

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT MAHASISWA MEIVFFLIEI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA JAKARTA**

Malikuddin

Abstract

Issues of service quality is a variable that greatly affects the interest of students to choose the Faculty of Economics, University of Tama Jagakarsa Jakarta. This paper aims to analyze and determine how much influence the quality of service of the interests of the students chose the Faculty of Economics, University of Tama Jagakarsa Jakarta. To answer the first goal made a questionnaire for each of the variables in the quality of service that is thorough and interests of students chose the Faculty of Economics, University of Tanta Jagakarsa Jakarta. The questionnaire consisted of 15 (fifteen) of questions with 5 (five) different answers selected by the respondents according to the Likert scale. The results tabulated questionnaire answers consisted of 17 (seventeen) column, consisting of 15 (fifteen) column for the answers and 2 (two) columns for the number of respondents and response scores, which is the value of the questionnaire for each respondent. The number of respondents is taken as 100, which is the largest sample that is applicable to all populations by means of sampling by 'Slovin. Then, the score is determined from the formula simple regression equation after the test of validity, reliability test, and test for normality of the questionnaire results and scores every two variables of the study. It was found that the quality of service significantly influence interest in choosing the Faculty of Economics, University of Tama Jagakarsa Jakarta with 99 % accuracy. After conf t test for regression of t greater than t table ($14.362 > 2.365$). Simple regression formula is : $Y = 15.468 + 0.761 X$ Effect of quality of service of the interests of the Faculty of Economics, University of Tama chose Jagakarsa Jakarta in percent is 67.8 %. This influence is quite large, so the quality of student services at the Faculty of Economics, University of Tama Jagakarsa Jakarta needs to be maintained and if possible improved to get more students.

Keywords : *quality of service, interest in selecting, validity, reliability, normality.*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Dengan banyaknya Universitas swasta baik disekitar Tanjung Barat Jakarta Selatan maupun di wilayah lain di Jakarta membuat Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta harus benar-benar mengkaji minat Mahasiswa untuk memilih Fakultas Ekonomi sebagai almamaternya. Perlu dicari variabel apa yang mempengaruhi dan tindakan apa yang harus dilakukan merupakan permasalahan yang harus dipikirkan. Tulisan ini mencoba menjawab salah satu dari permasalahan tersebut yaitu mengambil salah satu dari bauran Pemasaran Jasa

menurut Khotler (2002), yaitu proses yang diimplementasikan sebagai kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi diharapkan memberi efek kepada penerimaan mahasiswa baru. Guna menerapkan *strategi ini* Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta terlebih dulu melakukan analisis pesaing Analisis pesaing dijalankan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing di samping untuk melihat peluang yang ada dan ancaman yang mungkin akan timbul baik sekarang atau di masa yang akan datang. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan yang merupakan salah satu dan komponen bauran pemasaran jasa terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta.

2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

Minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta, dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah, Promosi, Keramahan Pengajar, Loyalitas Pengajar, Kompetensi pengajar, Fasilitas Laboratorium, Kualitas Pelayanan dan lingkungan Kampus. Sesuai dengan uraian sebagai -mana dikemukakan sebelumnya pada latar belakang, maka penulis membatasi penelitian hanya pada masalah-masalah aspek Minat memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta sebagai sebuah variabel terikat yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, Karena keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki, seperti keterbatasan waktu dan kemampuan, penelitian ini hanya dibatasi mengkaji satu buah variabel bebas yaitu pengaruh kualitas pelayanan Minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta.

3. Rumusan Masalah

Penelitian ini mencoba untuk mengemukakan permasalahan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap terhadap Minat memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta.

4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonorai Universitas Tama Jagakarsa Jakarta.

5. Manfaat Penelitian

Manfaat dan penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas dan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan, serta ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Minat memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta.

- b. Penelitian ini bermanfaat bagi penulis jadikan sebagai sarana untuk menyumbang pemikiran kepada Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa Jakarta terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Pemasaran dan komunikasi pemasaran

Kotler (2002:8) menerangkan bahwa pemasaran adalah suatu proses social yang didalamnya melibatkan individu dan kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan sesuatu yang bernilai satu sama lain. Keegan, (2003:1:2) mendefinisikan *pemasaran* adalah process mengkonsentrasikan berbagai sumber daya dan sasaran dari sebuah organisasi terhadap kesempatan dan kebutuhan lingkungan.

Komunikasi pemasaran (*Integrated Marketing Communication*) menurut Belch & Blech 2001 : 10-24) merupakan -an alat dari sistem promosi dalam pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan gabungan dari berbagai macam elemen promosi dan aktivitas pemasaran yang berhubungan dengan konsumen dari suatu perusahaan.

2. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa berbeda dengan pemasaran produk, terutama di dalam melakukan transaksi bisa berbeda-beda, juga bila dilihat dari segi kebutuhan dan fungsi keduanya. Dalam pemasaran jasa terdapat dua aspek penting yaitu:

- a. Aspek sosial (*social aspect*) yaitu berhubungan dengan rasa menghargai serta hal-hal lain yang menyangkut kegiatan pertukaran ataupun transaksi yang terjadi dimana konsumen dapat melakukan evaluasi terhadap jasa yang ditawarkan.
- b. Aspek fisik (*physical aspect*) berarti segala sesuatu yang dapat menarik konsumen dalam melakukan kegiatan transaksi

Interactive Marketing yaitu: keahlian karyawan dalam melayani pelanggan. Dalam konteks ini adalah penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa tidak hanya melihat kualitas secara teknis saja, tetapi juga dan apa yang diberikan kepada pelanggan pengguna jasa tersebut.

4. Pengertian Kualitas Pelayanan

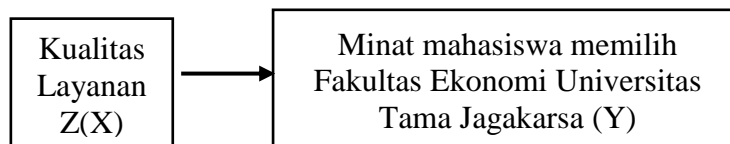
Kondisi lingkungan usaha membawa Perguruan Tinggi kepada suatu kenyataan bahwa kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan agar perusahaan tetap sukses, baik di tingkat operasional, manajerial maupun strategik. Perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Barometer kualitas pelayanan perlu ditetapkan agar pelayanan yang diberikan dapat mencapai tujuan. Di sisi lain, konsumen juga berubah baik dalam hal perilaku, demografi maupun gaya hidup. Perguruan Tinggi dituntut untuk tidak hanya memisahkan pelanggan tetapi juga "membahagiakan" pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sesuai serta bernilai tambah, bagi pelanggan. Komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan persyaratan utama dalam menunjang keberhasilan bisnis.

C. Kerangka Pemikiran

Sebagaimana diketahui, bisnis jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan terhadap sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik. Sifat atau karakteristik jasa yang tidak berwujud itulah yang membuat proses evaluasi terhadap kualitas layanan menjadi sangat sulit dilakukan. Untuk itu diperolehnya indikator yang jelas merupakan jawaban yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa.

Secara skematis pengaruh kedua variable bebas ditunjukkan oleh gambar di bawah ini :

Gambar 1
Pengaruh kualitas pelayanan dan Promosi terhadap minat memilih
Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jakarta



D. Hipotesis

Berdasarkan Kerangka pemikiran diatas, Hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa.

E. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Fakultas_Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa, Jl. T.B. Simatupang 152 Jakarta Selatan. Penentuan lokasi tersebut sangat membantu *karena* merupakan tempat bekerja penulis, juga pemilihan sampel yang berada pada satu tempat merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa sehingga mempercepat waktu penelitian.

2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2000) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dan objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa sampai dengan semester 2 tahun ajaran 2012/2013 yang berjumlah 486 mahasiswa.

Besarnya sampel yang diambil adalah 100 Mahasiswa secara random, diambilnya sampel sebanyak 100 *orang* adalah agar basil penelitian yang didapat lebih sempurna, karena dengan diambilnya. 100 mahasiswa sebagai sampel berlaku untuk setiap populasi.

3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah satu bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini digunakan dua variabel, terdiri atas variabel bebas kualitas pelayanan dan variabel terikat adalah minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa, Secara terperinci mencapai kisi-kisi variable penelitian disajikan pada table 1 dan 2 sebagai berikut :

Tabel 1
Dimensi, Indikator dan Skala variable kualitas pelayanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Reliability	1. Kemampuan staff akademis 2. Memenuhi janji 3. Ketepatan layanan 4. Kebenaran informasi	Ordinal
	Responsiveness	5. Kecepatan layanan 6. Membantu mahasiswa 7. Lamanya Penyelesaian masalah 8. Bantuan	Ordinal
	Assurance	9. Rasa aman 10. Keahlian karyawan 11. Keramahan	Ordinal
	Empati	12. Tanggapterhadap masalah mahasiswa 13. Memahami kebutuhan mahasiswa 14. Selalu siap menolong mahasiswa 15. Kemudahan dalam mendapatkan penjelasan	Ordinal

Sumber : Griffin, (2006:354-34).

Tabel 2
Dimensi, Indikator dan Skala variable minat mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y)	Pengaruh	1. Minat 2. Motivasi 3. Dorongan sekolah asal	Ordinal
		4. Dorongan orang tua 5. Tingkat pendapatan 6. Dorongan alumni	Ordinal
	Keadaan Kampus	7. Lokasi kampus 8. Kondisi kampus 9. Fasilitas kampong 10. Ketenangan kampus 11. Biaya	Ordinal
		Sistem Administrasi Akademi	12. Cara pembayaran uang kuliah 13. Sistem pengajaran 14. Hubungan emosional 15. Status

Sumber : Jerry Kaufman (2002:79).

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Variabel kualitas pelayanan

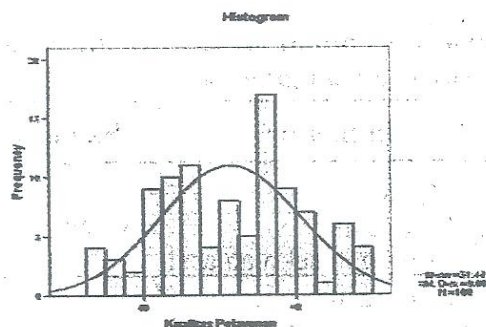
Hasil pengolahan data variable kualitas pelayanan ditabelkan pada Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Statistic Variabel Kualitas Pelayanan Statistics
Kualitas Pelayanan

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		51,44
Mode		47
Std. Deviation		9.082
Minimum		33
Maximum		69
Sum		5144

Data skor kualitas pelayanan tersebar dari 33 sampai dengan 69, deviasi standar (STDEV) adalah 9,082 dan rata-rata skor adalah 51,44. Histogram variable kualitas pelayanan dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut :

Gambar 2
Histogram Data Variabel
Kualitas Pelayanan



2. Variabel minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa

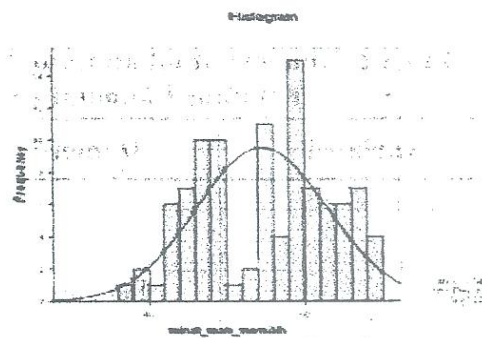
Hasil pengolahan data variable minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa ditabelkan pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 4
 Statistik Variabel Minat Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi
 Universitas Tama Jagakarsa Statistik Minat mahasiswa memilih

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		54,59
Mode		59
Std. Deviation		8.390
Minimum		36
Maximum		70
Sum		5459

Tidak jauh berbeda dari data skor kualitas pelayanan data statistik variabel minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa tersebar dari 36 sampai dengan 70, deviasi standar (STDEV) adalah 8,390 dan rata-rata skor adalah 54,59. Histogram variabel minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut :

Gambar 3
 Histogram Data Variabel Minat Mahasiswa Milih
 Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa



G. Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validasi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Data kuesioner variable Kualitas Pelayanan (X) terdiri dari 15 (limabelas)

buah pertanyaan. Variabel ini diuji validitasnya, validitas adalah ukuran yang menunjukkan 'sejauh mana instrumen (alat ukur) mampu mengukur apa yang ingin diukur. Tujuan pengujian validitas adalah untuk meyakinkan bahwa *kuesioner* yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala sehingga dihasilkan data yang valid. Untuk melakukan uji validitas, salah satu Metode yang dapat digunakan adalah dengan mengkorelasikan antara skor butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara total (data ada pada Lampiran data). Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi pearson yang

dihitung dengan SPSS lebih besar *dari nilai* koefisien korelasi pearson (Rhitung > Rtable). Hasil pengujian data variabel Kualitas pelayanan (X) dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil uji validitas untuk variable Kualitas Pelayanan (X)

Pertanyaan Kualitas Pelayanan (X)	R (hitung)	R (table)	Keterangan
kualitas_pel_01	.669**	R (table)	Valid
kualitas_pel_02	.650**	R (table)	Valid
kualitas_pel_03	.801**	R (table)	Valid
kualitas_pel_04	.698**	R (table)	Valid
kualitas_pel_05	.592**	R (table)	Valid
kualitas_pel_06	.322**	R (table)	Valid
kualitas_pel_07	.645**	R (table)	Valid
kualitas_pel_08	.702**	R (table)	Valid
kualitas_pel_09	.613**	R (table)	Valid
kualitas_pel_10	.554**	R (table)	Valid
kualitas_pel_11	.841**	R (table)	Valid
kualitas_pel_12	.509**	R (table)	Valid
kualitas_pel_13	.637**	R (table)	Valid
kualitas_pel_14	.656**	R (table)	Valid
kualitas_pel_15	.609**	R (table)	Valid

** Corelation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Corelation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Hasil pengujian mendapatkan bahwa semua kuesioner sebanyak 15 (limabelas) dinyatakan valid karena semua korelasi pearson yang dihitung (R hitung) lebih besar dari koefisien korelasi dari table yang nilainya adalah 0,256 (ketelitian adalah 99%).

2. Variabel minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y)

Data kuesioner variable minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa terdiri dari 15 (lima belas) buah pertanyaan dapat dilihat pada lampiran data. Variabel ini diuji validitasnya, validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen (alat ukur) mampu mengukur apa yang ingin diukur. Tujuan pengujian validitas adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala sehingga dihasilkan data yang valid. Untuk melakukan uji validitas, salah satu metode yang dapat digunakan adalah dengan mengkorelasikan antara skor butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara total (data ada pada Lampiran data). Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai Rhitung > Rtable. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6
 Hasil uji validitas untuk variable minat mahasiswa memilih
 Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y)

Pertanyaan Kualitas Pelayanan (Y)	R (hitung)	R (table)	Keterangan
Minat_mah_memilih_01	.621**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_02	.622**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_03	.692**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_04	.706**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_05	.770**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_06	.735**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_07	.720**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_08	.631**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_09	.583**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_10	.740**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_11	.764**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_12	.810**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_13	.748**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_14	.740**	0,256	Valid
Minat_mah_memilih_15	.681**	0,256	Valid

** Corelation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Corelation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Hasil pengujian mendapatkan bahwa semua kuesioner sebanyak 1,5 (limabelas) dinyatakan valid dengan ketelitian 99%, karena nilai koefisien korelasi pearson yang dihitung dengan SPSS lebih besar dari nilai koefisien korelasi pearson tabel ($R_{hitung} > R_{tabel} = 0,256$).

H. Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Setelah data diuji validitasnya, selanjutnya diuji reliabilitasnya, reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dan alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Konsistensi di sini berarti alat ukur tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau gejala dari suatu kondisi ke kondisi lain. Salah satu metode yang dapat dipakai untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Suatu instrument dikatakan reliable jika nilai reliabilitas $> 0,600$.

Berikut ini disajikan hasil perolehan Cronbach's Alpha, Kualitas pelayanan, dan minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa pada Tabel 7 dan 8 dengan menggunakan SPSS.

Tabel 7
Hasil perhitungan Cronbach Alpha untuk Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	15

Tabel 8
Hasil perhitungan Cronbach Alpha untuk minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	15

Nilai Cronbach Alpha. Untuk kedua variable $>0,600$ dikatakan bahwa kedua variable penelitian reliable.

I. Pengujian Normalitas Instrumen Penelitian

1. Pengujian normalitas Variabel kualitas pelayanan (X1)

Untuk mendeteksi normal tidaknya suatu data variable salah satunya dapat menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnow (K-S). Aturan untuk mendapatkan kenormalan suatu data adalah data dikatakan terdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada output SPSS lebih besar dari level of signifikan (0.05), sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 9 dan Tabel 10.

Tabel 9
Analisis Pengujian Normalitas Data Variabel Kualitas Pelayanan (X)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov
Tes Kualitas Pelayanan

		Kualitas Pelayanan
N		100
Normal Parameter (a,b)	Mean	51.44
	Std. Deviation	9.082
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.078
	Negative	-.092
Kolmogrov Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2 tailed)		.360

Berdasarkan output SPSS tersebut nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,360 lebih besar dari level of signifikan (0,05), dengan demikian data variable Kualitas pelayanan terdistribusi secara normal.

2. Pengujian normalitas Variabel minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y)

Hasil pengujian normalitas data variable promosi dapat dilihat pada output SPSS Kolomogorov-Smirnov ditabelkan seperti yang dilihat pada Tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10
Analisis Pengujian Normalitas Variabel Minat Mahasiswa Milih
Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Minat_mah memilih
N		100
Normal Parameter (a,b)	Mean	54.59
	Std. Deviation	8.390
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.117
	Negative	-.120
Kolmogrov Smirnov Z		1.9204
Asymp. Sig. (2 tailed)		.110

a Test distribution is Normal.

B Calculated from data.

Berdasarkan output SPSS tersebut nilai Asymp. Sgi (2-tailed) adalah 0,110 lebih besar dari level of signifikan (0,05), dengan demikian data variable minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa (Y) dapat dikatakan normal.

J. Persamaan Regresi dan Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jakarta (Y), digunakan analisis regresi sederhana. Dari hasil analisis data, diperoleh nilai konstan (a) dan nilai koefisien regresi (b) masing-masing dalah 15,468 dan 0,761 seperti yang disajikan pada table 11 berikut ini :

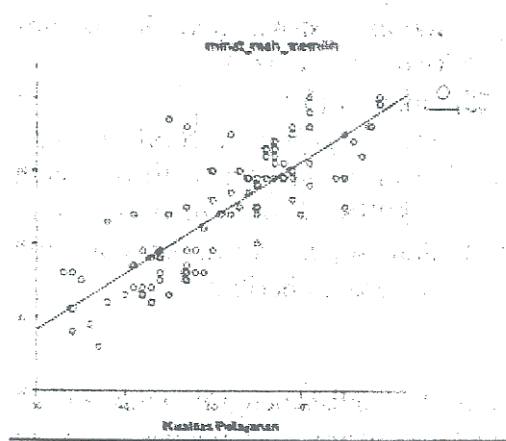
Tabel 11
Koefisien Regresi (X terhadap Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15468	2.766		5.593	.000
	Kualitas Pelayanan	.761	.053	.823	14.362	.000

a. Dependent Variabel : minat_mah_memilih.

Dengan demikian persamaan regresinya adalah $Y = 15,468 + 0,761 X$. Secara grafis persamaan regresi ini dapat dilihat pada Gambar 4 sebagai berikut :

Gambar 4
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jakarta



Untuk membuktikan apakah koefisien regresi kualitas pelayanan tersebut cukup signifikan atau tidak dilakukan uji signifikansi melalui uji Nilai tabel pada taraf signifikan 1% dengan db = 98 adalah 2,365. Berdasarkan yang terlihat pada Tabel 11, koefisien regresi didapatkan thitung = 14362. Selanjutnya harga thitung ini dibandingkan dengan nilai t-tabel. Ternyata nilai thitung lebih besar dari nilai tabel ($14.362 > 2,365$), artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian nilai koefisien regresi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa. Setelah persamaan regresi ditemukan maka langkah selanjutnya adalah menghitung besarnya koefisien determinan (R^2). Koefisien determinan (R^2) ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa dalam bentuk persentase. Berdasarkan output SPSS besarnya koefisien determinan adalah 0,678 seperti yang disajikan pada Tabel 12 berikut ini :

Tabel 12
Koefisien Determinan
(R Square X1 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823(a)	.678	.675	4.786

a Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan.

Nilai R² tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa sebesar 67,8%.

K. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa dengan ketelitian 99%, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14.362 > 2,365$) Besar pengaruh dalam persen adalah sebesar 67,8%, sedangkan sisanya sebesar 32,2% ditentukan oleh faktor lain yang belum diketahui.

2. Saran-saran

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa terutama dalam hal kualitas Pelayanan terhadap minat mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa.

DAFTAR PUSTAKA

Jerry, Kaufman, (2002), Manajemen Nilai : Menciptakan keuntungan Kompetitif, Penerbit : PT. Prenhalindo, Jakarta.

Keegan, W., J. (2003) dalam buku Manajemen Pemasaran Global, Edisi Keenam, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip, 2002. *"Marketing Management", Fifth Edition, Englewood Cliffs NJ. Prentice Hall.*

Sugiyono, 2000, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keenam, Bandung : Penerbit CV Alfabeta Bandung.

_____, Rensra, Universitas Tama Jagakarsa.

_____, Buku panduan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tama Jagakarsa.

_____, Statuta Universitas Tama Jagakarsa.