptive analysis and regression analysis using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). From the existing analysis, can be found that service quality and price proven influence on customer satisfaction.*

**Keywords :** Service Quality, Price, Customer Satisfaction

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa Kwikkiangie School of Business. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *judgement sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. Berdasarkan hasil analisis, dapat ditemukan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

**PENDAHULUAN**

Dengan semakin berkembangnya zaman, terjadi perubahan pola pikir masyarakat akan pentingnya pendidikan sehingga terdapat peningkatan minat masyarakat dalam mengikuti pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi dianggap sebagai penghasil sumber daya manusia yang bermutu. Dengan meningkatnya kebutuhan pendidikan tinggi, maka perkembangan perguruan tinggi semakin menjadi perhatian masyarakat. Pada perkembangannya, perguruan tinggi tidak hanya sebagai pusat ilmu pengetahuan, pusat penelitian dan pusat pengabdian masyarakat tetapi juga sebagai perguruan tinggi yang bersaing untuk menjamin keberlangsungan hidup. Perkembangan perguruan tinggi dapat ditinjau dari ketatnya persaingan kualitas layanan, harga dan promosi perguruan tinggi.

Pengukuran kualitas layanan dapat ditinjau dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang tidak hanya mengukur dari pelayanan akademik tetapi juga ditinjau dari pelayanan non akademik seperti administrasi perkuliahan. Fasilitas-fasilitas fisik dibutuhkan oleh mahasiswa dalam perguruan tinggi untuk menunjang kebutuhan-kebutuhan mahasiswanya dalam





menjalankan aktivitas perkuliahan dan meningkatkan pengetahuan. Fasilitas fisik perguruan tinggi dapat berupa perpustakaan, ruangan perkuliahan, lapangan parkir, internet, ruangan komputer dan lain-lain yang menjadi salah satu faktor penting mahasiswa dalam mengukur kepuasan terhadap suatu perguruan tinggi. Selain itu, keandalan dosen dalam memberikan jasa pendidikan kepada mahasiswanya berupa pengajaran materi perkuliahan dengan jelas, materi perkuliahan memiliki standar yang tinggi, kehadiran dosen yang tepat waktu dan konsistensi pelayanan yang diberikan oleh dosen. Kecepatan tanggapan karyawan perguruan tinggi berupa kesiapan menanggapi keluhan, kecepatan pelayanan, kesiapan dosen dalam membantu menjawab permasalahan yang dialami mahasiswa dan pelayanan peminjaman buku yang mudah. Keyakinan perguruan tinggi dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa dengan baik dapat dilihat dari keramahan karyawan, pengetahuan yang dimiliki karyawannya dalam menjawab pertanyaan atau keluhan sesuai dengan bidangnya dan kesopanan karyawan perguruan tinggi. Selain itu, perhatian kepada mahasiswa berupa memberikan informasi terbaru, menghubungi mahasiswa yang bermasalah dan kesediaan dosen dalam menanggapi keluhan mahasiswa.

Harga dapat menjadi tolok ukur kualitas layanan akademik maupun non akademik, kualitas fasilitas dan kelengkapan fasilitas perguruan tinggi. Seiring dengan semakin banyaknya perguruan tinggi di Indonesia, kualitas layanan dan biaya pendidikan yang kompetitif yang menekankan kepuasan mahasiswa menjadi perhatian perguruan tinggi dalam rangka menarik para calon mahasiswa maupun mempertahankan jumlah mahasiswa. Setiap perguruan tinggi berusaha untuk melakukan penyesuaian harga agar tetap dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain tanpa mengurangi kualitas layanannya. Dalam penetapan harga, terdapat aspek-aspek yang dapat mempengaruhi yaitu aspek biaya, aspek pelanggan, aspek kompetisi, aspek hukum dan etika serta aspek citra kualitas. Selain itu, tujuan penetapan harga perlu diselaraskan dengan strategi pemasaran perguruan tinggi yang terdiri dari tujuan berorientasi pendapatan, tujuan berorientasi kapasitas dan tujuan berorientasi pelanggan. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menjabarkan tujuan penetapan harga diantaranya elastisitas harga untuk permintaan pasar dan permintaan perusahaan, aksi dan reaksi pesaing, biaya dan konsekuensinya pada profitabilitas serta kebijakan lini produk. Harga sebagai satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan dapat ditentukan berdasarkan biaya. Struktur biaya perusahaan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel merupakan faktor pokok dalam menentukan batas bawah harga. Selain itu, aspek pasar dan pesaing memiliki peran untuk meningkatkan persaingan antar perguruan tinggi. Penentuan harga yang kompetitif dapat membuat perguruan tinggi melakukan penetrasi pasar yang berguna untuk meningkatkan persaingan. Dalam penetapan harga harus memperhatikan kepatasan antara nilai uang yang dikeluarkan dengan kualitas layanan yang didapatkan.

Keluhan mahasiswa merupakan indikator ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perguruan tinggi. Perguruan tinggi dituntut untuk memberikan solusi secara cepat dan tepat bagi mahasiswanya. Jika keluhan-keluhan mahasiswa tidak diatasi dengan baik, dapat mengakibatkan mahasiswa yang tidak puas berhenti memakai jasa pendidikan perguruan tinggi atau beralihnya calon mahasiswa ke perguruan tinggi lain.

## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah, maka masalah penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.



3. Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.

## TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.

## MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak perusahaan mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai masukan maupun pertimbangan yang bermanfaat bagi perguruan tinggi dalam mengevaluasi strategi yang dilaksanakan.

2. Bagi Peneliti

Untuk memperluas wawasan berpikir penulis dan menambah pengetahuan dalam teori maupun praktek melalui proses penelitian.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Definisi Kualitas Layanan

Menurut Roger J. Best (2013), kualitas layanan memiliki keunggulan dan kelemahan dalam setiap saluran. Kebutuhan akan penyediaan pengantaran, instalasi, pelatihan, dukungan teknis, perbaikan, syarat pembayaran, kredit dan kemudahan mengembalikan produk gagal adalah seluruh fitur kualitas jasa yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam memilih sistem saluran tertentu.

Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan bersifat tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama dan diproduksi serta dikonsumsi secara simultan. Untuk menghadapi fakta bahwa konsumen tidak dapat membandingkan jasa dengan jasa lainnya, konsumen mengandalkan petunjuk yang mewakili perusahaan (petunjuk eksternal) untuk mengevaluasi kualitas jasa.

### Definisi Harga

Menurut Roger J. Best (2012), harga adalah biaya yang paling terlihat dari segala pembelian, konsumen sensitif terhadap harga untuk tingkat tertentu. Sebagian konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan manfaat tambahan, manfaat ini seringkali termasuk pada pengurangan biaya dalam kepemilikan produk bagian lain.



Menurut Kotler dan Keller (2016), harga adalah salah satu elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lainnya menghasilkan biaya, harga mengkomunikasikan posisi nilai yang diinginkan perusahaan dari produk atau mereknya.

### Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015), kepuasan pelanggan adalah merujuk pada persepsi konsumen terhadap kinerja produk atau jasa dibandingkan ekspektasi mereka. Konsumen yang memiliki pengalaman dibawah ekspektasi akan merasa tidak puas sedangkan konsumen yang memiliki pengalaman yang sesuai atau diatas ekspektasi akan merasa puas atau sangat puas.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan menyenangkan atau mengecewakan dari seseorang yang dihasilkan dari perbandingan kinerja sebuah produk atau jasa yang dipersepsikan dan ekspektasi.

### Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menurut Sasser, et al yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014), proses evaluasi pelanggan terhadap penawaran jasa total diawali dengan penilaian terhadap jasa inti yang didasarkan pada kemampuan jasa bersangkutan untuk memuaskan kebutuhan substantif pelanggan. Evaluasi tersebut dilanjutkan dengan penilaian atas kebutuhan-kebutuhan sekunder yang diterjemahkan ke dalam berbagai atribut jasa yang diharapkan misalnya keamanan, konsistensi (reliabilitas), sikap, kelengkapan layanan, kondisi (lingkungan), ketersediaan dan masalah timing.

H1 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan

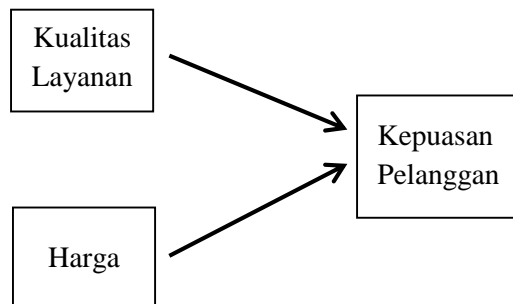
### Hubungan Harga dan Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2014), Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.

H2 : Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan

### KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 1  
Model Kerangka Pemikiran



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## METODE PENELITIAN

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subyek penelitian yaitu mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner. Data yang diperoleh adalah data primer, data yang didapat dari sumber pertama yaitu hasil pengisian kuesioner yang diisi oleh responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk memberikan jawaban. Tujuan kuesioner ini adalah untuk memperoleh data berupa jawaban responden yang akan dijadikan informasi yang digunakan dalam penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah non probability sampling. Jenis teknik yang dipilih adalah judgement sampling dimana peneliti memilih anggota-anggota sampel untuk memenuhi kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriterianya adalah mahasiswa yang sedang berkuliah di Kwik Kian Gie School of Business.

Skala yang digunakan adalah skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala interval, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

## VARIABEL PENELITIAN

**Tabel 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan	Tangible	Ruangan kelas memiliki peralatan yang lengkap untuk mendukung proses perkuliahan	Likert
		Penampilan Dosen Kwik Kian Gie rapih dan sopan	Likert
		Kwik Kian Gie memiliki tempat parkir yang luas	Likert
		Perpustakaan Kwik Kian Gie memiliki buku yang lengkap	Likert
		Kwik Kian Gie memiliki fasilitas wi-fi yang baik	Likert
		Laboratorium komputer memadai	Likert
	Reliability	Karyawan Kwik Kian Gie memberikan pelayanannya secara konsisten dari waktu ke waktu	Likert
		Dosen Kwik Kian Gie selalu hadir tepat waktu	Likert
		Dosen Kwik Kian Gie memberikan materi perkuliahan dengan jelas dan memiliki standar yang tinggi	Likert
		Kwik Kian Gie memiliki prosedur layanan yang mudah	Likert
	Responsiveness	Karyawan administrasi Kwik Kian Gie selalu siap menanggapi permintaan atau keluhan	Likert
		Karyawan administrasi Kwik Kian Gie memberikan layanan yang mudah	Likert
		Dosen selalu siap membantu menjawab	Likert



<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		permasalahan mahasiswa		
		Pelayanan peminjaman buku dilakukan dengan cepat dan mudah	Likert	
	Assurance	Karyawan Kwik Kian Gie bersikap ramah	Likert	
		Karyawan administrasi Kwik Kian Gie memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan atau keluhan	Likert	
		Dosen Kwik Kian Gie memiliki pengetahuan dalam memberikan materi perkuliahan sesuai bidang masing-masing	Likert	
		Karyawan Kwik Kian Gie bersikap sopan	Likert	
	Empathy	Kwik Kian Gie selalu memberikan informasi terbaru kepada mahasiswanya	Likert	
		Karyawan administrasi Kwik Kian Gie menghubungi mahasiswa yang bermasalah	Likert	
		Karyawan Kwik Kian Gie memberikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti	Likert	
		Dosen Kwik Kian Gie bersedia menanggapi keluhan mahasiswa	Likert	
	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan Kwik Kian Gie terjangkau	Likert	
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli	Likert	
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	Harga sesuai dengan kualitas pendidikan	Likert	
		Harga sesuai dengan kualitas pelayanan secara keseluruhan	Likert	
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	Likert	
	Daya Saing Harga	Kwik Kian Gie menawarkan harga yang bersaing dengan universitas lainnya	Likert	
	Kepuasan Pelanggan	Overall satisfaction	Saya merasa puas dengan seluruh pelayanan yang disediakan Kwik Kian Gie	Likert
		Willingness to recommend	Saya ingin merekomendasikan Kwik Kian Gie kepada teman saya atau orang lain	Likert
Confirmation of expectation		Saya merasa manfaat yang saya dapatkan dari Kwik Kian Gie sudah sesuai harapan	Likert	

### TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan yaitu:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu item dianggap valid jika nilai corrected item total correlation memenuhi syarat  $> r$  tabel (0,361). Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Butir yang dinyatakan tidak valid tersebut akan dibuang.

#### 2. Uji Reliabilitas



Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Jika  $r$  hitung >  $r$  tabel maka reliabel, sebaliknya jika  $r$  hitung <  $r$  tabel maka pertanyaan tersebut tidak reliabel.

### 3. Analisis Deskriptif

Untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).

### 4. Uji Asumsi Klasik

Untuk prediksi linear yang tidak bias dengan memenuhi kriteria dalam uji klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antara lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah sehingga dapat disajikan sebagai berikut :

### Uji Validitas Kualitas Layanan

Tabel 2  
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tang1	141.3333	412.851	.618	.740
Tang2	141.2333	414.185	.604	.741
Tang3	143.2667	413.926	.328	.742
Tang4	142.8000	408.510	.538	.737
Tang5	143.2333	418.530	.239	.745
Tang6	142.0000	419.241	.262	.745
Rel1	142.1333	413.016	.437	.741
Rel2	141.9000	417.403	.337	.744
Rel3	141.8667	400.878	.698	.732
Rel4	142.4333	403.357	.614	.734
Res1	142.2667	399.375	.802	.730
Res2	142.4667	399.154	.716	.731
Res3	141.7667	415.357	.530	.742
Res4	141.6667	408.437	.618	.737
Ass1	141.7333	408.340	.576	.737
Ass2	142.0000	399.241	.756	.731
Ass3	141.5000	409.293	.532	.738
Ass4	141.5667	412.254	.602	.739
Emp1	141.7000	406.631	.634	.736
Emp2	142.3000	417.390	.342	.743
Emp3	141.5333	405.361	.641	.735
Emp4	141.9667	398.999	.727	.731
KUALITASLAYANAN	72.6667	106.989	1.000	.904



### Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

**Tabel 3**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	22

### Uji Validitas Harga

**Tabel 4**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Jang1	32.3667	71.620	.767	.767
Jang2	32.1000	71.955	.703	.770
Kual1	31.6333	73.757	.745	.775
Kual2	32.0667	70.202	.767	.761
Manf1	31.9667	71.137	.805	.763
Saing1	32.0000	72.690	.792	.770
HARGA	17.4667	21.292	1.000	.889

### Uji Reliabilitas Harga

**Tabel 5**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	6

### Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

**Tabel 6**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Satis1	15.4667	10.257	.681	.813
Recom1	15.6333	9.551	.793	.773
Confirm1	15.5667	9.702	.707	.794
KEPUASAN	9.3333	3.471	1.000	.748

### Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

**Tabel 7**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3

Berdasarkan tabel 2 hingga tabel 7 dapat disimpulkan bahwa 26 dari 31 indikator variabel kualitas layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan lolos uji validitas dan reliabilitas

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 8**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.50838497	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	
	Positive	.049	
	Negative	-.064	
Test Statistic		.064	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.820 <sup>e</sup>	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.745
		Upper Bound	.895

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 100 sampled tables with starting seed 2000000.

Penelitian diuji dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui bahwa nilai signifikansi atau Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), maka tidak tolak  $H_0$  yang berarti data residual telah berdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinieritas

**Tabel 9**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.275	.243		-1.133	.260		
KualitasLayanan	.561	.101	.448	5.542	.000	.494	2.026
Harga	.496	.090	.447	5.532	.000	.494	2.026

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas, semua nilai pada kolom VIF (Variance Inflation Factor) berada di bawah 10 dan nilai pada kolom tolerance di atas 0,1, maka tidak tolak  $H_0$ , yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

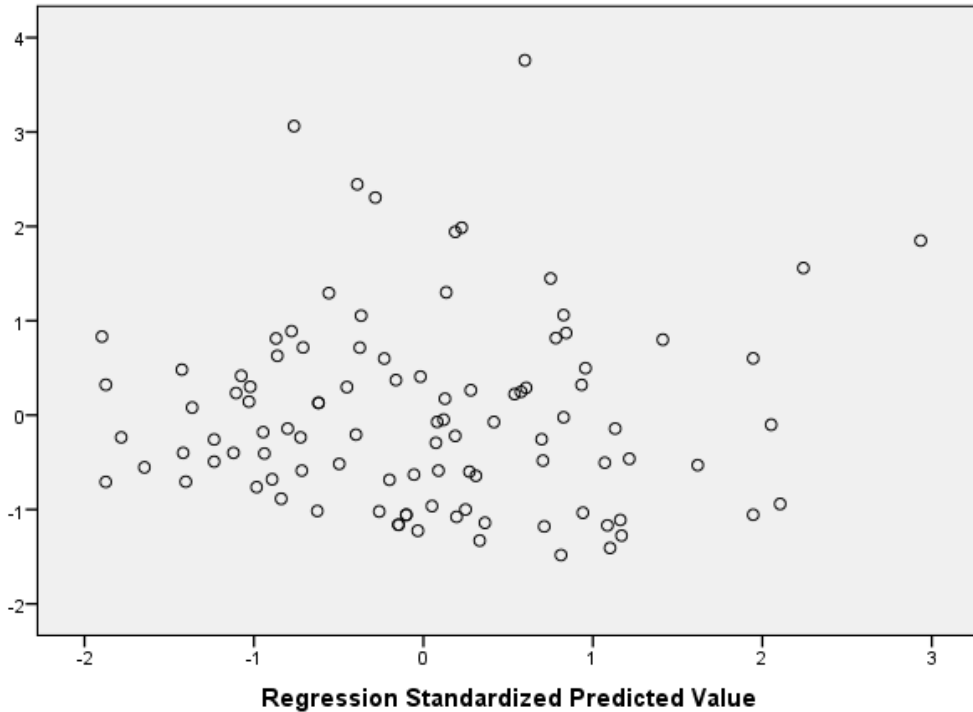
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2  
Scatterplot

Dependent Variable: ABSTRES



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, yang berarti terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas pada model ini.

### Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 10  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.829 <sup>a</sup>	.687	.680	.51360	1.610

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasLayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas, nilai Durbin-Watson sebesar 1,610. Pada tabel hitung durbin Watson, regresi yang memiliki 2 variabel bebas dan  $n=100$ , maka batas  $d_l = 1,634$  dan batas  $d_u = 1,715$ . Oleh karena nilai DW ( $d$ ) sebesar 1,610 ( $d_l < d < d_u$ ) maka kesimpulannya tidak terjadi autokorelasi positif.

© Hak cipta milik IPRA dan PIAZUPTIS. Diizinkan untuk diformatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Uji Keberartian Model (Uji F)

Tabel 11  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.080	2	28.040	106.298	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.587	97	.264		
	Total	81.667	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasLayanan

Berdasarkan tabel di atas, nilai F hitung sebesar 106,298 dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas layanan dan harga) mampu menjelaskan secara simultan pada variabel dependen (kepuasan)

### Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Tabel 12  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.275	.243		-1.133	.260
	KualitasLayanan	.561	.101	.448	5.542	.000
	Harga	.496	.090	.447	5.532	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil pengujian yang diperoleh dengan SPSS variabel kualitas layanan (X1), diperoleh t hitung sebesar 5,542 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil yang diperoleh maka kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana Ha ditolak dan Ho diterima.

Hasil pengujian yang diperoleh dengan SPSS variabel harga (X2), diperoleh t hitung sebesar 5,532 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil yang diperoleh maka harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dimana Ha ditolak dan Ho diterima.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 13  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.829 <sup>a</sup>	.687	.680	.51360	1.610

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasLayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel di atas, nilai R square sebesar 0,687 yang berarti 68,7% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan variabel harga dan 32,3% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam regresi tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business di Sunter, Jakarta Utara pada periode Oktober 2017 hingga November 2017, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.
3. Kualitas layanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie perlu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business. Dalam rangka meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat memperhatikan indikator-indikator dari penelitian ini yang memiliki rata-rata skor rendah yaitu kelengkapan buku perpustakaan, pelayanan yang konsisten, pemberian materi perkuliahan dengan jelas dan memiliki standar yang tinggi, kemudahan prosedur layanan, kesiapan menanggapi keluhan, pelayanan kepada mahasiswa yang mudah, kesiapan dosen dalam membantu menjawab permasalahan mahasiswa, keramahan karyawan, pengetahuan untuk menjawab pertanyaan atau keluhan mahasiswa, dan kesediaan dosen dalam menanggapi keluhan mahasiswa. Selain itu, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie perlu melakukan penyesuaian harga yang ditawarkan kepada mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business. Penyesuaian harga dapat dilakukan dengan perubahan harga yang dibebankan kepada mahasiswa setiap semester maupun peningkatan kualitas layanan akademik maupun non akademik dan pengadaan fasilitas fisik yang lebih baik.

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya untuk menambah variabel-variabel baru berupa promosi, citra merek dan lain-lain dalam melengkapi penelitian ini dan memperluas wilayah penelitian ke lingkup yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- BAN-PT online 2016, Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, diakses Tanggal 8 November 2017.
- Best, Roger J (2013), Market-Based Management – strategies for growing customer value and profitability, edisi 6, New York : Pearson.
- Del I, Hawkins dan David L. Mothersbaugh (2013), Consumer Behavior – building marketing strategy, edisi 12, New York : McGraw-Hill.
- Ghozali, Imam (2016), Aplikasi Analisis Multivariate, edisi 8, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasan, Ali (2013), Marketing dan kasus-kasus pilihan, edisi 1, Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS).

Hurriyati, Ratih (2015), Bauran pemasaran & loyalitas konsumen, edisi 4, Bandung : Alfabeta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, edisi 16, New York : Pearson

Kwik Kian Gie School of Business online 2017, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, diakses 8 November 2017.

Lembang, Rosvita Dua (2010), Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro, Universitas Diponegoro.

Martasubrata, Nadira dan Suwatno (2016), "Mutu Layanan Akademik Sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa", Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran Volume 1, nomor 1, Agustus 2016, halaman 143 – 151, diunduh 7 Maret 2017.

Munawaroh, Munijati (2000), "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta", Jurnal Siasat Bisnis Volume 2, nomor 5, 2000, halaman 119-134, diunduh 11 Oktober 2017.

Ningtias, Annisa Ayu (2017), "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BIMBINGAN BELAJAR ALFAGAMMA SURABAYA", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 6, Nomor 1, Januari 2017, halaman 1-16, diunduh 11 Oktober 2017.

Schiffman, Leon G dan Joseph L. Wisenblit (2015), Consumer Behaviour, edisi 11, New York : Pearson

Sumaedi, Sik, et al (2011), "The Effect of Students' Perceived Service Quality and Perceived Price on Student Satisfaction", MANAGEMENT SCIENCE AND ENGINEERING, Volume 5, nomor 1, 1 Maret 2011, halaman 88-97, diunduh 7 Maret 2017.

Tjiptono, Fandy (2014), Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian , edisi 1, Yogyakarta : ANDI.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra (2016), Service, Quality dan Satisfaction, edisi 4, Yogyakarta ANDI.

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya 2016, Universitas Katolik Atma Jaya, diakses Tanggal 8 November 2017.

Universitas Tarumanagara 2017, Universitas Tarumanagara, diakses Tanggal 8 November 2017.

Zeithaml, Valarie A., Mary J. Bitner, & Dwayne D. Gremler (2013), Services Marketing, edisi 6, New York : McGraw-Hill Education.