



PENGARUH KUALITAS LAYANAN *ONE DAY SERVICE* (ODS) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA SEMESTER GASAL TAHUN AJARAN 2019-2020

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,
Guna memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh :
Hidayatus Sholichah
B04216014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2019**

**PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN
OTENSITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hidayatus Sholichah

NIM : B04216014

Prodi : Manajemen Dakwah

Fokus : Manajemen Kelembagaan

Alamat : Jl. Sawunggaling 1 RT.15 RW.03 Ds.
Jemundo Kec. Taman Kab. Sidoarjo

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

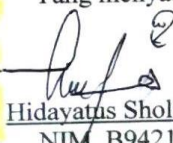
Dengan ini, saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah diajukan kepada lembaga manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang ditujuk sumbernya.
3. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, maka saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 17 Desember 2019

Yang menyatakan




Hidayatus Sholichah
NIM. B94216045

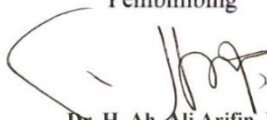
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap skripsi yang ditulis oleh:

Nama Penyusun : Hidayatus Sholichah
Nama Induk Mahasiswa : B04216014
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan *One Day Service* (ODS) terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dosen Pembimbing : Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 17 Desember 2019
Pembimbing



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
NIP. 19621244993031002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *ONE DAY SERVICE*
(ODS) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA SEMESTER GASAL TAHUN AJARAN 2019-
2020**

SKRIPSI


Disusun Oleh

Hidayatus Sholichah
B04216014


Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu Pada tanggal 18 Desember 2019

Tim Penguji


Penguji I


Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si.
NIP. 197512302003121001


Penguji III


Dr. Arif Aintur Rafiq, M.Pd, kons
NIP. 197708082007101004

Penguji II


Bambang Subandi, M. Ag
NIP. 197403032000031001

Penguji IV


Airlangga Bramayudha, M.M
NIP. 197912142011011005

Surabaya, 18 Desember 2019

Dekan,



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003

iii



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : HIDAYATUS SHOLICHAH
NIM : B04216014
Fakultas/Jurusan : FDK/MANAJEMEN DAKWAH
E-mail address : hidayatussholichah09@gmail.com

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

RELATIONSHIP MARKETING DI PT. ALISTON BUANA WISATA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Desember 2019

Penulis

(Hidayatus Sholichah)

Abstrak

Hidayatus Sholichah, B04216014, 2019, Pengaruh Kualitas Layanan *One Day Service* (ODS) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dari seseorang dalam memberikan penilaian antara harapan dengan hasil yang telah diperoleh. Kepuasan konsumen dapat diperoleh dari pelayanan, karena pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh konsumen. Suatu organisasi sulit memberikan pelayanan yang dapat memperoleh kepuasan kepada konsumen, karena konsumen memiliki porsi masing-masing tentang keinginannya. Pelayanan berbasis *online* merupakan unsur untuk memperoleh kepuasan konsumen, karena dengan adanya sistem *online* dianggap kinerja pelayanan lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini merupakan deskriptif asosiatif yang mendeskripsikan pengaruh pelayanan *one day service* (ODS) terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.303 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester satu dan tiga. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* yang berjumlah 130 mahasiswa. Untuk memperoleh hasil, peneliti menyebarkan kuisioner dan diolah dengan menggunakan SPSS Versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa indikator dari variabel pelayanan yang lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa adalah bukti fisik. Maknanya adalah bukti fisik diperlukan dalam kinerja pelayanan dan dianggap telah memenuhi kebutuhan mahasiswa. Indikator yang memiliki pengaruh terendah adalah daya tanggap. Maknanya adalah daya tanggap pelayanan dianggap kurang memenuhi harapan mahasiswa. Hasil t-hitung sebesar 5,081 dan signifikansi 0,000. Hasil tersebut bermakna, bahwa pelayanan *one day service* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya semester gasal tahun 2019-2020.

Kata kunci: Kualitas Layanan, *One Day Service*, Kepuasan

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENSITAS SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Operasional	10
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II: KAJIAN TEORITIK	
A. Penelitian Tedahulu.....	18
B. Kerangka Teoritik	28
1. Kualitas layanan.....	28
a. Definisi Kualitas	30
b. Manfaat Kualitas	30
c. Definisi Pelayanan	30
d. Dasar-Dasar Pelayanan	35
e. Definisi Kualitas Layanan Ods	37
f. Indikator Kualitas Layanan	38
g. Kualitas Pelayanan dalam Perpektif Islam.....	40
2. Kepuasan Mahasiswa.....	41

a.	Definisi Kepuasan	41
b.	Kepuasan Mahasiswa.....	42
c.	Indikator Kepuasan	43
d.	Kepuasan Mahasiswa dalam Perspektif Islam.....	43
e.	Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan.....	46
3.	Hipotesis.....	47
BAB III: METODE PENELITIAN		
A.	Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	49
B.	Lokasi Penelitian.....	49
C.	Populasi, Sampel.....	49
1.	Populasi.....	49
2.	Sampel	51
D.	Variabel Dan Indikator Penelitian.....	55
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
F.	Prosedur Pengumpulan Data.....	61
G.	Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV: HASIL PENELITIAN		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
1.	Sejarah Fakultas Dakwah dan Komunikasi	67
2.	Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi	68
3.	Tujuan Fakultas Dakwah dan Komunikasi	69
4.	Struktur Fakultas Dakwah dan Komunikasi ...	69
B.	Penyajian Data	71
C.	Hasil Uji Hipotesis.....	81
D.	Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	84
1.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa	84
2.	Indikator yang Terbesar dan Terendah pada Variabel Kualitas Layanan ODS	85

3. Indikator yang Tertinggi dan Terendah Pada
Variabel Kepuasan Mahasiswa..... 86

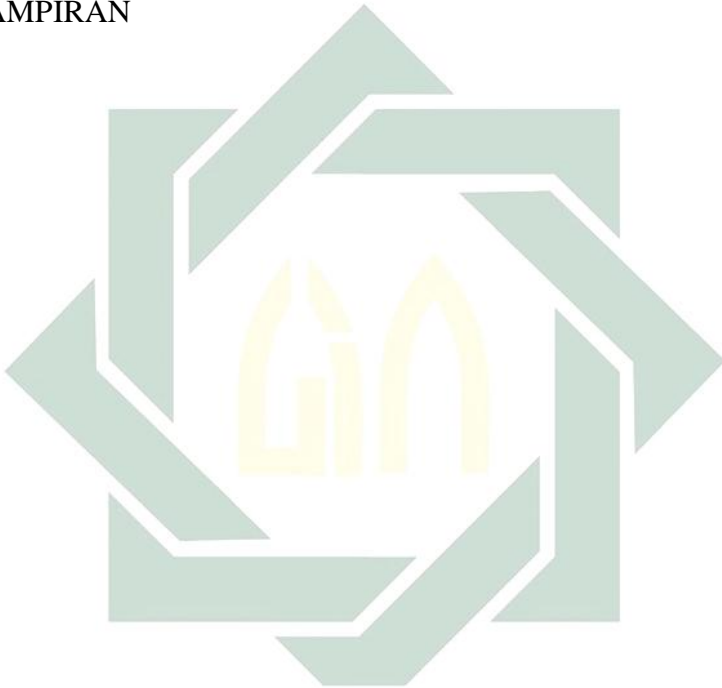
BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan87

B. Saran.....88

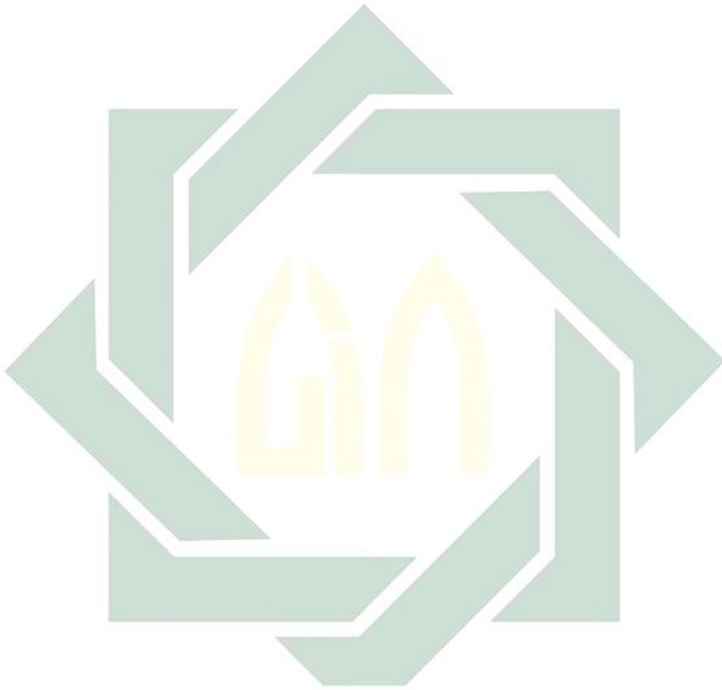
DAFTAR PUSTAKA90

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....80



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	24
Tabel 2.2 Karakteristik Produk dan Pelayanan	32
Tabel 2.3 Kerangka Teori Penelitian	46
Tabel 2.4 Paradigma Penelitian	47
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi	51
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi	53
Tabel 4.1 Struktur Pengurus Fakultas Dakwah Dan Komunikasi	69
Tabel 4.2 Tabel Interval Frekuensi	72
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan ODS (X)	72
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan ODS dan Kepuasan Mahasiswa	77
Tabel 4.6 Uji Realibilitas	79
Tabel 4.7 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	80
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Sederhana	81
Tabel 4.9 Uji t	82
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi	83
Tabel 4.11 Interpretasi Koefisien Korelasi	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era digital, media informasi berkembang dengan begitu pesat yang membuat masyarakat mudah untuk memperoleh beraneka ragam informasi. Media pelayanan yang berbasis online juga dapat lebih memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, karena proses pelayanan online dapat dikatakan lebih efektif dan efisien. Pelayanan sebagai suatu usaha yang melayani kebutuhan masyarakat. Sedangkan, kata melayani memiliki makna, yaitu membantu, menyiapkan, dan mengurus segala hal yang dibutuhkan seseorang.¹

Atep Adya Barata berpendapat, bahwa kualitas layanan adalah suatu jasa atau produk yang memiliki daya pikat yang tinggi bagi para konsumen, sehingga organisasi atau perusahaan berulang kali digunakan sebagai alat promosi untuk memikat minat konsumen.² Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan gambaran keadaan pelanggan dari pengalaman masa lalu yang berbentuk harapan guna membandingkannya dengan hasil dari pelayanan yang telah diterima oleh pelanggan.³

“Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1993 kemudian disempurnakan dengan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 memutuskan, bahwa

¹ Arista Atmadjati, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini Sistematis, Aplikatif, Disertai Dengan Contoh Kasus Dan Hasil Kajian Pengalaman Di Lapangan*, (Yogyakarta: Deepublish, April 2018), hal 1

² Atep Adya Barata, *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hal 23

³ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), hal 153

pelayanan umum merupakan suatu hal dari berbagai model pelayanan yang didelegasikan oleh pemerintah pusat atau daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.”⁴ Pelayanan juga dapat disebut sebagai *service*. Pelayanan berasal dari setiap individu yang berada di perusahaan. Apabila orang-orang tersebut tidak menilai dirinya sendiri, maka ia tidak akan memiliki arti apa-apa dalam kualitas layanan. Oleh karena itu, unsur keberhasilan organisasi yang paling mendasar adalah dengan memiliki sumber daya manusia yang berintegritas dalam menyediakan jasa pelayanan yang berkualitas.

Dalam penyediaan jasa pelayanan yang berkualitas, makna dari jasa harus diamati dengan baik, karena kondisi tinggi atau rendahnya perkembangan jasa akan memiliki ketergantungan pada suatu penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen. Organisasi di bidang jasa sangat mengutamakan sebuah kualitas layanan yang diharuskan untuk dilaksanakan secara optimal. Hal ini dikarenakan, kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dengan baik akan dapat membuat keberlangsungan suatu perusahaan atau organisasi tersebut menjadi baik pula. Pada umumnya, proses pelayanan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

Pemberian pelayanan yang memenuhi standar pelayanan menjadi bagian yang harus dicermati, karena sebuah pelayanan seringkali dirasakan secara langsung oleh konsumen dan konsumen selalu ingin merasakan dan diberikan sebuah pelayanan yang berkualitas. Salah satu hal

⁴ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal 4-5

yang sering dipermasalahkan dalam kualitas layanan adalah pemberian pelayanan yang masih jauh dari harapan konsumen.

Proses pelayanan secara langsung adalah sistem pelayanan yang dilakukan secara manual, sedangkan proses pelayanan secara tidak langsung dilakukan secara online. Masing-masing proses pelayanan memiliki kekurangan maupun kelebihan, namun proses yang dilakukan secara online dianggap lebih efektif dan efisien dikarenakan dapat dilakukan setiap saat tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. Hal yang lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, penampilan yang tidak berwujud dan cepat hilang, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi dalam proses mengonsumsi dapat disebut dengan jasa atau pelayanan.

Bentuk dari sebuah kepuasan pelanggan adalah perasaan dari seseorang yang telah membandingkan kinerja dari perusahaan atau organisasi atas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dengan hasil yang sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan Kepuasan pelanggan juga dapat memiliki makna sebagai harapan dari pelanggan yang telah mendapatkan informasi melalui promosi yang diterima melalui mulut ke mulut memiliki kesamaan dengan hasil yang diterimanya dalam pelayanan.⁵

“Undang- undang Republik Indonesia nomor 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik menyatakan, bahwa untuk membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan seiring dengan

⁵ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), hal 153

harapan dan tuntutan warga negara dan penduduk tentang peningkatan pelayanan publik”.⁶

Undang-undang yang telah disebutkan di atas memiliki makna, bahwa pelayanan publik merupakan suatu kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Pemenuhan kebutuhan yang diberikan kepada setiap warga negara melalui pelayanan dengan bentuk barang atau jasa diharuskan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pelayanan administratif merupakan salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan yang diberikan kepada masyarakat oleh penyelenggara pelayanan publik, seperti pembuatan kartu tanda penduduk, pembayaran pajak, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, kualitas layanan merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan dalam keberlangsungan suatu organisasi. Hal ini dikarenakan konsumen pada era saat ini mulai selektif dalam memilih segala hal yang dapat memuaskan atas harapannya dari suatu produk, seperti barang atau jasa. Salah satu sektor yang membuat masyarakat selektif dalam memilih, yakni pemilihan sektor pendidikan. Hal ini dikarenakan lembaga pendidikan adalah sebagai tempat untuk menimba ilmu bagi seluruh masyarakat.

Konsumen dapat tertarik pada lembaga pendidikan dengan melihat lembaga tersebut dari segi kualitas lembaganya. Salah satu lembaga pendidikan di bidang jasa adalah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya memiliki beberapa fakultas. Beberapa fakultas tersebut memiliki

⁶ Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*, (Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret 2015), hal 80-81

akademik. Kualitas layanan akademik diharuskan untuk selalu dikembangkan secara berkelanjutan.

Hal-hal yang perlu dikembangkan dalam setiap akademik terdiri dari mata kuliah yang harus diberikan kepada mahasiswa sesuai kurikulum yang ditetapkan oleh pemerintah, perencanaan kesatuan rencana belajar yang disebut program studi, cara penyampaian pembelajaran, sumber daya manusia yang meliputi dosen, pegawai, dan mahasiswa. Setiap akademik juga diharuskan untuk mengembangkan fasilitas kampus yang disebut sarana-prasarana, suasana dalam akademik, penelitian, publikasi, pengabdian kepada masyarakat, manajemen dari sebuah lembaga, sistem informasi yang dimiliki kampus, dan kerjasama kampus dengan pihak dalam negeri dan luar negeri.⁷

Perguruan tinggi yang memberikan sebuah pelayanan secara optimal dan konsisten kepada mahasiswa atau masyarakat dapat membuat *image* yang positif bagi perguruan tinggi. Oleh karena itu, akademik berperan penting dalam menjalankan sistem pelayanan perguruan tinggi secara optimal.

Pelayanan *One Day Service* merupakan revormasi yang baru digunakan oleh pihak akademik dari seluruh fakultas yang berada dalam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya selama kurang lebih satu tahun ini, yakni mulai tahun 2018 sampai 2019.⁸ Pelayanan *One Day Service* pertamakali dikonstruksi oleh FEBI Universitas Islam Negeri

⁷ Febriany Feibe Rosaline Tuerah, Lisbeth Mananeke, dan Hendra N. Tawas, Analisis Kualitas Layanan Akademik dan Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa, *Jurnal EMBA*, (Manado: Vol 3, No 4, desember 2015), hal 422

⁸ Hasil informasi dengan Ahmad Firdausi dan Akhmad Khairul Hakim, tanggal 23 September 2019 di ruangan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pukul 13.00 WIB

Sunan Ampel Surabaya pada awal tahun 2017 sejak FEBI menempati gedung baru tujuh lantai.⁹

Pelayanan *One Day Service* merupakan layanan satu hari selesai di bidang surat-menyurat.¹⁰ Pelayanan *One Day Service* di FEBI terbilang efektif dan efisien. Dengan demikian, Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mengambil alih program ini untuk dijadikan salah satu program dari pihak Kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk diterapkan pada seluruh fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.¹¹

Pelayanan *One Day Service* dilatarbelakangi oleh beberapa problematika dari seluruh fakultas Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, salah satu contoh kasusnya adalah tidak efektif dan efisien dalam pembuatan surat magang yang dirasakan oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kasus ini bermula pada saat mahasiswa yang baru naik semester tujuh akan memulai magang ke lembaga luar kampus. Beberapa mahasiswa ada yang memiliki kedekatan dengan beberapa dosen atau pengurus yang ada di masing-masing fakultasnya, sehingga mahasiswa tersebut terkadang menanyakan kepada dosen atau pengurus fakultas tentang hal-hal yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Salah satu kasus yang terjadi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah

⁹ Hasil informasi dengan Ali Arifin dan Admin Febi, http://febi.uinsby.ac.ad/?page_id=544, Surabaya, (diakses pada: 15 September 2019, Pukul 11:57 WIB)

¹⁰ Hasil Informasi dengan Ahmad Firdausi, tanggal 23 September 2019 di ruangan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pukul 13.00 WIB

¹¹ Tim Penyusun, *Rencana Induk Pengembangan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, (Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Desember 2017), hal 30

mahasiswa yang merasa dekat dengan sekretaris kaprodi, ia menanyakan sistematika pembuatan surat magang. Pihak sekretaris kaprodi memberikan informasi, bahwa permintaan surat magang itu minta ke pihak akademik.

Dalam hal ini, kurangnya sosialisasi tentang sistematika pembuatan surat magang pada mahasiswa mengakibatkan tidak efektif dan efisien dalam alur pembuatan surat magang. Hal ini dikarenakan, mahasiswa tidak dapat mengetahui kapan surat tersebut pasti jadinya, sehingga mahasiswa yang menerima informasi dari akademik, bahwa surat magangnya bisa jadi besok dan keesokan harinya ia datang ke akademik ternyata surat belum jadi. Mahasiswa pun harus bolak balik ke akademik untuk selalu memantau surat magangnya tersebut benar-benar diproses atau tidak.

Birokrasi yang rumit membuat mahasiswa enggan merasakan suatu kepuasan dalam organisasi tersebut. Oleh karena itu, pihak akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi memperbaiki sistem pelayanan yang kurang efektif dan efisien tersebut dengan membuat pelayanan yang berbasis online di bidang surat-menyurat. Program ini disebut dengan pelayanan *One Day Service*.

Dengan pelayanan *One Day Service* ini, pihak akademik memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan bagi mahasiswa dan mempermudah bagian akademik juga untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam surat-menyurat. Pihak akademik pun mengadakan front desk di Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk mempermudah mahasiswa, pengunjung, atau tamu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.¹² Dengan adanya *One Day Service* ini,

¹² Hasil Informasi dengan Ahmad Firdausi, tanggal 23 September 2019 di ruangan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pukul 13.00 WIB

birokrasi administrasi surat-menyurat di Fakultas Dakwah dan Komunikasi terbilang prosesnya lebih mudah dan cepat selesai. Dengan begitu, program *One Day Service* Fakultas Dakwah dan Komunikasi ini dapat memiliki dampak yang positif dan akan berimbas pada kepuasan mahasiswa.

Kualitas Layanan yang diberikan oleh akademik diharuskan untuk selalu dilaksanakan secara optimal. Hal ini dikarenakan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa. Mahasiswa dalam perguruan tinggi dapat disebut dengan konsumen, sedangkan perguruan tinggi dapat disebut produsen. Produk yang dijual oleh perguruan tinggi adalah sebuah jasa.

Dengan demikian, apabila pihak akademik selaku pelaksana pelayanan tidak dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada mahasiswa, maka hal tersebut akan berdampak negative pada tingkat kepuasan mahasiswa, lembaga, atau organisasi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, Kualitas Layanan *One Day Service* yang dikatakan masih baru diadakan pada tahun 2018 sampai 2019 ini di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN *ONE DAY SERVICE* (ODS) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA SEMESTER GASAL TAHUN AJARAN 2019-2020”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat diajukan menjadi rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri

Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020?

2. Apa indikator kualitas layanan *One Day Service* (ODS) yang paling berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020?
3. Apa indikator kualitas layanan *One Day Service* (ODS) yang paling kecil pengaruhnya terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti memiliki beberapa tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020.
2. Untuk mengetahui indikator kualitas layanan *One Day Service* (ODS) yang paling berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020.
3. Untuk mengetahui indikator kualitas layanan *One Day Service* (ODS) yang paling kecil pengaruhnya terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini dilakukan, agar nilai akademis dapat bertambah baik dan dapat memperkaya wawasan

ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Semester Gasal Tahun Ajaran 2019-2020.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang terlibat dan dapat pula sebagai refrensi lanjutan yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu dasar dari beberapa sifat yang dapat diamati oleh peneliti. Definisi operasional juga dapat dijadikan sebagai petunjuk alat pengambil data yang memiliki kecocokan untuk digunakan dalam mengukur suatu variabel.¹³

Sumadi Suryabrata berpendapat, bahwa definisi operasional dapat bermakna sebagai dasar dari seluruh sifat yang dapat didefinisikan dan dapat diamati oleh peneliti. Variabel diharuskan untuk didefinisikan secara operasional. Hal ini dilakukan, agar pengukuran dan hubungan antara satu variabel dengan lainnya lebih mudah untuk dicari.¹⁴

¹³ Aun Falestien Faletahan, Airlangga Bramayudha, Dan Deasy Tantriana, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Dakwah*, (Surabaya: Jurusan Manajemen Dakwah, 2015), hal 29

¹⁴ Kuntjojo, *Metode Penelitian*. (Kediri : E-Book, 2009), hal 24

Dengan demikian, peneliti dapat menjadi lebih mudah dalam pencarian dan pengukuran variabel, karena peneliti telah membuat definisi operasionalnya. Penelitian ini memiliki dua variabel. Variabel yang pertama adalah kualitas layanan ODS sebagai variabel bebas (X). Variabel yang kedua adalah kepuasan mahasiswa sebagai variabel terikat (Y). Definisi operasional dari kedua variabel tersebut akan dijelaskan, sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan ODS

Sistem layanan ODS merupakan pelayanan yang dapat dilakukan dengan waktu sehari dan mengutamakan kecepatan dalam proses pelayanannya. Sistem layanan *One Day Service* ini muncul dari pengambilan manfaat dari kemajuan teknologi dan mensinergikan dengan sistem, sehingga pembaharuan sistem dapat memiliki nilai tinggi dan kemudahan dalam transparansi atau memberikan suatu pelayanan pada era digital ini. Menurut Fandy Tjiptono, indikator dalam kualitas layanan terdiri dari lima macam, sebagai berikut:¹⁵

- a. Bukti fisik dari kualitas layanan ODS dapat dilihat melalui aspek fisik atau fasilitas dalam layanan ODS, seperti:
 - 1) Terdapat pendingin ruangan.
 - 2) Terdapat kursi.
 - 3) Terdapat komputer untuk mengkases ODS.
- b. Keandalan dari kualitas layanan ODS dapat dihubungkan dengan dengan sebuah kebijakan dari pimpinan, kompetensi dari petugas pelayanan ODS dalam mengaplikasikan suatu pelayanan yang ideal

¹⁵ FandyTjiptono, *Prespektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: ANDI, 2000), hal 42

dan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa, seperti:

- 1) Petugas *front desk* datang tepat waktu sesuai jadwal jam buka.
- 2) Petugas *front desk* melayani dengan sopan.
- 3) Batas kepengurusan dokumen satu hari selesai (24 jam).

c. Daya tanggap dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan kesediaan petugas layanan ODS diperuntukkan dalam memahami mahasiswa yang berkeluh kesah tentang perkuliahan atau kampus, seperti:

- 1) Petugas *front desk* memahami keluhan mahasiswa.
- 2) Petugas *front desk* memiliki perhatian yang tinggi kepada mahasiswa.
- 3) Respon yang cepat dari petugas *front desk* dalam memberikan solusi.

d. Jaminan dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan pemberian kepastian layanan yang ditujukan pada mahasiswa. Pemberian kepastian layanan ini juga meninjau dari kompetensi perguruan tinggi.

- 1) Layanan ODS mudah diakses dimana pun dan kapan pun mahasiswa berada.
- 2) Jaringan Internet tersedia di wilayah *front desk*.
- 3) Dokumen atau surat akan jadi satu hari selesai (24 jam).

e. Empati dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dari perguruan tinggi yang didapatkan dari hasil pemahaman lembaga terhadap kebutuhan mahasiswa.

- 1) Petugas *front desk* tanggap dalam memberikan arahan terkait keperluan mahasiswa.

- 2) Petugas *front desk* memberikan penjelasan yang mudah dipahami dalam mengurus keperluan mahasiswa.
- 3) Petugas *front desk* memiliki kepekaan yang tinggi dalam melayani mahasiswa yang sedang kesusahan dalam memenuhi keperluannya di Fakultas Dakwah dan komunikasi.

Pelayanan *One Day Service* (ODS) adalah suatu program unggulan dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan serta sebagai upaya untuk mendekatkan pelayanan dalam perizinan dan non perizinan kepada masyarakat guna membantu terciptanya pelayanan yang cepat (*quick service*).

Pada program *One Day Service* (ODS) hanya beberapa permohonan yang dapat diselesaikan dalam waktu satu hari kerja atau sekitar 8-12 jam kerja. *One Day Service* (ODS) dilaksanakan hanya untuk beberapa jenis pelayanan tertentu.¹⁶ Jenis layanan *One Day Service* (ODS) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah pembuatan surat-menyurat yang dapat diselesaikan dalam waktu satu hari kerja.

2. Kepuasan Mahasiswa

Setiap perguruan tinggi mempunyai tujuan utama untuk mencapai kepuasan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa dapat menjadi alat yang unggul untuk menghadapi persaingan antar perguruan tinggi dapat ditempuh melalui kepuasan mahasiswa.

¹⁶ Hasil Informasi dengan Ahmad Firdausi, tanggal 23 September 2019 di ruangan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pukul 13.00 WIB

Salah satu hasil mahasiswa yang telah memiliki kepuasan dari pelayanan yang dilakukan oleh perguruan tinggi adalah timbulnya loyalitas mahasiswa, mahasiswa menceritakan *image yang baik* tentang perguruan tinggi kepada teman-temannya, dan lain sebagainya. Menurut Tjiptono, indikator kepuasan mahasiswa, sebagai berikut:¹⁷

- a. Kesesuaian harapan dari kepuasan mahasiswa berhubungan dengan mahasiswa merasa nyaman dengan fasilitas ruangan dan pelayanan administrasi yang ramah, cepat dan tepat, seperti:
 - 1) Ruang *front desk* ber AC
 - 2) Adanya ruangan tunggu yang memiliki kursi yang memadai di area *front desk*
 - 3) Tersedianya komputer yang disediakan di *front desk* untuk mengakses ODS
- b. Minat berkunjung dari kepuasan mahasiswa berhubungan dengan mahasiswa setiap harinya datang ke fakultas. Peneliti menganggap atau menyetarakan pada poin yang ke dua ini dengan minta berkunjung kembali dapat dikatakan sebagai perasaan memiliki, sehingga mahasiswa memiliki rasa mencintai pada fakultasnya, seperti:
 - 1) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengajak temannya untuk berkunjung ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
 - 2) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi mau jika mengantar temannya ke *front desk*.
 - 3) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi ke fakultas hanya untuk duduk di wilayah *front desk*.

¹⁷Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal 101

- c. Kesiediaan merekomendasikan dari kepuasan mahasiswa berhubungan dengan mahasiswa bersedia untuk merekomendasikan universitas dan fakultas kepada teman, kerabat, atau keluarga, seperti:
- 1) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi merekomendasikan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya kepada temannya.
 - 2) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi merekomendasikan Fakultas Dakwah dan Komunikasi kepada temannya.
 - 3) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi membahas hal baik mengenai Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Peneliti telah menjelaskan secara singkat beberapa teori tentang kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa yang telah dipaparkan di atas. Kesimpulan yang dapat diringkas oleh peneliti dari beberapa teori di atas adalah kepuasan bermakna sebagai perasaan seseorang yang memiliki tingkat kesesuaian dengan harapannya setelah membandingkan kinerja pelayanan yang diperolehnya berjalan dengan baik.

F. Sistematika Pembahasan

Jika penulisan penelitian ini dilakukan dengan lebih terarah, maka sistematika pembahasan disusun dalam penulisan penelitian ini. Sistematika pembahasan terdiri dari lima bab. Masing-masing bab memiliki pembahasan tersendiri yang berhubungan satu sama lain.

BAB I, bab ini adalah pendahuluan. Bab ini ditekankan pada lima sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi operasional. *Pertama*, latar belakang masalah membahas teori secara singkat, adanya kesenjangan antara harapan dan

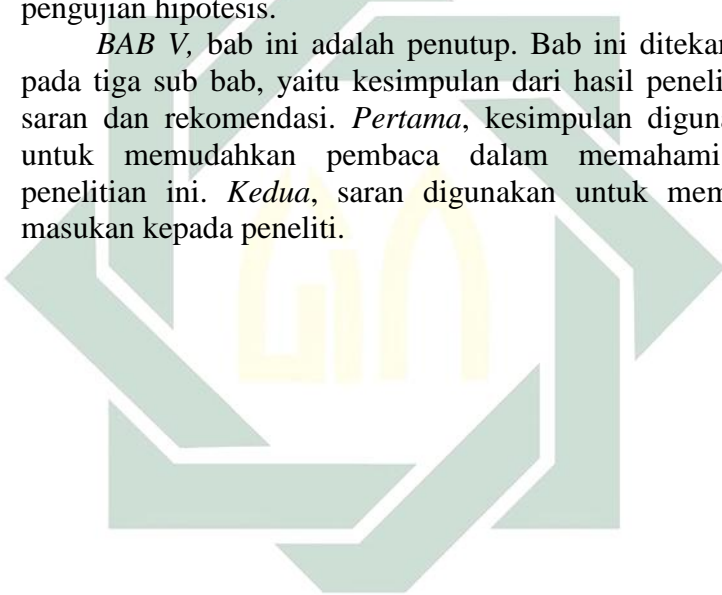
kenyataan, dan keunikan objek yang diteliti. *Kedua*, rumusan masalah diangkat dalam penelitian ini. *Ketiga*, tujuan penelitian mengungkapkan apa yang ingin dicapai dalam penelitian. *Keempat*, manfaat penelitian dibahas secara teoritis maupun praktis. *Kelima*, definisi operasional dipaparkan tentang teori yang digunakan menganalisis masalah penelitian.

BAB II, bab ini adalah kajian teoritik. Bab ini ditekankan pada tiga sub bab, yaitu penelitian terdahulu, kerangka teori dan hipotesis penelitian. *Pertama*, penelitian terdahulu diperlukan untuk bahan acuan melakukan penelitian lebih lanjut. *Kedua*, kerangka teori membahas tentang teori-teori secara jelas yang digunakan dalam penelitian ini. *Ketiga*, hipotesis penelitian dibahas untuk mengetahui jawaban sementara.

BAB III, bab ini adalah metode penelitian. Bab ini ditekankan pada tujuh sub bab, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validasi instrument penelitian, dan teknik analisa data. *Pertama*, pendekatan dan jenis penelitian digunakan untuk mengemukakan penelitian apa yang dipakai serta alasan-alasannya. *Kedua*, lokasi penelitian diuraikan. Jika lokasi penelitian sudah diuraikan, maka populasi, sampel, dan teknik sampling dibahas dalam metode penelitian. *Ketiga*, variabel dan indikator dibahas dengan memastikan secara jelas. *Keempat*, tahap-tahap penelitian dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian terhadap objek yang dikaji. *Kelima*, teknik pengumpulan data diuraikan dengan instrument dan cara yang digunakan peneliti. *Keenam*, teknik validasi instrument penelitian menguraikan tentang usaha-usaha peneliti untuk memperoleh validitas data. *Ketujuh*, teknik analisis data diuraikan prosesnya.

BAB IV, bab ini adalah hasil penelitian. Bab ini ditekankan pada empat sub bab, yaitu objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian (analisis data). *Pertama*, objek penelitian dipaparkan dengan secukupnya. *Kedua*, penyajian data dipaparkan dengan data. *Ketiga*, pengujian hipotesis dibahas. *Keempat*, pembahasan hasil penelitian (analisis data) dipaparkan tentang argumentasi teoritis terhadap hasil pengujian hipotesis.

BAB V, bab ini adalah penutup. Bab ini ditekankan pada tiga sub bab, yaitu kesimpulan dari hasil penelitian, saran dan rekomendasi. *Pertama*, kesimpulan digunakan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini. *Kedua*, saran digunakan untuk memberi masukan kepada peneliti.



BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan suatu acuan untuk peneliti mengetahui, tentang objek penelitian, variabel penelitian, tempat penelitian, dan lain sebagainya. Akan tetapi, jika beberapa ada kesamaan penelitian dari objek, variabel, tempat penelitian atau yang lain sebagainya, setidaknya ada perbedaan yang membuat penelitian yang akan diteliti menunjukkan belum ada yang meneliti. Oleh sebab itu, peneliti diharuskan untuk mencantumkan dan mencari ulang penelitian-penelitian terdahulu sesuai tema yang akan diteliti. Hal ini dilakukan, agar peneliti benar-benar memastikan, bahwa penelitian yang akan dilakukan memang belum pernah ada yang meneliti.

Penelitian terdahulu yang dirasa cocok dengan penelitian ini terdiri dari empat macam. *Pertama*, efektifitas pelaksanaan *One Day Service* (ODS) di badan pelayanan perizinan terpadu Kabupaten Sidoarjo yang diteliti oleh Christin Yuliani dan Isna Fitria Agustina.¹⁸ Penelitian tersebut dilaksanakan pada tahun 2015. Indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut terdiri dari kelengkapan sarana dan prasarana kemudahan prosedur pelayanan, ketepatan pelayanan, biaya pelayanan yang murah, dan produk pelayanan yang diberikan. Hasil penelitiannya menunjukkan, bahwa efektifitas pelayanan *One Day Service* (ODS) di kecamatan oleg BPPT Kabupaten Sidoarjo sudah sesuai dan efektif. Hal ini dikarenakan

¹⁸ Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*, (Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret 2015), hal 79-92

prosedur pelayanan yang ada di BPPT Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan dengan optimal oleh petugas yang bertugas.¹⁹

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak di bagian variabel bebas, yakni sama-sama menggunakan kualitas layanan ODS. Akan tetapi, objek yang diteliti berbeda. Tempat penelitiannya pun berbeda, Penelitian Christin dan Isna bertempat di badan pelayanan perijinan terpadu kabupaten Sidoarjo, sedangkan penelitian ini tertarik untuk meneliti di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Perbedaan penelitian Christin dan Isna dengan penelitian ini juga terletak pada metode penelitiannya. Penelitian Christin dan Isna menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif.

Kedua, pengaruh layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa program Pascasarjana Universitas Terbuka pada unit program belajar jarak jauh (UPBJJ) Mataram yang diteliti oleh Hery Susanto.²⁰ Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2014. Pada penelitian tersebut, indikator dari variabel layanan akademik terdiri dari bukti langsung, realibilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati. Variabel layanan akademik menjadi variabel independen atau variabel bebas. Sedangkan, variabel kepuasan mahasiswa menjadi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel bebas disebut variabel X dan variabel terikat disebut variabel Y.

¹⁹ Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*, (Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret 2015), hal 79

²⁰ Hery Susanto, Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Mataram, *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, (Mataram: Vol 15, No 2, 2014), hal 88-98

Hasil dari penelitian tersebut mendapatkan hasil, bahwa secara parsial indikator dimensi keandalan (*reliability*), *responsiveness* dan *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini disebabkan PPs-UT pada UPBJJ Mataram belum memberikan pelayanan seperti yang diharapkan oleh mahasiswa. Selanjutnya, pada indikator *tangibles* dan *empathy* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dari ke lima indikator tersebut, dimensi *emphaty* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa Program Pascasarjana UT pada UPBJJ Mataram. Secara simultan, kualitas layanan akademik yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai pengaruh signifikan yang sangat tinggi, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa PPs-UT pada UPBJJ Mataram.²¹

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak di bagian variabel penelitiannya, yakni sama-sama menggunakan kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa. Akan tetapi, objek yang diteliti berbeda. Penelitian Hery menggunakan kualitas layanan akademik, sedangkan penelitian ini menggunakan kualitas layanan ODS. Tempat penelitiannya juga berbeda, penelitian Hery di (UPBJJ) Mataram, sedangkan penelitian ini tertarik untuk meneliti di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

²¹ Hery Susanto, Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Mataram, *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, (Mataram: Vol 15, No 2, 2014), hal 88-98

Ketiga, pengaruh kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa serta implikasinya pada loyalitas mahasiswa (Studi pada sekolah tinggi manajemen informatika dan komputer di kota bandung) yang diteliti oleh ali mulyawan dan rinawati.²² Penelitian tersebut dilaksanakan pada tahun 2016. Indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut terdiri dari variabel (X), yakni bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan kepastian, variabel (Y₁), yakni memahami kebutuhan mahasiswa dan memenuhi harapan mahasiswa, variabel (Y₂), yakni menceritakan hal yang positif tentang lembaga, pengilangan pembelian yang menjadi kebiasaan, dan mempromosikan lembaga tersebut secara sukarela melalui mulut dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik Analisis Jalur.

Hasil penelitiannya menunjukkan, bahwa kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara sendiri-sendiri ataupun bersama-sama. Penelitian ini juga menghasilkan, bahwa pengaruh secara simultan atau sendiri-sendiri kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa memiliki nilai 49,1%. Sedangkan, sisanya bernilai 50,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak diteliti dalam penelitian ini.²³ Dengan hasil tersebut, nilai yang

²² Ali Mulyawan Dan Rinawati, Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Di Kota Bandung), *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Entrepreneurship* (Bandung: Vol 10, No 2, 2016), hal 119-131

²³ Ali Mulyawan Dan Rinawati, Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Di Kota Bandung), *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Entrepreneurship* (Bandung: Vol 10, No 2, 2016), hal 119-131

didapatkan dalam penelitian tersebut berimplikasi, bahwa pihak manajemen perguruan tinggi memerlukan untuk memperhatikan masalah kualitas akademik hal tersebut perlu dilakukan, karena peningkatan kualitas layanan akademik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak di bagian variabelnya, yakni sama-sama menggunakan kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa. Akan tetapi, variabel yang terdapat di penelitian Ali dan Rinawati disambungkan dengan implikasi serta loyalitas mahasiswa, sedangkan dalam penelitian ini variabel hanya terdiri dari kualitas layanan ODS dan kepuasan mahasiswa. Tempat penelitiannya pun berbeda, penelitian Ali dan Rinawati di sekolah tinggi manajemen informatika dan komputer di Kota Bandung), sedangkan penelitian ini tertarik meneliti di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Keempat, pengaruh kualitas layanan akademik terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa pada sekolah tinggi pariwisata Nusa Dua Bali yang diteliti oleh Nyoman Rinala, Made Yudana, dan Nyoman Natajaya.²⁴ Penelitian tersebut dilaksanakan pada tahun 2013. Indikator penelitian tersebut terdiri dari variabel (X), yakni bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, variabel (Y₁), yakni kesesuaian harapan dan sukarela merekomendasikan kepada orang lain, variabel (Y₂), yakni minat berkunjung kembali, menceritakan hal positif tentang

²⁴ Nyoman Rinala, Made Yudana, Dan Nyoman Natajaya, Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, *Jurnal Administrasi Pendidikan Indonesia*, (Singaraja: Vol 4, No 1, 2013), hal 1-12

lembaga pada orang lain, dan mempunyai rasa memiliki pada lembaganya.

Penelitian tersebut telah memiliki hasil, bahwa analisis faktor konfirmatori model pengukuran memberikan hasil koefisien pada bukti fisik bernilai 0,915, pada keandalan bernilai 0.864, pada daya tanggap bernilai 0,915, dan yang terakhir pada empati yang bernilai 0.910. hasil tersebut menunjukkan, bahwa lima macam faktor tersebut yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati menjadikan efek yang kuat. Akan tetapi, salah satu faktor, yakni jaminan yang bernilai 0,494 dapat memiliki efek yang lemah pada kualitas layanan akademik untuk Mahasiswa STP Nusa Dua Bali.²⁵

Analisis *structural model* dengan menggunakan teknik *multiple regression analysis* menunjukkan hasil, yakni kualitas layanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai sebesar 89,5%. Kepuasan mahasiswa juga berpengaruh positif. Akan tetapi pengaruhnya bersifat lemah terhadap loyalitas siswa yang bernilai sebesar 67,9%. Namun, pengaruh langsung Kualitas Layanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa tidak signifikan dengan nilai sebesar 08,7%.²⁶

Kesimpulan dari penelitian tersebut menunjukkan, bahwa kualitas layanan akademik dapat dijelaskan melalui beberapa faktor yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati yang menghasilkan efek kuat dan pada faktor jaminan dengan menghasilkan efek lemah. Kualitas

²⁵ Nyoman Rinala, Made Yudana, Dan Nyoman Natajaya, Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, *Jurnal Administrasi Pendidikan Indonesia*, (Singaraja: Vol 4, No 1, 2013), hal 1-12

²⁶ *Ibid*, hal 1-12

Layanan akademik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa. Akan tetapi, kualitas layanan akademik secara langsung berpengaruh dengan tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pada STP Nusa Dua Bali.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak di bagian variabel bebasnya (X), yakni sama-sama menggunakan kualitas layanan. Akan tetapi, variabel terikatnya (Y) memiliki perbedaan, yakni penelitian tersebut menggunakan kepuasan dan loyalitas mahasiswa, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan kepuasan mahasiswa. Tempat penelitiannya pun berbeda, penelitian tersebut di sekolah tinggi pariwisata Nusa Dua Bali, sedangkan penelitian ini tertarik meneliti di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama Peneliti	Judul penelitian	Tahun	Variabel Penelitian	Indikator penelitian	Kesimpulan Penelitian
1.	Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina	Efektifitas Pelaksanaan <i>One Day Service</i> (Ods) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo	2015	Efektifitas Pelaksanaan <i>One Day Service</i> (Ods)	1. Kemudahan prosedur pelayanan 2. Ketepatan pelayanan 3. Biaya pelayanan yang murah 4. Produk pelayanan yang diberikan	Efektifitas pelayanan <i>one day service</i> (ods) di kecamatan oleh badan pelayanan perijinan terpadu kabupaten sidoarjo sudah berjalan dengan efektif dan sesuai enam

					5. Kelengkapan sarana dan prasarana	standar pelayanan yang ditentukan oleh pemerintah.
2.	Hery Susanto	Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Mataram	2014	(X) Layanan Akademik (Y ₁) Kepuasan Mahasiswa	Variabel (x) Bukti langsung, realibilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati, dan empati Variabel (y ₁) Pekerjaan, kepribadian, upah dan promosi, sikap, dan lingkungan kerja	Hasilnya menunjukkan, bahwa secara parsial indikator dimensi keandalan (<i>reliability</i>), <i>responsiveness</i> dan <i>assurance</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan Secara simultan, kualitas layanan akademik yang terdiri dari <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> mempunyai pengaruh signifikan

						yang sangat tinggi
3.	Ali Mulyawan Dan Rinawati	Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Di Kota Bandung)	2016	(X) Kualitas Layanan Akademik (Y ₁) Kepuasan Mahasiswa (Y ₂) Loyalitas Mahasiswa	Variabel (x) Bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, kepastian. Variabel (y ₁) Pelayanan yang berkualitas dari segala aspek dan Kesesuaian harapan mahasiswa Variabel (y ₂) Menceritakan hal yang positif tentang lembaga, pengurangan pembelian yang menjadi kebiasaan, dan mempromosikan lembaga tersebut secara sukarela melalui mulut dan lain sebagainya.	Pengaruh secara simultan kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 49,1% sedangkan sisanya sebesar 50,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini berimplikasi bahwa pihak manajemen perguruan tinggi perlu untuk memperhatikan masalah kualitas akademik sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

4.	Nyoman Rinala, Made Yudana, dan Nyoman Natajaya	Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali	2013	(X) Kualitas Layanan Akademik (Y ₁) Kepuasan Mahasiswa (Y ₂) Loyalitas Mahasiswa	Variabel (X) Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati. Variabel (Y ₁) Kesesuaian harapan dan sukarela merekomendasikan kepada orang lain Variabel (Y ₂) Minat berkunjung kembali, menceritakan hal positif tentang lembaga pada orang lain, dan mempunyai rasa memiliki pada lembaga tersebut.	kualitas layanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yaitu 89,5%. Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif tapi lemah terhadap loyalitas siswa yaitu 67,9%. Pengaruh langsung Kualitas Layanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa tidak signifikan (08,7%).
----	---	---	------	--	---	--

5.	Hidayatus Sholichah	Pengaruh Kualitas Layanan <i>One Day Service</i> (ODS) terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun Ajaran Gasal 2019	2018	(X) Kualitas Layanan <i>One Day Service</i> (ODS) (Y) Kepuasan Mahasiswa	Variabel (X) Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>), Keandalan (<i>Reliability</i>), Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>), Jaminan (<i>Assurance</i>), Dan Empati Variabel (Y) Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Dan Kesiediaan Merekomendasikan.	?
----	---------------------	--	------	---	--	---

B. Kerangka Teori

Kerangka teori ini sebuah definisi yang memberikan penjelasan tentang konsep-konsep yang digunakan untuk pemahaman sendiri dengan jelas, singkat, dan tegas. Kerangka teori merupakan definisi yang berdasarkan teori dari pendapat para ahli.

1. Definisi Kualitas

Dalam era digital ini, lingkungan dunia usaha memiliki tanda dengan pesatnya perkembangan dalam semua bidang. Persaingan pada saat ini tidak hanya mengenai tentang seberapa besar tingkat produktivitas perusahaan dan seberapa kecil tingkat harga produk atau jasa. Akan tetapi, persaingan pada saat ini lebih terlihat pada kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya, melalui

kenyamanan, kemudahan, serta ketepatan dan kecepatan waktu dalam pencapaian pemenuhan kebutuhan konsumen.²⁷ Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik jasa atau produk yang memiliki ketergantungan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang telah dinyatakan.²⁸

Kualitas adalah suatu tingkat yang dapat diprediksikan dari kesamaan dan yang memiliki ketergantungan dengan kesesuaian biaya dalam permintaan pasar.²⁹ Kualitas juga dapat diartikan sebagai kepuasan pelanggan sepenuhnya dalam Bahasa inggrisnya adalah (*full Customer satisfaction*). Hal ini diartikan, bahwa apabila perusahaan atau organisasi memiliki produk yang berkualitas, maka perusahaan atau organisasi tersebut dapat memberikan suatu kepuasan sepenuhnya terhadap konsumen melalui suatu produk atau jasa tersebut.³⁰

Kualitas adalah jaminan terbaik organisasi atau perusahaan atas loyalitas pelanggan. Kualitas dapat dijadikan pertahanan terkuat bagi organisasi atau perusahaan dalam menghadapi persaingan dan salah satu jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan untuk organisasi atau perusahaan³¹

Berdasarkan beberapa definisi di atas, peneliti menyimpulkan, bahwa kualitas merupakan sebuah

²⁷ Dorothea Wahyu Ariani, *Manajemen Kualitas*, (Tangerang selatan, Universitas terbuka, 2014), hal 4

²⁸ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 143

²⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: Andy, 2000), Hal 20

³⁰ Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal 3

³¹ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 144

organisasi yang bertujuan untuk menciptakan daya tarik tersendiri bagi pelanggan dalam melakukan transaksi di dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, akademik berperan penting dalam menjalankan sistem pelayanan di perguruan tinggi. Akademik juga diharuskan untuk memberikan kualitas layanan kepada pelanggannya secara optimal.

2. Manfaat Kualitas

Kualitas merupakan hal yang terpenting dalam perusahaan atau organisasi. Hal ini dikarenakan kualitas dapat memberikan manfaat yang baik untuk eksistensi perusahaan atau organisasi. Russel dan Taylor yang dikutip oleh Wahyu Ariani menyatakan, bahwa manfaat kualitas dalam perusahaan terdiri dari enam macam, sebagai berikut:³²

- a. Reputasi perusahaan dapat meningkat dengan pesat
- b. Meminimalisir biaya.
- c. Pangsa pasar dapat meningkat dengan optimal
- d. Dapat berdampak internasional
- e. Adanya bentuk pertanggungjawaban terhadap produk atau jasa.
- f. Penampilan produk atau jasa menjadi lebih menarik pelanggan.
- g. Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting.

3. Definisi Pelayanan

Dalam era digital ini, perkembangan media informasi yang begitu pesat membuat masyarakat mudah untuk menghasilkan beraneka ragam informasi. Media

³² Dorothea Wahyu Ariani, *Manajemen Kualitas*, (Tangerang selatan, Universitas terbuka, 2014), hal 8-7

pelayanan yang berbasis online juga dapat lebih memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, karena proses pelayanan online dapat dikatakan lebih efektif dan efisien. Pelayanan sebagai suatu usaha yang melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan, kata melayani memiliki makna, yaitu membantu, menyiapkan, dan mengurus segala hal yang dibutuhkan seseorang.³³

Menurut Gronroos, pelayanan merupakan suatu aktifitas atau kegiatan yang beralur sesuai standart perusahaan dan memiliki sifat tidak dapat dilihat dengan kasat mata atau tidak dapat diraba.³⁴ Suatu aktifitas atau serangkaian kegiatan tersebut dilakukan oleh konsumen dengan karyawan yang saling berinteraksi untuk bertujuan dalam memecahkan permasalahan dari konsumen atau pelanggan.

Definisi di atas memiliki makna, bahwa pelayanan bersifat kasat mata tidak dapat diraba, namun pelayanan tersebut dapat dirasakan. Serangkaian kegiatan pelayanan dapat terjadi melalui berinteraksinya konsumen antar karyawan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen atau pelanggan.

Ciri-ciri pelayanan yang dapat menambah pemahaman tentang pelayanan yang diberikan oleh Zemke yang dikutip oleh Collins dan McLaughlin, sebagai berikut:³⁵

Tabel 2.2

³³ Arista Atmadjati, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini Sistematis, Aplikatif, Disertai Dengan Contoh Kasus Dan Hasil Kajian Pengalaman Di Lapangan*, (Yogyakarta: Deepublish, April 2018), hal 1

³⁴ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005, hal 2

³⁵ *Ibid*, hal 3

Karakteristik Produk dan Pelayanan

No.	Produk (Barang)	Jasa Pelayanan
1.	Konsumen memiliki objek dari suatu produk tersebut.	Konsumen memiliki kenangan. Apabila konsumen memiliki sebuah pengalaman atau memori, maka pengalaman atau memori tersebut tidak bisa dijual atau diberikan kepada orang lain.
2.	Tujuan pembuatan barang adalah barang tersebut dapat memiliki kesamaan atau berseragam yang pada intinya semua barang adalah sama.	Tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah keunikan. Keunikan yang dimaksud adalah konsumen. Setiap konsumen dan setiap kontak adalah special, karena setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda.
3.	Suatu barang atau produk dapat disimpan di gudang. Jadi jika ada konsumen yang ingin melihat salah satu barang, maka petugas bisa menunjukkan sampelnya yang dapat dikirim ke konsumen.	Suatu pelayanan terjadi pada saat tertentu. Pelayanan juga tidak dapat disimpan di gudang atau dikirimkan sampelnya.
4.	Konsumen dapat dijadikan sebagai pengguna akhir yang tidak terlibat dalam proses produksi.	Konsumen dalam pelayanan jasa akan menjadi salah satu rekan yang terlibat dalam proses produksi.

5.	Kontrol kualitas dilakukan dengan cara membandingkan output dengan spesifikasinya.	Konsumen melakukan kontrol kualitas dengan cara membandingkan harapannya dengan pengalamannya
6.	Jika terjadi kesalahan produksi, produk dapat ditarik kembali dari pasar.	Jika terjadi kesalahan, satu-satunya cara yang bisa dilakukan untuk memperbaiki adalah meminta maaf.
7.	Moral yang dimiliki oleh karyawan bersifat sangat penting.	Moral yang dimiliki pada setiap karyawan sangat berperan penting dalam pelayanan dan akan menentukan dalam kepuasan pelanggan secara langsung.

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan dari seseorang, organisasi, atau perusahaan dengan mengedepankan atau memiliki tujuan utamanya adalah untuk memuaskan konsumen atau sesama karyawan.³⁶

Dari definisi ini, peneliti menyimpulkan, bahwa pelayanan dalam perusahaan akan dapat dirasakan oleh konsumen atau pun sesama karyawan. Maksudnya adalah pelayanan ini terdiri dari dua macam, yakni pelayanan di dalam dan pelayanan ke luar.³⁷ Bagian pelayanan yang pertama adalah pelayanan yang berada di dalam perusahaan. Artinya adalah pelayanan ini terjadi antar

³⁶ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hal 47

³⁷ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hal 48

karyawan, atau pimpinan. Bagian yang kedua adalah pelayanan yang bertujuan ke luar perusahaan. Artinya adalah pelayanan dari perusahaan yang diberikan secara langsung atau tidak langsung terhadap konsumen atau pelanggan baru maupun lama.

Oleh karena itu, dua macam pelayanan yang terdiri dari pelayanan di dalam dan pelayanan ke luar diharuskan untuk saling mendukung, agar pelayanan dari perusahaan dapat terlaksana secara optimal.

Karyawan terkadang kurang dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, karena kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat beragam. Akan tetapi, konsumen terkadang juga ingin dilayani melebihi standart pelayanan yang telah diterapkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, karyawan diharuskan untuk memperhatikan dan memahami dengan baik kebutuhan dan keinginan dari konsumen atau pelanggan sebelum memberikan sebuah pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan tersebut. Cara karyawan untuk dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen atau pelanggan dapat mengidentifikasinya melalui empat macam pelayanan prima, sebagai berikut:³⁸

- a. Bantuan penuh
- b. Bantuan seperlunya
- c. Bantuan melalui telepon
- d. Bantuan mesin

Dengan demikian, karyawan diharuskan memiliki pengetahuan atau kompetensi dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan pekerjaannya. Hal ini dikarenakan pelayanan yang berkualitas dalam perusahaan juga dapat

³⁸ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hal 49-50

dilihat dari karyawan yang melaksanakan pelayanan dengan optimal.

Akan tetapi pemberian pelayanan juga dilakukan oleh seluruh elemen yang terlibat di dalam perusahaan atau organisasi, yakni mulai pimpinan yang paling atas sampai karyawan yang paling bawah kedudukannya di dalam perusahaan. Maknanya adalah seluruh karyawan diharuskan untuk memberikan pelayanan yang optimal di dalam atau ke luar perusahaan secara konsisten.

4. Dasar-dasar Pelayanan

Latar belakang karyawan menjadi dasar utama dalam memberikan sebuah pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan. Latar belakang karyawan dapat ditinjau dari sikapnya, asal-usulnya, riwayat pendidikan, pengalaman bekerja, suku bangsa, dan adat-istiadat yang dipercayainya.³⁹ Hal tersebut perlu diketahui oleh perusahaan atau organisasi untuk menyelaraskan kualitas dari karyawan tersebut sesuai dengan budaya yang ada dalam perusahaan. Jika karyawan dirasa masih memiliki peluang untuk bergabung di perusahaan, maka pihak perusahaan diharuskan untuk membekali karyawan tersebut dengan penambahan pengetahuan dan keterampilan terlebih dahulu melalui pelatihan bagi karyawan.

Penyelarasan kualitas karyawan melalui pelatihan ini dilakukan, agar seluruh karyawan baru atau lama, karyawan yang berinteraksi dengan pelanggan secara langsung atau tidak langsung dapat mengetahui konsistensi kualitas perusahaan dalam memberikan standarisasi pelayanan yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini. Jika standarisasi pemberian

³⁹ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hal 53

pelayanan tidak ada dalam perusahaan, maka pelayanan yang ada dalam perusahaan tersebut tidak dapat dikatakan pelayanan yang berkualitas baik.

Oleh karena itu, seluruh karyawan yang baru atau lama, karyawan yang berinteraksi dengan konsumen secara langsung atau tidak diperlukan untuk diberikan pembekalan dasar-dasar pelayanan yang baik atau sesuai standart perusahaan.

Dasar-dasar pelayanan yang diharuskan untuk dimengerti dan dipahami oleh seluruh elemen perusahaan, sebagai berikut:⁴⁰

- a. Penampilan menarik.
- b. Aroma tubuh yang menyegarkan.
- c. Percaya diri dan bersikap ramah.
- d. Tenang dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Sopan santun.
- f. Hormat.
- g. Bahasa yang digunakan saat bicara harus baik dan benar.
- h. Semangat dalam melakukan pelayanan dan mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki.
- i. Tidak memotong atau menyela pembicaraan seseorang.
- j. Memberikan kepuasan dan memberi kepercayaan kepada konsumen.
- k. Meminta bantuan pada saat tidak mampu mengerjakan tugas.
- l. Jika petugas belum siap untuk melayani konsumen, maka petugas diharuskan

⁴⁰ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, hal 53-56

memberikan info kepada konsumen waktu bisanya petugas untuk melayaninya.

Dengan demikian, jika karyawan dapat mengerti dan memahami dasar-dasar pelayanan, maka ia akan dapat menjadi karyawan yang berkualitas dalam melaksanakan pelayanan secara optimal. Karyawan yang berkualitas akan berdampak positif pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki karyawan yang berkualitas dalam menjalankan pelayanan membuat perusahaan tersebut memiliki standarisasi pelayanan yang baik.

5. Definisi Kualitas Layanan ODS

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan. Tingkat keunggulan yang baik bersifat konsisten. Tingkat keunggulan yang konsisten diharapkan oleh perusahaan, agar dapat mengendalikan pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Artinya perusahaan yang memberikan kualitas layanan secara terus-menerus dengan optimal dalam memenuhi harapan, dan kebutuhan dari konsumen atau pelanggan akan membuat perusahaan tersebut memiliki standart kualitas yang baik.⁴¹

Sedangkan, sistem layanan ODS merupakan pelayanan yang dapat dilakukan dengan waktu sehari dan mengutamakan kecepatan dalam proses pelayanannya. Sistem layanan *One Day Service* ini muncul dari pengambilan manfaat dari kemajuan teknologi dan mensinergikan dengan sistem, sehingga pembaharuan sistem dapat memiliki nilai tinggi dan

⁴¹ Febriany Feibe Rosaline Tuerah, Lisabeth Mananeke, Hendra N. Tawas, Analisis Kualitas Layanan Akademik dan Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa, *Jurnal EMBA*, Manado: Vol 3, No 4, 2015, hal 424

kemudahan dalam transparansi atau memberikan suatu pelayanan pada era digital ini.⁴²

Identifikasi pelayanan program *One Day Service* (ODS) diharuskan untuk dilakukan melalui beberapa aspek yang terdiri dari kemudahan prosedur pelayanan, ketepatan pelayanan, biaya pelayanan yang murah, produk pelayanan yang diberikan, kelengkapan sarana dan prasaranan, dan kompetensi petugas pemberi pelayanan.⁴³

6. Indikator Kualitas Layanan

Atep Adya Barata berpendapat, bahwa kualitas layanan adalah suatu jasa atau produk yang memiliki daya pikat yang tinggi bagi para konsumen, sehingga organisasi atau perusahaan berulang kali digunakan sebagai alat promosi untuk memikat minat konsumen.⁴⁴

Fandy Tjiptono berpendapat, bahwa indikator dalam kualitas layanan terdiri dari lima macam.⁴⁵ Indikator yang pertama adalah bukti langsung yang dapat disebut (*tangibles*). Indikator yang kedua adalah keandalan yang dapat disebut (*reliability*). Indikator yang ketiga adalah daya tanggap yang dapat disebut (*responsiveness*). Indikator yang keempat adalah

⁴² Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*, (Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret 2015), hal 85-86

⁴³ Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*, (Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret 2015), hal 86-87

⁴⁴ Atep Adya Barata, *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hal 23

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Prespektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: ANDI, 2000), hal 42

jaminan yang disebut (*assurance*). Indikator yang kelima adalah empati.

- a. Bukti langsung dalam dunia pendidikan berhubungan dengan aspek fisik.
- b. Keandalan berkesinambungan dengan kebijakan pimpinan, kompetensi pelayanan karyawan dalam pemberian pelayanan ideal atau bagus yang diharapkan oleh mahasiswa.
- c. Daya tanggap ini merupakan kesediaan personil lembaga pendidikan untuk mendengarkan keluhan mahasiswa. Daya tanggap juga merupakan kesediaan dari lembaga untuk memberikan solusi atas keluhan mahasiswa yang memiliki hubungan dengan *problem* kuliah atau masalah-masalah yang menyangkut kampus.
- d. Jaminan ini merupakan suatu keadaan pada lembaga atau sekolah untuk memberikan jaminan yang memiliki kepastian dalam layanan kepada mahasiswa. Jaminan yang pasti ini jaminan yang tidak terlepas dari kemampuan dari personil lembaga atau sekolah. Pemberian jaminan ini juga dilihat dari kemampuan pimpinan, dosen dan karyawan untuk meyakinkan dan membangun kepercayaan terhadap janji-janji yang telah dibuat oleh lembaga atau sekolah terhadap mahasiswa tentang fasilitas, pelayanan, dan sebagainya.
- e. Empati adalah kondisi mental seseorang yang dapat merasakan hal yang sama dengan kondisi mental orang lain atau memahami keadaan orang lain. Dengan demikian, gambaran empati dalam lembaga atau sekolah terhadap kebutuhan mahasiswa dapat ditunjukkan dengan adanya pemahaman personil lembaga terhadap kebutuhan

mahasiswa dan mengupayakan ke arah pencapaiannya.

Kesimpulan dari beberapa teori di atas adalah kualitas layanan dapat siartikan sebagai suatu hal yang sangat penting dalam sebuah organisasi. Pelayanan yang baik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang akan melakukan transaksi di dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, akademik berperan penting dalam menjalankan sistem pelayanan di perguruan tinggi. Akademik juga diharuskan untuk memberikan kualitas layanan kepada pelanggannya secara optimal.

7. Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam

Kualitas layanan dalam perspektif Islam adalah kualitas layanan yang dilaksanakan dengan baik. Maknanya adalah baik dalam tindakan atau ucapan yang diberikan oleh karyawan selaku server dalam melayani pelanggannya. Hal tersebut juga sudah dianjurkan dalam Islam dengan penjelasan yang ada di surat Al-Imron ayat 159.⁴⁶

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
الْقَلْبِ لَأُنْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَسَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka menjatuhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarah dengan

⁴⁶ Referensi: <https://Tafsirweb.Com/1291-Surat-Ali-Imran-Ayat-159.Html>, Diakses Pada 20 November 2019 Pukul 15.55 WIB.

mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Berdasarkan ayat di atas, setiap manusia diarahkan untuk berlaku lemah lembut kepada semua orang, agar semua orang merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Jika penjelasan ayat tersebut diterapkan dalam organisasi atau perusahaan, maka pihak perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak konsumen yang mempunyai beragam pilihan. Oleh karena itu, pihak perusahaan atau organisasi diharuskan untuk memberikan sebuah pelayanan secara optimal kepada pelanggannya, agar pelanggan tersebut dapat nyaman dan tidak akan memilih perusahaan atau organisasi lainnya.

8. Definisi Kepuasan

Kepuasan pelanggan bukan suatu hal atau gagasan yang baru dalam dunia usaha. Pada awal abad 20, praktisi bisnis di seluruh dunia sudah memahami, bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah hal yang penting bagi perusahaan.

Menurut Payandani sebagaimana dikutip oleh Ida Yulia Fitri dan Asma Nur Khoiriyah, kepuasan merupakan keadaan seseorang yang merasa senang dari hasil pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi dengan memuaskan. Konsumen dapat merasa senang karena keinginan dan tujuannya atas pelayanan telah tercapai atau terpenuhi⁴⁷

⁴⁷ Bahaudin Adnan, “*Analisis Hubungan Kualitas Layanan Lembaga Amil Zakat Dengan Kepuasan Muzakki Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Muzakki*”, *Skripsi* (Jakarta: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas

Kepuasan dapat diartikan sebagai sebuah persepsi dari seseorang yang terdiri dari kebutuhannya, harapannya, dan ekspektasinya terhadap suatu produk atau pelayanan yang telah diterima dan terpenuhi dengan baik.⁴⁸

Philip Kotler menyatakan, bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang timbul setelah adanya membandingkan antara harapan-harapannya, persepsinya atau kesannya terhadap kinerja dari suatu jasa dilaksanakan dengan optimal.⁴⁹

9. Kepuasan Mahasiswa

Setiap perguruan tinggi mempunyai tujuan utama untuk mencapai kepuasan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa dapat menjadi alat yang unggul untuk menghadapi persaingan antar perguruan tinggi dapat ditempuh melalui kepuasan mahasiswa.

Salah satu hasil mahasiswa yang telah memiliki kepuasan dari pelayanan yang dilakukan oleh perguruan tinggi adalah timbulnya loyalitas mahasiswa, mahasiswa menceritakan *image yang baik* tentang perguruan tinggi kepada teman-temannya, dan lain sebagainya.⁵⁰

Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta, 2018), hal 23

⁴⁸ Indri Yuliafitri Dan Asma Nur Khoiriyah, “Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)”, *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 7, No. 2, Desember 2016), hal 209

⁴⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2004), hal 42

⁵⁰ Indri Yuliafitri Dan Asma Nur Khoiriyah, “Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)”, *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 7, No. 2, Desember 2016), hal 209

10. Indikator Kepuasan

Menurut Tjiptono, indikator kepuasan mahasiswa terdiri dari tiga macam, yakni kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.⁵¹

- a. Kesesuaian harapan adalah harapan konsumen yang telah terpenuhi atau memiliki tingkat kesesuaian yang baik dari kinerja jasa dan produk yang didapatkan oleh konsumen dengan baik.
- b. Minat berkunjung kembali adalah kesediaan dari konsumen yang berminat atau ats keinginannya dari diri sedniri untuk kembali ke perusahaan atau organisasi tersebut tanpa paksaan dengan mengunjunginya dan melakukan transaksi kembali melalui jasa dan membeli ulang produk tersebut.
- c. Kesediaan merekomendasikan ini adalah konsumen bersedia untuk melakukan dalam merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasa oleh konsumen baik kepada kerabat, teman, atau keluarganya.

Dari beberapa teori di atas, peneliti dapat menyimpulkan, bahwa kepuasan adalah seseorang yang memiliki tingkat perasaan puas setelah ia membuat perbandingan antara kinerja dengan hasil yang ia rasakan dan membandingkannya dengan harapannya.

11. Kepuasan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam

Kepuasan mahasiswa atau kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam menggunakan tolak ukur dalam penliaiannya dengan menggunakan standart yang sesuai dengan syariat Islam. Kepuasan dalam syariat

⁵¹ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hal 101

Islam dapat dipandang sebagai tingkat perbandingan yang terjadi antara harapan dan kenyataan dari jasa atau produk yang diterima oleh konsumen diharuskan untuk sama dan tidak diperbolehkan untuk ditambahi atau dikurangi.

Philip Kotler berpendapat, bahwa konsumen dapat memiliki pengalaman dalam merasakan salah satu dari tiga tingkat kepuasan, yakni apabila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang dan gembira.⁵²

Akan tetapi, jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan atas kinerja perusahaan tersebut. Hal tersebut juga diterangkan dalam *Al-Qur'an* surat *An-Nisa'* ayat 58, sebagai berikut:⁵³

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا
حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا
يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kami) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

⁵² Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba empat, 1999), hal 52

⁵³ The Noble Qur;An [Http://Id.Noblequran.Org/Quran/Surah-An-Nisa/Ayat-58/](http://Id.Noblequran.Org/Quran/Surah-An-Nisa/Ayat-58/), Diakses Pada 20 November 2019, PukuL 15:59 WIB.

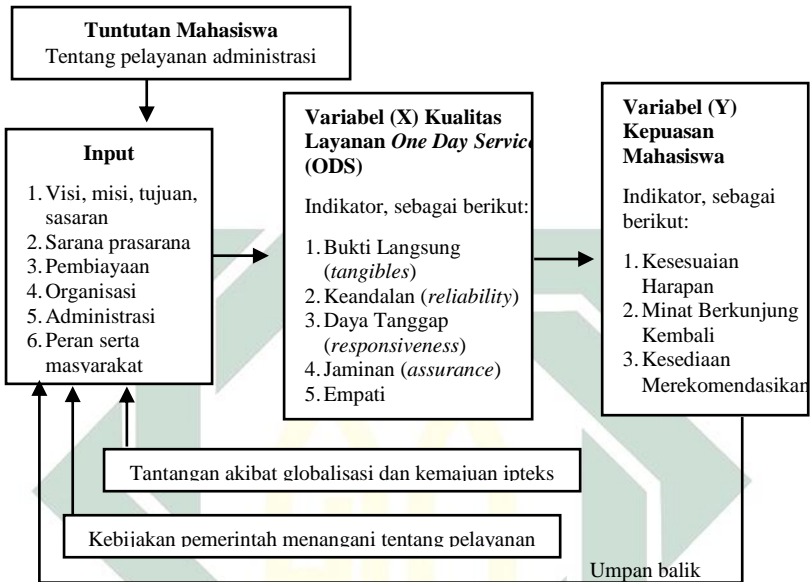
Berdasarkan ayat di atas, perusahaan atau organisasi diharuskan untuk menyampaikan kualitas produk atau jasanya dengan jujur atau sesuai dengan kenyataannya dan tidak mengada-ngada kepada pelanggan. Salah satunya adalah promosi produk atau jasa.

Dalam hal ini, perusahaan atau organisasi memberikan tontonan pada promosinya kepada pelanggan tentang hal-hal yang baik dan menarik untuk mendapatkan kepercayaan konsumen untuk tertarik pada produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Setelah pelanggan tertarik, pelanggan biasanya sudah memiliki harapan tentang produk atau jasa yang akan didapatkannya pada organisasi tersebut.

Pelanggan yang tertarik akan membandingkan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan kenyataannya produk atau jasa tersebut. Apabila promosi dan kenyataan di perusahaan sesuai dengan kenyataan yang ada di dalam perusahaan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas.

Akan tetapi, jika promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentang produk atau jasanya tersebut tidak sama atau ada yang dlebih-lebihkan saat promosi dan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada dalam perusahaan, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan telah datang ke perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa adanya tidak kesesuaian harapannya dengan kenyataan yang di peroleh oleh pelanggan pada perusahaan tersebut.

Tabel 2.3
Kerangka Teori Penelitian



12. Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan

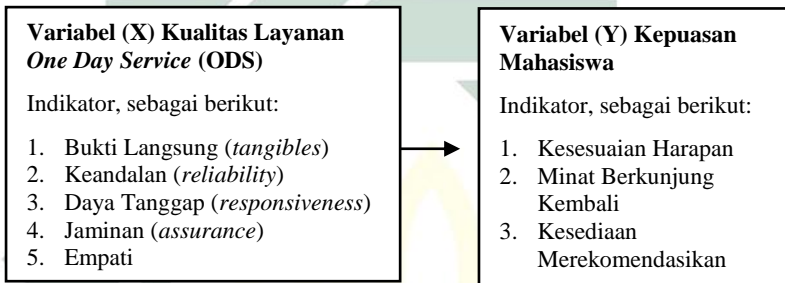
Kualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas dari suatu jasa atau produk baik, maka konsumen akan merasakan kepuasan dalam menerima jasa layanan dan penggunaan produk yang berkualitas. Pernyataan yang disebutkan tersebut telah didukung oleh teori yang disampaikan oleh Kotler.⁵⁴

Kotler dalam Sutino menyatakan, bahwa kualitas merupakan berbagai sifat atau karakteristik dari jasa atau produk yang dapat memiliki pengaruh dalam

⁵⁴ Maretia Mega T. dan Soni Harsono, Pengaruh Harga, Nilai Manfaat, Dan kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone Blackberry* Di Surabaya, *Journal Of Business an Banking*, (Surabaya, Volume 3, No 2, 2013), hal 141-142

memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memenuhi kebutuhan konsumen yang telah dikatakan. Hubungan konsumen dengan kualitas layanan adalah adanya orinetasi dari pelanggan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dengan kualitas jasa atau produk yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen.⁵⁵

Tabel 2.4
Paradigma Penelitian



C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Secara prosedural, hipotesis penelitian diajukan setelah peneliti melakukan kajian teori. Hal ini dikarenakan hipotesis penelitian merupakan sebuah ringkasan dari kesimpulan teoritis yang telah diperoleh dari sebagian sumber kepustakaan.⁵⁶ Setelah teori yang telah dijelaskan di atas dan dengan didasari

⁵⁵ Maretia Mega T. dan Soni Harsono, Pengaruh Harga, Nilai Manfaat, Dan kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone Blackberry* Di Surabaya, *Journal Of Business an Banking*, (Surabaya, Volume 3, No 2, 2013), hal 141-142

⁵⁶ Tim Penyusun, 2015, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Dakwah*, (Surabaya: Jurusan, Manajemen Dakwah) hal 32

rumusan masalah, maka peneliti dapat merumuskan hipotesis penelitian ini, sebagai berikut:

1. Hipotesis I

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun Ajaran Semester Gasal 2019.

Ha : Ada pengaruh kualitas layanan *One Day Service* (ODS) terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun Ajaran Semester Gasal 2019.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Jadi, peneliti menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kuantitatif asosiatif dalam penelitian ini.

Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang memberikan sebuah informasi data dengan berupa angka dalam proses penganalisisnya menggunakan statistik.⁵⁷ Sedangkan, jenis penelitian asosiatif tersebut merupakan penelitian yang memberikan penjelasan dari hubungan antar variabel atau lebih. Dalam segi hubungan penelitian, peneliti menggunakan hubungan kausal dalam penelitian ini. Hubungan kausal adalah hubungan yang menunjukkan sebab dan akibat antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).⁵⁸

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya lebih tepatnya jalan Ahmad Yani no. 117, Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur (60237).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi bermakna sebagai seluruh objek pengamatan yang menjadi perhatian peneliti. Populasi dapat diartikan sebagai seluruh objek pengamatan yang

⁵⁷ Ruslan Rosady, *Metode Penelitian PR Dan Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal 132

⁵⁸ *Ibid*, hal 132

didapatkan dari percobaan penelitian.⁵⁹ Peneliti memilih Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang masih menempuh semester satu dan tiga untuk dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang menempuh semester satu dan tiga merasakan sistem layanan *One Day Service* secara langsung pada saat menjadi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi pertama kalinya.

Peneliti memiliki pertimbangan dengan memilih semester satu dan tiga ditinjau dari biaya ukt yang paling tinggi kurang lebih delapan jutaan ke atas yang dikeluarkan oleh mahasiswa. Dengan biaya tersebut, Fakultas Dakwah dan Komunikasi berharap dapat membuat mahasiswa merasa puas dengan pengadaan pelayanan salah satunya layanan *One day Service*. Layanan *One Day Service* memberikan kemudahan kepada mahasiswa, karena layanan tersebut dapat diakses secara mudah. Kemudahan layanan tersebut berupa waktu dan tempat untuk mengakses. Layanan tersebut bisa di akses dimanapun dan kapanpun oleh mahasiswa.

Dengan demikian, Biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa dengan layanan dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang diterima oleh mahasiswa diharapkan dapat seimbang.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki lima prodi, yakni manajemen dakwah, pertumbuhan masyarakat Islam, ilmu komunikasi, komunikasi penyiaran Islam, dan bimbingan konseling Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas

⁵⁹ Christianus S, *Seni Belajar Kilat Spss 17*, (Yogyakarta: ANDI dan EICOM, 2010), hal 45

Dakwah dan Komunikasi yang aktif dari seluruh prodi dan duduk di semester satu dan tiga berjumlah 1.303 mahasiswa.⁶⁰ Jumlah 1.303 mahasiswa terdiri dari, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Data Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Tahun Ajaran Gasal 2019⁶¹

No	Jurusan/Prodi	Sem 1	Sem 3	Jumlah
1.	Manajemen Dakwah	105	106	211
2.	Pengembangan Masyarakat Islam	138	119	257
3.	Ilmu Komunikasi	137	137	274
4.	Komunikasi Penyiaran Islam	123	124	247
5.	Bimbingan Konseling Islam	151	163	314
Total Keseluruhan		654	649	1.303

Sumber data: diperoleh dari arsip kemahasiswaan akademik Fakultas Dakwah dan Komunkasi

2. Sampel

Keseluruhan dari populasi dipersempit jumlahnya dapat disebut sampel. Sugiyono memiliki pendapat tentang arti sampel, yaitu sampel dapat diartikan sebagai total keseluruhan yang sudah mewakili dari seluruh karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶² Nilai dari sampel dapat mewakili dari jumlah populasi. Peneliti

⁶⁰ Data diperoleh dari pihak akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi diberikan oleh Rozaq, tanggal 23 September 2019 di ruangan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pukul 13.00 WIB

⁶¹ Hasil Informasi dengan Ahmad Firdausi, tanggal 23 September 2019 di ruangan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pukul 13.00 WIB

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 116

menjadikan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang menempuh di semester satu dan tiga sebagai sampel pada penelitian ini.

Arikunto menyatakan, bahwa penentuan untuk pengambilan sampel adalah dengan dilihat dari apabila nilai populasi kurang dari 100, maka lebih baik keseluruhan nilai populasi dibuat untuk sampel. Akan tetapi, jika nilai populasi terlalu besar, maka nilai populasi dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% untuk dijadikan sampel.⁶³

Peneliti mempersempit populasi dalam penelitian ini dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjumlah 1.303 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang diambil 10%nya dari jumlah seluruh populasi, yakni sampel berjumlah 130 mahasiswa untuk taraf signifikan 0,05 dan sampel yang diperoleh dapat mempunyai tingkat kepercayaan 95% terhadap populasi.⁶⁴

Dalam penelitian ini, cara pengambilan sampel menggunakan *Proportional sampling*. Jadi, setiap jurusan atau prodi dalam populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel. *Proportional sampling* juga digunakan untuk menentukan jumlah sampel pada masing-masing jurusan dan angkatan. Rumus *proportional sampling* adalah $\frac{n}{k}$ x jumlah sampel.⁶⁵

⁶³ Arikunto, Suharsimi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hal 116

⁶⁴ Arikunto, Suharsimi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hal 116

⁶⁵ Aditya Dicky Pratama, Peran Orang Tua Dan Keteladanan Guru Dalam Peningkatan Minat Belajar Pada Siswa SMA Negeri 1 Wiradesa Tahun Ajaran 2016/2017, *Skripsi*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Prodi Pendedidikan Akuntansi, juli 2017), hal 24- 28

Keterangan:

n = jumlah jurusan setiap angkatan

k = jumlah populasi

Pengambilan sampel ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam pengolahan data dan untuk mendapatkan hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil oleh peneliti berdasarkan teknik *probability sampling*, yakni *simple random sampling*. Dengan ini, peneliti dapat memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi (mahasiswa) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak.

Sampel diambil dengan teknik *insidental*. Sugiyono menyatakan, bahwa *sampling insidental* merupakan suatu penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan.⁶⁶ Dalam hal ini, maknanya adalah siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti, maka mahasiswa tersebut dapat digunakan sebagai sampel dengan pertimbangan mahasiswa tersebut dipandang terlihat cocok sebagai sumber data.

Tabel 3.2

Jumlah Sampel Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tahun Ajaran Gasal 2019-2020

No	Jurusan/Prodi	Sem 1	Sem 3	Sem 1	Sem 3
1.	Manajemen Dakwah	105	106	$\frac{105}{1303} \times 130$ = 10	$\frac{106}{1303} \times 130$ = 11
2.	Pengembangan Masyarakat Islam	138	119	$\frac{138}{1303} \times 130$ = 14	$\frac{119}{1303} \times 130$ = 12

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Afabeta, 2011), hal 81

3.	Ilmu Komunikasi	137	137	$\frac{137}{1303} \times 130$ = 14	$\frac{137}{1303} \times 130$ = 14
4.	Komunikasi Penyiaran Islam	123	124	$\frac{123}{1303} \times 130$ = 12	$\frac{124}{1303} \times 130$ = 12
5.	Bimbingan Konseling Islam	151	163	$\frac{151}{1303} \times 130$ = 15	$\frac{163}{1303} \times 130$ = 16
Total Keseluruhan Jumlah Populasi		1.303 Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi			
Total Keseluruhan Jumlah Sampel		130 Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi			

Dengan demikian, sampel yang diambil dari jurusan dakwah semester 1 berjumlah 10 mahasiswa dan semester 3 berjumlah 11 mahasiswa. Sampel yang diambil dari jurusan pengembangan masyarakat Islam semester 1 berjumlah 14 mahasiswa dan semester 3 berjumlah 12 mahasiswa. Sampel yang diambil dari jurusan ilmu komunikasi semester 1 berjumlah 14 mahasiswa dan semester 3 berjumlah 14 mahasiswa. Sampel yang diambil dari jurusan komunikasi penyiaran Islam semester 1 berjumlah 12 mahasiswa dan semester 3 berjumlah 12 mahasiswa. Sampel yang diambil dari jurusan bimbingan konseling Islam semester 1 berjumlah 15 mahasiswa dan semester 3 berjumlah 16 mahasiswa.

Total keseluruhan sampel berjumlah 130 mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Sampel ini diberikan pada masing-masing kelas dengan diambil secara aksidental, yakni pengambilan sampel berdasarkan kebetulan bertemu

dengan peneliti dimana sampel dianggap sesuai sebagai sumber data.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki bentuk untuk dipelajari oleh peneliti, sehingga peneliti dapat memperoleh informasi tentang hal tersebut. Informasi yang sudah didapatkan oleh peneliti akan disimpulkan olehnya. Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian ini. Dua variabel tersebut terdiri dari dua macam, yakni variabel *independen* (bebas atau mempengaruhi) dan variabel *dependen* (terikat atau dipengaruhi). Variabel bebas dapat disebut variabel (X). Sedangkan, variabel terikat dapat disebut variabel (Y). Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah kualitas layanan akademik (X), sedangkan variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa (Y).

2. Indikator

Indikator adalah suatu nilai yang dapat menjadi ukuran sesuai dengan variabel. Indikator digunakan untuk mengetahui atau mengukur seberapa jauh atau seberapa besar variabel yang saling berkesinambungan.

Indikator dari variabel *independen* kualitas layanan akademik (X) pelayanan terdiri dari lima macam, yakni bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati.⁶⁷

- a. Bukti fisik dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan aspek fisik atau fasilitas dalam layanan ODS, seperti:

⁶⁷ Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Grasindo, Maret 2005), hal 216-217

- 1) Terdapat pendingin ruangan.
 - 2) Terdapat kursi.
 - 3) Terdapat komputer untuk mengkases ODS.
- b. Keandalan dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan sebuah kebijakan dari pimpinan, kompetensi dari petugas pelayanan ODS dalam memberikan suatu pelayanan yang ideal dan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa, seperti:
- 1) Petugas *front desk* datang tepat waktu sesuai jadwal jam buka.
 - 2) Petugas *front desk* melayani dengan sopan.
 - 3) Batas kepengurusan dokumen satu hari selesai (24 jam).
- c. Daya tanggap dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan kesediaan petugas layanan ODS untuk mendengarkan dan mengatasi keluhan dari mahasiswa yang berhubungan dengan permasalahan kuliah atau kampus, seperti:
- 1) Petugas *front desk* memahami keluhan mahasiswa.
 - 2) Petugas *front desk* memiliki perhatian yang tinggi kepada mahasiswa.
 - 3) Respon yang cepat dari petugas *front desk* dalam memberikan solusi.
- d. Jaminan dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan pemberian kepastian layanan kepada mahasiswa yang tidak terlepas dari kompetensi dari personil lembaga atau Universitas.
- 1) Layanan ODS mudah diakses dimana pun dan kapan pun mahasiswa berada.
 - 2) Jaringan Internet tersedia di wilayah *front desk*.

- 3) Dokumen atau surat akan jadi satu hari selesai (24 jam).
- e. Empati dari kualitas layanan ODS berhubungan dengan adanya pemahaman personil lembaga terhadap kebutuhan mahasiswa dan berupaya untuk kearah pencapaiannya.
- 1) Petugas *front desk* tanggap dalam memberikan arahan terkait keperluan mahasiswa.
 - 2) Petugas *front desk* memberikan penjelasan yang mudah dipahami dalam mengurus keperluan mahasiswa.
 - 3) Petugas *front desk* memiliki kepekaan yang tinggi dalam melayani mahasiswa yang sedang kesusahan dalam memenuhi keperluannya di Fakultas Dakwah dan komunikasi.

Sedangkan, indikator variabel *dependen* kepuasan mahasiswa (Y) terdiri dari tiga macam, yakni kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.⁶⁸

- a. Kesesuaian harapan dari kepuasan mahasiswa berhubungan dengan mahasiswa merasa nyaman dengan fasilitas ruangan dan pelayanan administrasi yang ramah, cepat dan tepat, seperti:
 - 1) Ruangan *front desk* ber AC.
 - 2) Adanya ruangan tunggu yang memiliki kursi yang memadai di area *front desk*.
 - 3) Tersedianya komputer yang disediakan di *front desk* untuk mengakses ODS.
- b. Minat berkunjung dari kepuasan mahasiswa berhubungan dengan mahasiswa setiap harinya

⁶⁸ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hal 101

datang ke fakultas. Peneliti menganggap atau menyetarakan pada poin yang ke dua ini dengan minta berkunjung kembali dapat dikatakan sebagai perasaan memiliki, sehingga mahasiswa memiliki rasa mencintai pada fakultasnya, seperti:

- 1) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengajak temannya untuk berkunjung ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- 2) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi mau jika mengantar temannya ke *front desk*.
- 3) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi ke fakultas hanya untuk duduk di wilayah *front desk*.

c. Kesiadaan merekomendasikan dari kepuasan mahasiswa berhubungan dengan mahasiswa bersedia untuk merekomendasikan universitas dan fakultas kepada teman, kerabat, atau keluarga, seperti:

- 1) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi merekomendasikan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya kepada temannya.
- 2) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi merekomendasikan Fakultas Dakwah dan Komunikasi kepada temannya.
- 3) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi membahas hal baik mengenai Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan data yang diinginkan atau dibutuhkan dalam proses penelitian ini. Kuesioner dan dokumentasi dijadikan oleh peneliti

sebagai alat pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Peneliti menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data melalui pertanyaan atau pernyataan yang dijawab oleh responden.⁶⁹ Sedangkan, peneliti menggunakan dokumentasi untuk mendapatkan data melalui bentuk karya, gambar, video atau sebagainya dari obyek penelitian ini.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang tertutup, yakni kuesioner yang berisi tentang jawaban alternatif yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijawab oleh responden.⁷⁰ Dengan demikian, peneliti akan memaparkan bentuk kuesioner dan dokumentasi menurut para ahli yang akan dibuat acuan oleh peneliti dalam mendapatkan data.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara memberi pertanyaan tertulis pada responden.⁷¹ Skala likert adalah skala yang digunakan dalam penelitian ini. Skala likert dalam penelitian ini adalah untuk mengukur sikap dan pendapat dari responden. Sugiyono menjelaskan, bahwa pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena dapat menggunakan skala likert.⁷² Kategori yang ditentukan antara lain:

Sangat Setuju	(SS)	: 5
Setuju	(S)	: 4

⁶⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: KENCANA, 2017), hal 201

⁷⁰ *Ibid*, hal 202

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Hal 132

⁷² *Ibid*, hal 132

Kurang Setuju	(KS)	: 3
Tidak Setuju	(TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	: 1

b. Dokumentasi

Dokumentasi Dokumen bermakna sebagai sebuah catatan kejadian yang telah terjadi dimasa lampau dengan pernyataan dalam bentuk tulisan, lisan, atau berbentuk karya.⁷³

Dokumentasi juga merupakan sebagai sumber data informasi untuk pemanfaatan peneliti dalam menganalisis, menafsirkan, atau meramalkan obyek penelitian.⁷⁴

2. Study Kepustakaan

Study kepustakaan atau dapat disebut kajian kepustakaan bertujuan untuk menemukan data atau informasi ilmiah sedemikian rupa, sehingga secara induktif dapat dihasilkan dan digambarkan kerangka rasional atau teori atau konsep.⁷⁵ Kajian kepustakaan dalam penelitian ini menggunakan karya ilmiah, jurnal, buku, dan informasi dari obyek penelitian.

3. Jenis Data

Data merupakan himpunan fakta yang diperoleh dari hasil pengamatan yang berbentuk angka kata-kata atau citra. Data dalam penelitian ini menggunakan data premier dan data sekunder. Data premier adalah data yang didapatkan dari obyek penelitian. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari karya ilmiah dan buku. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka

⁷³ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hal 145

⁷⁴ *Ibid*, hal 149

⁷⁵ Buchari Lapau, *Metode Penelitian Kesehatan Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2013) hal, 31

atau bilangan. Data kuantitatif dapat dikelompokkan dalam dua bentuk, yaitu data diskrit dan data kontinu.⁷⁶ Data diskrit adalah data dalam bentuk angka yang diperoleh dengan cara membilang. Sedangkan, data kontinu adalah data dalam bentuk angka atau bilangan yang diperoleh yang berdasarkan hasil pengukuran.

Dalam tipe skala pengukuran, data kuantitatif dapat dikelompokkan dalam empat jenis.⁷⁷ Empat jenis data tersebut terdiri dari data nominal, data ordinal, data interval, dan data rasio. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data interval. Data interval adalah data hasil pengukuran yang dapat diurutkan atas dasar kriteria tertentu serta menunjukkan semua sifat yang dimiliki oleh data ordinal.

F. Prosedur Pengumpulan data

Prosedur pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut⁷⁸:

- a. Pengajuan surat permohonan penelitian.
- b. Setelah permohonan di setujui oleh pihak lembaga, maka berikutnya menyusun jadwal kegiatan.
- c. Pengambilan data yang dilakukan menggunakan kuisioner dan dokumentasi.
- d. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan identifikasi, klasifikasi dan pengolahan data.
- e. Selanjutnya hasil penelitian akan dilanjutkan dalam bentuk atau format skripsi.

⁷⁶ Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan, Dan Jenis*, (Jakarta: KENCANA, 2019), hal 105

⁷⁷ *Ibid*, hal 105

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 134

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ini dilakukan pada akhir kegiatan setelah seluruh data terkumpul. Rangkaian acara penganalisisan data ini digunakan untuk menjawab dari rumusan masalah. Penganalisisan data ini juga digunakan untuk dijadikan bahan perhitungan dalam penentuan hasil yang dipilih dari hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti.⁷⁹ Hasil data dari seluruh responden akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenisnya pada teknik analisis data ini. Data yang didapatkan oleh peneliti dari responden akan di sajikan dengan berdasarkan variabel peneleitian dalam teknik analisis data ini.

Statistik inferensial adalah teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Teknik tersebut bertujuan melakukan penganalisisan data yang diperoleh dari sampel responden yang dapat mewakili dari seluruh populasi.⁸⁰ Apabila sampel, populasi, dan teknik pengambilan data dilakukan secara benar, maka analisis yang dilakukan peneliti akan mendapatkan hasil yang optimal. Peneliti dapat memperoleh hasil yang valid dengan menguji data yang diperoleh dari kuesioner atau sebaran angket dengan menggunakan uji analisis data.⁸¹ Uji analisis data yang dipergunakan oleh peneliti dalam penelitian ini mencakup uji validitas, uji reabillitas, uji regresi sederhana, dan uji t (uji parsial).

⁷⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 147

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 148

⁸¹*Ibid*, hal 148

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian Uji validitas ini berguna dalam pengujian kebenaran angket atau kuesioner yang disebarkan kepada sampel responden. SPSS atau program *statistic product and service solution* dapat dijadikan sebagai alat bantuan pengukuran oleh peneliti dalam menguji hasil angket atau kuesioner yang telah didapatkan dari sampel responden.

Dalam pengujian validitas ini, peneliti mencari nilai koefisien korelasi (r). Setiap pertanyaan atau pernyataan akan dibandingkan melalui nilai kritis tabel korelasi r . Siregar menyatakan, bahwa jika korelasi produk moment memiliki nilai yang lebih dari 0,3, maka pernyataan atau pertanyaan kuesioner tersebut dinyatakan valid.⁸²

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut⁸³:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2 - (XY)^2]}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi variabel independen dan variabel dependen

n : jumlah dari seluruh sampel

X : Nilai setiap item

Y : Nilai total variabel

b. Uji reliabilitas

Uji Pengujian setiap variabel menggunakan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan uji

⁸² Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal 47

⁸³ *Ibid*, hal 48

reliabilitas bertujuan untuk melihat kestabilan alat ukur yang dipergunakan buat mengukur secara berkali-kali di setiap waktu yang berbeda-beda dengan memperoleh hasil yang sama atau memiliki hasil yang stabil.⁸⁴

Uji statistic cronbach alpha dipergunakan oleh peneliti untuk mengukur realibilitas. Siregar menyatakan, bahwa apabila cronbach alpha memiliki nilai yang melebihi dari 0,6, maka suatu instrument dapat dibilang reliabel.⁸⁵

Rumus alpha dalam penelitian ini dipergunakan dalam uji realibilitas. Rumus alpha tersebut akan dipaparkan di bawah ini, sebagai berikut:

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \left(\frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right) \right]$$

Keterangan:

- r_{tt} = reabilitas instrument
- σ^2 = variabel total
- $\sum \sigma^2$ = variabel butir
- K = seluruh total butir pertanyaan

c. Uji Regresi Sederhana

Uji Peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yang ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terdapat variabel terikat. Tujuan pelaksanaan uji regresi linier sederhana juga ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel terikat terhadap variabel bebas. Beberapa langkah dalam

⁸⁴ Subastiyon, Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Guru di SMPN 1 Perak Jombang, *Skripsi*, (Surabaya: Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, 2015), hal 44

⁸⁵ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal 47

pelaksanaan pengujian regresi linear sederhana ini dapat menerapkan rumus yang ada di bawah ini.⁸⁶

1. Rumus untuk menghitung a (konstanta) dan b (koefisien regresi).

$$a = \frac{(y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

2. Rumus untuk menghitung persamaan regresi, yakni:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X : Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

e : Residual atau error

- d. Uji t (Uji Parsial)

Berfungsi Peneliti dalam melakukan penganalisisan data untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel dapat menggunakan pengujiannya melalui uji t atau uji ini juga dapat disebut uji parsial. Uji parsial ini bermakna uji yang bersifat sendiri-sendiri.⁸⁷

Dari pengujian ini, peneliti dapat juga dapat mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang secara statistic dapat disebut signifikan. Hasil dari pengujian uji t ini dapat dilihat dari koefisien regresi. Hasil tersebut dapat

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal 223

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal 223

mengungkapkan tentang setiap koefesien regresi variabel bebas memiliki pengaruh yang bermakna atau tidak bermakna terhadap variabel terikat.⁸⁸

Pengujian uji t ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefesien regresi

n = banyaknya responden

Beberapa langkah yang dipergunakan dalam pelaksanaan uji t atau uji parsial ini dapat diketahui di bawah ini, sebagai berikut:

Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maknanya adalah tidak ada pengaruh yang bermakna dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya adalah ada pengaruh yang bermakna dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁸⁹

⁸⁸*Ibid*, hal 223

⁸⁹ Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal 223

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas dakwah dan komunikasi adalah bagian dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Universitas tersebut berlokasi di jalan Ahmad Yani no. 117 Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur (60237). Sejarah berdirinya Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya diawali dengan berdirinya IAIN Sunan Ampel Surabaya yang sekarang menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya dimulai pada Tahun 1961.⁹⁰

Berdasarkan surat keputusan Menteri Agama RI pada Tanggal 30 September Tahun 1970 Fakultas Dakwah berdiri di IAIN Sunan Ampel Surabaya. Fakultas merupakan unsur pelaksana akademik Universitas, yang bertugas mengkoordinasikan atau melaksanakan pendidikan akademik atau profesi dalam satu atau seperangkat cabang ilmu pengetahuan.⁹¹

Sejak Tahun 2014 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi berganti menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi merupakan bagian dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengembangkan keilmuan dakwah *integrative-transformative* dan pada saat yang sama, juga memusatkan perhatiannya pada pengembangan ilmu komunikasi.

⁹⁰ Web Uinsa, <http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html/>, diakses 14 November 2019 pukul 17:41

⁹¹ Surat Keputusan Menteri Agama RI. No. 256/1970, 30-09-1970 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2016 Tentang Status Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, hal 6

Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengembangkan keilmuan dakwah melalui dua jurusan, yaitu Jurusan Dakwah dan Jurusan Komunikasi. Jurusan adalah suatu pelaksana akademik pada fakultas yang mempunyai tugas menyelenggarakan program studi dalam satu disiplin ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.⁹²

Setiap jurusan yang berada dalam Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki program studi. Program studi dapat disingkat menjadi prodi. Jurusan Dakwah memiliki tiga program studi. Program studi tersebut terdiri dari Prodi Manajemen Dakwah yang dapat disingkat jadi MD, Prodi Prodi Pengembangan Masyarakat Islam yang dapat disingkat jadi PMI, dan Bimbingan Konseling Islam yang dapat disingkat jadi BKI. Jurusan Komunikasi memiliki dua program studi. Program studi tersebut terdiri dari Prodi Ilmu Komunikasi Islam yang dapat disingkat jadi ILKOM dan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.⁹³

2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi⁹⁴

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan dakwah transformatif berbasis riset dan teknologi.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran bidang dakwah dan komunikasi berbasis riset dan informasi teknologi.
- 2) Mengembangkan penelitian dakwah dan komunikasi berskala internasional.

⁹² Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2016 Tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, hal 6

⁹³ Hasil informasi dari Ahmad Firdausi dan Web Uinsa, <http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html/>, diakses 14 November 2019 pukul 17:41

⁹⁴ Hasil informasi dari Ahmad Firdausi dan Web Uinsa, http://fdk.uinsby.ac.id/?page_id=19/, diakses 14 November 2019, pukul 17:42

- 3) Mengembangkan pola pelayanan dan pemberdayaan masyarakat berbasis keilmuan, riset, dan spiritualitas.

3. Tujuan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Dakwah dan KOMunikasi memiliki beberapa tujuan, sebagai berikut: ⁹⁵

- a. Menghasilkan lulusan yang memiliki standart kompetensi akademik di bidang ilmu dakwah dan social secara professional.
- b. Menghasilkan riset yang unggul dan kompetitif di bidang ilmu dakwah dan sosial.
- c. Menghasilkan pola pelayanan dan pemberdayaan masyarakat berbasis moralitas agama dan norma-norma sosial.

4. Struktur Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Struktur Fakultas Dakwah Dan Komunikasi ini memiliki masa jabatan periode 2018-2022, sebagai berikut: ⁹⁶

Tabel 4.1

Struktur Pengurus Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi	:	Dr. Abd. Halim, M.Ag
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan	:	Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan	:	Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag

⁹⁵ Hasil Informasi Ahmad Firdausi dan Web Uinsa, http://fdk.uinsby.ac.id/?page_id=19/ diakses 14 November 2019, pukul 17:42

⁹⁶ Hasil Informasi Ahmad Khairul Hakim Web Uinsa, <https://w3.uinsby.ac.id/susunan-organisasi/> diakses 14 November 2019, pukul 17:47

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama	:	Dr. Agus Santoso, S.Ag., M.Pd
Kepala Bagian Tata Usaha	:	Noor Tatik Handayani, S.Ag., M.Pd.I
Kepala Subbagian Administrasi Umum dan Kepegawaian	:	Kutsiyatin, S.Ag., M.Si
Kepala Subbagian Perencanaan, Akuntansi, dan Keuangan	:	Da'watul Khoiriyah, S.Ag
Kepala Subbagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni	:	H. Ahmad Firdausi, S.IP., M.Fil.I
Ketua Jurusan Komunikasi	:	H. Abdullah Sattar, S.Ag., M.Fil.I
Sekretaris Jurusan Komunikasi	:	Bambang Subandi, M.Ag
Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam	:	Dr. H. Abd. Syakur, M.Ag
Sekprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam	:	Rozaqul Arif, M.Sos.I
Kaprodi Ilmu Komunikasi	:	Rahmad Harianto, S.Ip., M.Med.Kom
Sekprodi Ilmu Komunikasi	:	Pardianto, S.Ag., M.Si
Ketua Jurusan Dakwah	:	Dr. Moh. Ansori, S.Ag., M.Fil.I

Sekretaris Jurusan Dakwah	:	Dr. Achmad Murtafi Haris, Lc., M.Fil.I
Kaprodi Pengembangan Masyarakat Islam	:	Ries Dyah Fitriyah, M.Si
Sekprodi Pengembangan Masyarakat Islam	:	Yusria Ningsih, S.Ag., M.Kes
Kaprodi Manajemen Dakwah	:	Dr. Arif Ainur Rofiq, S.Sos.I., M.Pd
Sekprodi Manajemen Dakwah	:	Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
Kaprodi Bimbingan Penyuluhan Islam	:	Lukman Fahmi, S.Ag., M.Pd
Sekprodi Bimbingan Penyuluhan Islam	:	Mohamad Thohir, M.Pd.I
Kepala Laboratorium Fakultas Dakwah dan Komunikasi	:	Drs. Agus Afandi, M.Fil.I

B. Penyajian Data

1. Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan

Salah satu para ahli yang bernama Rachman memiliki pendapat tentang cara penganalisisan hasil perolehan frekuensi dari jawaban responden. Cara penganalisisannya adalah dengan menjabarkan dan mengelola hasil perolehan dari frekuensi jawaban responden tersebut. Hal selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti memberikan penilaian skor untuk

diperhitungkan melalui kategori yang didasari oleh interval, sebagai berikut:⁹⁷

Tabel 4.2
Tabel Interval Frekuensi

Interval	Kategori
4,20 - 5,00	Sangat Tinggi
3,40 - 4,20	Tinggi
2,60 – 3,40	Cukup Tinggi
1,80 – 2,60	Sedang
1,00 – 1,80	Rendah

- a. Hasil Tanggapan Responden Kualitas Layanan ODS (X)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner tentang variabel kualitas layanan ODS (X), jawaban responden dapat dijelaskan berdasarkan item-item pertanyaan tentang variabel kualitas layanan ODS (X) terhadap minat pengguna sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan ODS (X)

Dimensi	Indikator	Tanggapan					N	Mean	Kriteria
		SS	S	KS	TS	STS			
Bukti Fisik	Item 1	50	57	23	0	0	130	4.20	Sangat Tinggi
	Item 2	52	54	22	2	0	130	4.20	Sangat Tinggi
	Item 3	58	57	15	0	0	130	4.33	Sangat Tinggi
Keandalan	Item 4	57	58	15	0	0	130	4.32	Sangat Tinggi

⁹⁷ Mohammad Munir Rachman, *Aplikasi Komputer Statistik*, (Surabaya: Adi Buana University Press, 2017), hal 63

	Item 5	54	63	13	0	0	130	4.31	Sangat Tinggi
	Item 6	49	66	14	1	0	130	4.25	Sangat Tinggi
Daya Tanggap	Item 7	42	66	20	2	0	130	4.13	Tinggi
	Item 8	51	57	22	0	0	130	4.22	Sangat Tinggi
	Item 9	49	56	23	2	0	130	4.16	Tinggi
Jaminan	Item 10	53	58	19	0	0	130	4.26	Sangat Tinggi
	Item 11	47	60	23	0	0	130	4.18	Tinggi
	Item 12	51	55	22	2	0	130	4.19	Tinggi
Empati	item 13	56	59	15	0	0	130	4.31	Sangat Tinggi
	Item 14	54	61	15	0	0	130	4.30	Sangat Tinggi
	Item 15	51	66	13	0	0	130	4.29	Sangat Tinggi

Sumber dari data primer diolah, 2019

- 1) Pernyataan pada item satu didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.20 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 2) Pernyataan pada item dua didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.20 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 3) Pernyataan pada item tiga didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.33 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.

- 4) Pernyataan pada item empat didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.32 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 5) Pernyataan pada item lima didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.31 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 6) Pernyataan pada item enam didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.25 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 7) Pernyataan pada item tujuh didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.13 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 8) Pernyataan pada item delapan didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.22 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 9) Pernyataan pada item sembilan didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.16 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 10) Pernyataan pada item 10 didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.26 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 11) Pernyataan pada item 11 didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.18 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 12) Pernyataan pada item 12 didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.19 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 13) Pernyataan pada item 13 didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.31 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 14) Pernyataan pada item 14 didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.30 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.

15) Pernyataan pada item 15 didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.29 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.

**b. Hasil Tanggapan Responden Variabel
Kepuasan Mahasiswa (Y)**

Tabel 4.4
**Hasil Tanggapan Responden Variabel Kepuasan
Mahasiswa (Y)**

Dimensi	Indikator	Tanggapan					N	Mean	Kriteria
		SS	S	KS	TS	STS			
Kesesuaian Harapan	Item 1	39	67	24	0	0	130	4.11	Tinggi
	Item 2	44	62	23	1	0	130	4.14	Tinggi
	Item 3	48	62	20	0	0	130	4.21	Sangat Tinggi
Minat Berkunjung Kembali	Item 4	46	67	17	0	0	130	4.22	Sangat Tinggi
	Item 5	40	73	17	0	0	130	4.17	Tinggi
	Item 6	33	73	24	0	0	130	4.07	Tinggi
Kesediaan Merekomendasikan	Item 7	33	73	23	1	0	130	4.06	Tinggi
	Item 8	46	62	22	0	0	130	4.18	Tinggi
	Item 9	44	67	19	0	0	130	4.19	Tinggi

Sumber dari data primer diolah, 2019

Data yang terkumpul berdasarkan dari kuesioner tentang kepuasan mahasiswa (Y) dapat dijelaskan melalui jawaban responden yang didasari dari item-item

pernyataan tentang kepuasan mahasiswa (Y), sebagai berikut:

- 1) Pernyataan pada item satu didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.11 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 2) Pernyataan pada item dua didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.14 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 3) Pernyataan pada item tiga didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.21 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 4) Pernyataan pada item empat didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.22 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 5) Pernyataan pada item lima didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.17 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 6) Pernyataan pada item enam didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.07 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 7) Pernyataan pada item tujuh didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.06 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 8) Pernyataan pada item delapan didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.18 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.
- 9) Pernyataan pada item sembilan didapatkan nilai mean dengan jumlah 4.19 dari 130 responden yang memberikan tanggapan.

2. Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data deskriptif penelitian disajikan, agar dapat dilihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antara

variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah 130 mahasiswa.

3. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas ini dilakukan untuk menguji data yang telah diperoleh sehingga dapat mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan bantuan alat ukur program *statistic product and service solution* (SPSS). Yaitu dengan mencari nilai koefisien korelasi (r) dari masing-masing pertanyaan dan dibandingkan dengan nilai kritis *table* korelasi r . bila r hitung $> 0,3$, maka *item* tersebut valid.⁹⁸

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan ODS dan
Kepuasan Mahasiswa

Variabel	Dimensi	Indikator	r hitung	Nilai kritis	Ket
Kualitas Layanan ODS X	Bukti Fisik	Item 1	0.900	0.3	Valid
		Item 2	0.840	0.3	Valid
		Item 3	0.903	0.3	Valid
	Keandalan	Item 4	0.915	0.3	Valid
		Item 5	0.897	0.3	Valid
		Item 6	0.766	0.3	Valid
	Daya Tanggap	Item 7	0.771	0.3	Valid
		Item 8	0.798	0.3	Valid
		Item 9	0.798	0.3	Valid
	Jaminan	Item 10	0.796	0.3	Valid
		Item 11	0.891	0.3	Valid

⁹⁸ SiregarSyofian, Metode Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Kencana, 2013), hal 47

	Empati	Item 12	0.848	0.3	Valid
		item 13	0.904	0.3	Valid
		Item 14	0.897	0.3	Valid
		Item 15	0.868	0.3	Valid
Kepuasan Mahasiswa (Y)	Kesesuaian Harapan	Item 1	0.880	0.3	Valid
		Item 2	0.859	0.3	Valid
		Item 3	0.888	0.3	Valid
	Minat berkunjung kembali	Item 4	0.886	0.3	Valid
		Item 5	0.827	0.3	Valid
		Item 6	0.836	0.3	Valid
	Kesediaan Merekomendasikan	Item 7	0.832	0.3	Valid
		Item 8	0.880	0.3	Valid
		Item 9	0.849	0.3	Valid

Sumber dari data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa hanya indikator ke 3 dari variabel kualitas layanan (X) yang memiliki nilai status valid lebih kecil dari indikator lainnya dan indikator dari variabel yang lainnya memiliki status valid karena nilai r hitung dari *output* SPSS lebih besar dari 0,3.

4. Hasil Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas ini, agar peneliti dapat mengetahui kuesioner atau indikator yang akan dipergunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dapat menjadi alat ukur variabel yang handal. Reliabilitas dari kuesioner atau indikator penelitian dapat melihat nilai dari *cronbach's alpha* (α). Maknanya adalah jika nilai *cronbach's alpha* (α) lebih besar ($>$) 0,6 maka variabel tersebut termasuk

reliabel.⁹⁹ Hasil dari uji realibilitas ini dapat dilihat secara keseluruhan melalui pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Layanan ODS (X)	0.973	0.6	Reliabel
Kepuasan Mahasiswa (Y)	0.956	0.6	Reliabel

Sumber dari data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan, bahwa variabel kualitas layanan (X) dan variabel kepuasan mahasiswa (Y) memiliki kriteria reliabilitas, karena nilai *output* SPSS untuk *Cronbach's alpha* lebih dari 0.6.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan untuk menguji distribusi normal dan tidaknya dari suatu model regresi, variabel bebas, variabel terikat atau keduanya. Perhitungan dapat dilakukan secara mudah dengan menggunakan SPSS Versi 24. Dalam versi ini, N merupakan jumlah sampel. Apabila nilai statistik $> 0,05$, maka hasil dari uji normalitas tersebut berdistribusi normal.¹⁰⁰ Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.5 di bawah diketahui nilai sig. $> 0,05$ maka hasil dari penelitian ini dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

⁹⁹ SiregarSyofian, Metode Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Kencana, 2013), hal 57

¹⁰⁰ Rachman, Mohammad Munir, Aplikasi Komputer Statistik, *Skripsi* (Surabaya: Adi Buana University Press, Surabaya, ISBN:978-602-5793-23-3, 2017), hal 92

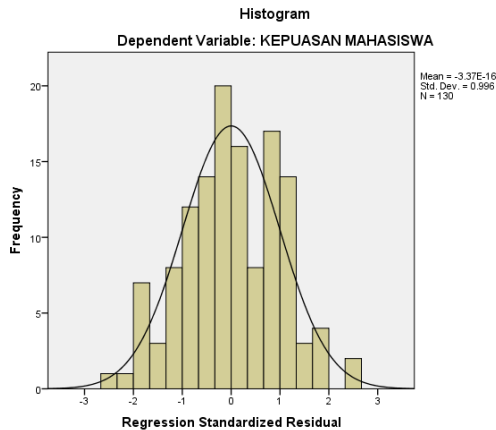
Tabel 4.7
Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

	Unstandardized Residual
N	130
Test Statistic	0,084
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,071 ^c

Sumber dari data primer diolah, 2019

Diperoleh nilai sig 0,071 dan tes statistik 0,084 sehingga dapat disimpulkan hasil keduanya lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Grafik Histogram Uji Normalitas



Sumber: SPSS Text Output Documents

Berdasarkan pada grafik histogram pada gambar 4.1, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

C. Hasil Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hal ini dikarenakan variabel bebas dalam penelitian ini hanya satu dan variabel terikat juga satu, maka pada penelitian ini digunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.8
Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	22.054
Kualitas Layanan ODS	0,410

Sumber: SPSS Text Output Documents

Berdasarkan tabel 4.6, dapat ditentukan rumus regresi pada penelitian ini adalah:¹⁰¹

$$Y = 22,054 + 0,410X$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Mahasiswa

a = Kostanta

X = Kualitas Layanan ODS

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada penelitian ini adalah 22,054, dengan penjelasan apabila variabel kualitas layanan ODS dianggap sama dengan nol, maka nilai dari variabel kepuasan mahasiswa pada penelitian ini adalah 22,054.
2. Nilai koefisien dari variabel kualitas layanan adalah 0.410, dengan penjelasan apabila nilai variabel

¹⁰¹ Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal 223

kualitas layanan ODS mengalami peningkatan maka diasumsikan variabel kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0.410.

Tabel 4.9
Uji t

Standardized Coefficients	T	Sig.
(Constant)	7.239	0,000
Kualitas Layanan ODS	5.081	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Penggunaan uji t-parsial diperuntukan dalam menguji sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini, peneliti ingin mengetahui, bahwa apabila pengujian ini dilakukan secara terpisah, maka suatu variabel bebas (X) masih memberikan kontribusi secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Uji t-parsial ini juga dapat digunakan dengan membandingkan nilai probabilitas (signifikansi) dengan alpha (0.05). Pengujian dalam uji t-parsial dilaksanakan oleh peneliti dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau $(\alpha) = 0,05$. Kriteria pengujian dalam uji t terdiri dari:

- a. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hipotesis 1 :

H_0 = variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan pada tabel 4.7, hasil output di atas menunjukkan tentang variabel kualitas layanan ODS berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa secara positif dan signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai t -hitung $5,081 > t$ -tabel $= 1,978$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, variabel kualitas layanan ini mendukung terhadap kepuasan mahasiswa, dan hasil pengujiannya menyatakan H_0 ditolak dan menerima H_a .

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.410 ^a	.168	.161
a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN ODS			

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Berdasarkan hasil uji korelasi ditunjukkan nilai R Square = 0,168. Artinya penafsiran atas variabel bebas yaitu kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) memiliki besaran varian hubungan atas pengaruh antar variabel adalah sebesar 0,168 atau 16% dan sisanya 84% dijelaskan oleh variabel lain atau dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model konseptual untuk dianalisis atau tidak ikut dalam model analisis yang diteliti.

Nilai korelasi masing-masing variabel bebas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan dengan bantuan program statistik SPSS versi 24,0, peneliti mendapatkan hasil pada tabel koefisien determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $R = 0,410$ atau 41%. Berdasarkan klaster tabel pengaruh korelasi pada tabel 4.10 di atas, maka hasil yang dapat dinyatakan oleh peneliti adalah korelasi atau hubungan antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa berada di kategori sedang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Pengaruh Kualitas Layanan ODS Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil analisis uji t menunjukkan, bahwa kualitas layanan ODS berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dikarenakan, mahasiswa tidak dapat mengetahui kapan surat tersebut pasti jadinya, sehingga mahasiswa yang menerima informasi dari akademik, bahwa surat magangnya bisa jadi besok dan keesokan harinya ia datang ke akademik ternyata surat belum jadi. Mahasiswa pun harus bolak balik ke akademik untuk selalu memantau surat magangnya tersebut benar-benar diproses atau tidak. Birokrasi

yang rumit membuat mahasiswa enggan merasakan suatu kepuasan dalam organisasi tersebut. Oleh karena itu, pihak akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi memperbaiki sistem pelayanan yang kurang efektif dan efisien tersebut dengan membuat pelayanan yang berbasis online di bidang surat-menyurat. Program ini disebut dengan pelayanan *One Day Service*. Penelitian ini didukung oleh Christin Yuliani dan Isna Fitria Agustina.¹⁰²

2. Indikator yang terbesar dan terendah pada variabel kualitas layanan ODS

Berdasarkan hasil uji rata-rata, frekuensi jawaban responden pada variabel kualitas layanan yang tertinggi adalah indikator yang pertama, yakni bukti fisik dan pada pernyataan yang ketiga dengan nilai sebesar 4.33 tentang terdapat komputer untuk mengkases ODS di ruangan *front desk*. Artinya responden menganggap layanan dari sistem ODS yang terpenting adalah terdapat computer di ruangan. Sebab dengan adanya computer di ruangan membuat mahasiswa lebih mudah. Sedangkan, rata-rata frekuensi pada variabel kualitas layanan yang terendah adalah indikator ketiga, yakni daya tanggap dan pada pernyataan yang ketujuh dengan nilai sebesar 4.13 tentang petugas *front desk* memahami keluhan mahasiswa FDK. Artinya beberapa mahasiswa menganggap kurangnya petugas dalam memahami keluhan mahasiswa.

¹⁰² Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, 2015, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*,(Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret)

3. Indikator yang tertinggi dan terendah pada variabel kepuasan mahasiswa

Berdasarkan hasil uji rata-rata, frekuensi jawaban responden pada variabel kepuasan mahasiswa yang tertinggi adalah indikator yang kedua, yakni minat berkunjung dan pada pernyataan yang keempat dengan nilai sebesar 4,22 tentang mengajak teman untuk berkunjung ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Artinya banyak mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang mengajak temannya untuk berkunjung ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Sedangkan, rata-rata terendah pada variabel kepuasan konsumen adalah indikator yang ketiga, yakni kesediaan merekomendasikan dan pada pernyataan yang ketujuh dengan perolehan nilai sebesar 4,06 tentang merekomendasikan universitas kepada teman. Artinya sedikit mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang merekomendasikan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya kepada temannya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan yang diperoleh dari pembahasan, bahwa:

a. Pengaruh Kualitas Layanan ODS Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil analisis uji regresi menunjukkan, bahwa kualitas layanan ODS berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa maka hipotesis dinyatakan kualitas layanan ODS berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya diterima.

b. Indikator yang terbesar dan terendah pada variabel kualitas layanan ODS

- 1) Berdasarkan hasil uji rata-rata, frekuensi jawaban responden pada variabel kualitas layanan yang tertinggi adalah indikator yang pertama, yakni bukti fisik dan pada pernyataan yang ketiga dengan nilai sebesar 4.33 tentang terdapat komputer untuk mengkases ODS di ruangan *front desk*. Artinya responden menganggap layanan dari sistem ODS yang terpenting adalah terdapat komputer di ruangan.
- 2) Sedangkan, rata-rata frekuensi pada variabel kualitas layanan yang terendah adalah indikator ketiga, yakni daya tanggap dan pada pernyataan yang ketujuh dengan nilai sebesar 4.13 tentang petugas *front desk* memahami keluhan mahasiswa FDK. Artinya beberapa mahasiswa menganggap kurangnya petugas dalam memahami keluhan mahasiswa.

c. Indikator yang tertinggi dan terendah pada variabel kepuasan mahasiswa

1) Berdasarkan hasil uji rata-rata, frekuensi jawaban responden pada variabel kepuasan mahasiswa yang tertinggi adalah indikator yang kedua, yakni minat berkunjung dan pada pernyataan yang keempat dengan nilai sebesar 4,22 tentang mengajak teman untuk berkunjung ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Artinya banyak mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang mengajak temannya untuk berkunjung ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

2) Sedangkan, rata-rata terendah pada variabel kepuasan konsumen adalah indikator yang ketiga, yakni kesediaan merekomendasikan dan pada pernyataan yang ketujuh dengan perolehan nilai sebesar 4,06 tentang merekomendasikan universitas kepada teman. Artinya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi masih terbilang sedikit yang berkenan untuk merekomendasikan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya kepada temannya.

2. Saran

Peneliti berharap dapat memberikan hasil yang dapat dimanfaatkan oleh instansi terkait sebagai berikut:

a. Kepada pihak Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai pemilik program kerja, yakni tentang pelayanan *one day service* (ODS) sebaiknya memberikan peningkatan atau evaluasi setiap bulannya terhadap pelayanan *one day service* (ODS).

- b. Kepada pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi diharapkan untuk tetap mempertahankan sistem kinerja pelayanannya secara optimal dan memperbaikinya dengan segera jika terdapat masalah dalam pelayanan *one day service* (ODS) tersebut. Hal ini dilakukan, agar Kualitas Layanan *one day service* (ODS) dapat memiliki konsistensi Kualitas Layanan yang bermutu dan baik dan dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa.
- c. Harapan untuk peneliti berikutnya agar menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa atau menggunakan metode lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mulyawan Dan Rinawati, 2016, Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Di Kota Bandung), *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Entrepreneurship* (Bandung: Vol 10, No 2)
- Aditya Dicky Pratama, 2017, Peran Orang Tua Dan Keteladanan Guru Dalam Peningkatan Minat Belajar Pada Siswa SMA Negeri 1 Wiradesa Tahun Ajaran 2016/2017, *Skripsi*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Prodi Penedidikan Akuntansi, Juli)
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak)
- A. Muri Yusuf, 2017 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: KENCANA)
- Arista Atmadjati, 2018, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini Sistematis, Aplikatif, Disertai Dengan Contoh Kasus Dan Hasil Kajian Pengalaman Di Lapangan*, (Yogyakarta: Deepublish, April)
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara)
- Atep Adya Barata, 2004, *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo)

- Aun Falestien Faletehan, 2015, Airlangga Bramayudha, Dan Deasy Tantriana, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Dakwah*, (Surabaya: Jurusan Manajemen Dakwah)
- Bahaudin Adnan, 2018, *Analisis Hubungan Kualitas Layanan Lembaga Amil Zakat Dengan Kepuasan Muzakki Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Muzakki*, Skripsi (Jakarta: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta)
- Buchari Lapau, 2013, *Metode Penelitian Kesehatan Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor)
- Christin Yuliani Dan Isna Fitria Agustina, 2015, Efektifitas Pelaksanaan One Day Service (ODS) Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal JKMP*, (Sidoarjo: Vol 3, No 1, Maret)
- Christianus S, 2010, *Seni Belajar Kilat Spss 17*, (Yogyakarta: ANDI dan EICOM,)
- Dorothea Wahyu Ariani, 2014, *Manajemen Kuaiitas*, (Tangerang selatan, Universitas terbuka)
- Fandy Tjiptono, 2000, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andy)
- Fandy Tjiptono, 2000, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: Andy)

- Febriany Feibe Rosaline Tuerah, Lisabeth Mananeke, Hendra N. Tawas, 2015, Analisis Kualitas Layanan Akademik dan Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa, *Jurnal EMBA*, (Manado: Vol 3, No 4)
- Handi Irawan, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Elex Media Komputindi)
- Hery Susanto, 2014, Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Mataram, *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, (Mataram: Vol 15, No 2)
- Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2005, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Grasindo, Maret)
- Indri Yuliafitri Dan Asma Nur Khoiriyah, 2016, Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat), *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 7, No. 2, Desember)
- Kasmir, 2017, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Pers)
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks)
- Kuntjojo, 2009, *Metode Penelitian*. (Kediri : E-Book)
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat)

- Maretia Mega T. dan Soni Harsono, 2013, Pengaruh Harga, Nilai Manfaat, Dan kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan *Handphone Blackberry* Di Surabaya, *Journal Of Business an Banking*, (Surabaya, Volume 3, No 2,)
- Nur Nasution, 2005, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indonesia)
- Nyoman Rinala, Made Yudana, Dan Nyoman Natajaya, 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, *Jurnal Administrasi Pendidikan Indonesia*, (Singaraja: Vol 4, No 1)
- Pakpahan, S. P., 2004, Persepsi Mahasiswa UPBJJ-UT Medan Tentang Pelayanan Akademik Dan Non Akademik Yang Diberikan Oleh UPBJJ-UT Medan, *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*, (Medan: Vol 5, No 1)
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga)
- Rachman, Mohammad Munir, 2017, Aplikasi Komputer Statistik, *Skripsi* (Surabaya: Adi Buana University Press)
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Ruslan Rosady, 2003, *Metode Penelitian PR Dan Komunikasi*, (Jakarata : PT. Raja Grafindo Persada)

Salim dan Haidir, 2019, *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan, Dan Jenis*, (Jakarta: KENCANA)

Siregar, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana)

Subastiyan, 2015, Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Guru Di SMPN 1 Perak Jombang, *Skripsi*, (Surabaya: Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta)

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)

The Noble Qur;An [Http://Id.Noblequran.Org/Quran/Surah-An-Nisa/Ayat-58/](http://Id.Noblequran.Org/Quran/Surah-An-Nisa/Ayat-58/), Diakses Pada 20 November 2019, PukulL 15:59 WIB.

Tjiptono, Fandy, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2000)

Tim Penyusun, 2017, *Rencana Induk Pengembangan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, (Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Desember)