

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan yang terjadi dewasa ini dirasakan semakin cepat, makin bertambah akselerasinya didukung perkembangan teknologi, sistem informasi dan komunikasi yang makin menyebabkan proses globalisasi bergerak semakin cepat.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal yang harus ada di setiap Perusahaan baik Negeri Maupun Swasta, Khususnya Perusahaan Jasa yang kategori penawarannya hampir seluruhnya berupa Jasa.

Perguruan tinggi merupakan institusi public dan salah satu penyedia jasa, oleh karena itu, perguruan tinggi harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya.

Kotler & Amstrong, 1999 (dalam Widjatmaka, 2006) mengemukakan bahwa lembaga pendidikan termasuk dalam bisnis jasa, seperti halnya pada rumah sakit, kantor pos, dan sebagainya.

Kondisi persaingan yang semakin ketat dalam bidang pendidikan saat ini memaksa setiap perguruan tinggi ataupun penyelenggara pendidikan tinggi harus memberikan pelayanan yang terbaik serta berbeda dengan para perguruan tinggi lain, karena kualitas pelayanan (*Service quality*) pada suatu lembaga merupakan salah satu sarana untuk bersaing.

Perguruan tinggi harus memiliki "*branding*" yang baik dan berusaha mempertahankannya untuk tetap eksis menghadapi persaingan antar

perguruan tinggi saat ini. Branding adalah sebuah proses memperkenalkan “*brand*” sampai bagaimana lingkungan memberikan penilaian yang baik pada “*brand*” tersebut. Perguruan tinggi yang tidak memiliki “*branding*” baik, akan dilupakan oleh konsumennya yakni mahasiswa dan calon mahasiswa. Untuk memiliki “*branding*” yang baik sebuah perguruan tinggi seharusnya terus melakukan proses transformasi informasi dan segala hal kepada mahasiswa dan “*stake holder*” dari sekadar diketahui menjadi selalu diingat dengan baik.

Sadat, 2002 (Dalam Srinade Dkk, 2008) menyatakan bahwa Penelitian mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi perguruan tinggi dalam kaitannya dengan pengukuran mutu jasa, penilaian dengan pendekatan akreditasi serta penilaian yang sifatnya langsung seperti tingkat gagal studi (DO), masa studi dan lainnya dianggap tidak cukup sehingga diperlukan paradigma baru sebagai indikator pengukuran mutu.

Di era dimana setiap orang sudah banyak yang berpikiran positif terhadap pentingnya pendidikan atau perguruan tinggi, banyak orang tua yang berbondong-bondong untuk memberikan semangat pada anaknya untuk melanjutkan ke perguruan tinggi terbaik. Bahkan pemikiran seperti inipun sudah banyak masuk ke desa-desa yang memang pada mulanya sangat kental memegang cara berfikirnya yang masih tradisional dari pada memikirkan hal-hal yang bagi mereka sifatnya sudah modern. Maka, Perguruan tinggi harus siap untuk selalu memberikan Pelayanan sebagaimana apa yang diharapkan

Mahasiswa dan selalu merubah model Pelayanan yang sudah tidak lagi memuaskan.

Cravens (Dalam Handayani, dkk, 2003) dijelaskan bahwa, "Untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan mengembangkan komitmen setiap orang yang ada dalam lembaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen".

Semakin meningkat kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan formal, khususnya pendidikan tinggi, menjadikan perguruan tinggi sebagai sektor strategis yang diharapkan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang bermutu, yang dalam hal ini adalah Mahasiswa. Keadaan persaingan yang cukup kompetitif antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut.

Maka setiap perguruan tinggi saat ini perlu bertindak adaptif sebagai konsekuensi atas perubahan lingkungan internal maupun eksternal yang terjadi dengan orientasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada mahasiswa, sehingga akan memberikan dampak positif juga kepada perkembangan perguruan tinggi tersebut.

Brynson, 1995 (Dalam, Tresiana, 2007) menyatakan bahwa dalam kondisi perubahan seperti itu, institusi publik bila ingin tetap "*survive*" harus mampu merespon perubahan-perubahan melalui peningkatan kinerja dan kualitas layanannya.

Perguruan tinggi harus melakukan langkah antisipasi guna menghadapi persaingan yang semakin kompetitif serta bertanggung jawab untuk menggali dan meningkatkan segala aspek pelayanan yang dimiliki.

Keberhasilan Fakultas sebagai Unit kerja dalam Perguruan Tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah Mahasiswa.

Sebagaimana dikatakan Kotler & Kore 1995 (Dalam Widjatmaka, 2006) lembaga pendidikan memiliki beberapa pelanggan, yaitu pelajar atau mahasiswa, staf, dosen, alumni, penyandang dana, dan yang lainnya.

Maka sudah menjadi hal yang sangat penting untuk tiap perguruan tinggi memberikan *branding* yang terbaik untuk membungkus institusi atau organisasinya. Setiap institusi maupun organisasi akan selalu berusaha memasarkan sesuatu baik itu berupa barang maupun jasa yang dimiliki dengan cara apapun demi kepentingan organisasi maupun instansi itu sendiri.

Berbagai macam upaya dilakukan para pimpinan dan civitas akademika dilingkungan IAIN upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan kepada mahasiswa dengan membangun infrastrukturnya hanya untuk menjaga brand dan kualitas perguruan tinggi.

Ini merupakan hal yang harus diperhatikan oleh semua kalangan, karena berbicara masalah sebuah pelayanan di sebuah instansi maupun organisasi memang merupakan hal yang sangat penting demi terlaksananya proses interaksi yang sifatnya simbiosis mutualis dengan sebaik mungkin.

Kantor akademik merupakan tempat memberikan informasi tentang kepentingan keakademikan, seperti data mahasiswa maupun dosen, KRS, KHS dan lain sebagainya. Maka dari itu kantor akademik lah yang banyak ditempati mahasiswa berinteraksi untuk kepentingan hak mereka.

Dari hasil penelitian oleh Quacquarelli Symonds (QS) pada tahun 2011, yang merupakan lembaga pemeringkat perguruan tinggi di dunia menggunakan enam parameter dalam pemeringkatan untuk kategori kampus terbaik yaitu *academic reputation* (40 persen), *employer reputation* (10 persen), *student* atau *faculty ratio* (20 persen), *citations per faculty* (20 persen), *international faculty* (5 persen) dan *international students* (5 persen) (Rumi, 2012).

Hal ini membuktikan bahwa memang *academic reputation* atau reputasi maupun image akademik merupakan hal utama yang harus dibenahi dalam pelayanan kepada para mahasiswa, karena bagian akademik merupakan tempat utama dimana terjadi proses interaksi terkait dengan kebutuhan mahasiswa.

Berdasarkan pada konsep yang telah dikembangkan oleh parasuraman, Berry dan Zeithml, yang bagi dunia pendidikan tinggi saat ini sangat penting, maka penelitian ini akan menerapkannya untuk mengukur tingkat mutu layanan yang ada di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya khususnya di Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah.

Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah merupakan Fakultas yang memiliki mahasiswa paling banyak diantara Fakultas lain yang ada di IAIN

Sunan Ampel. Lepas dari itu bahwa Fakultas Dakwah atau yang disebut dengan Fakultas Ilmu Sosial merupakan Fakultas yang memiliki tujuan mencetak Mahasiswa yang kompeten atau goal dibidangnya, yang nantinya akan banyak berhubungan dengan masyarakat sehingga Mahasiswa harus benar-benar memahami bagaimana menjalin relasi yang baik dengan orang lain, baik yang sifatnya personal maupun komunal.

Demikian juga Fakultas Tarbiyah, yang merupakan Fakultas Pendidikan yang selain harus berhubungan baik dengan Masyarakat atau orang lain, mahasiswanya adalah calon pendidik yang harus punya *attitude* yang patut untuk ditiru, maka kemudian hal yang demikianpun harus sudah dibiasakan dimana dia dididik. Fakultas yang memiliki motto “professional berlandaskan akhlaqul karimah (*profession based Islamic Ethic*)”. ini idealnya seluruh mahasiswa dan civitas akademiknya pun bersikap profesional yang tentunya berlandaskan akhlakul karimah sebagaimana motto diatas, Apalagi dari data yang ada Fakultas Tarbiyah merupakan Fakultas favorit di lingkungan IAIN Sunan Ampel yang terbukti setiap tahunnya pendaftar di IAIN Sunan Ampel yang memilih Fakultas Tarbiyah lebih dari 80%.

Hal demikian harus dibiasakan dengan sikap yang baik sejak di Perguruan Tinggi, dan tentunya yang menjadi contoh adalah hal yang dilihat di perguruan tinggi khususnya lingkungan kampus, para dosen dan Civitas Akademika. Maka sudah menjadi hal yang harus bahwa kualitas pelayanan yang ada khususnya di bagian akademik benar-benar tidak mengecewakan mahasiswa.

Dari hasil observasi dan wawancara sementara menyatakan bahwa apa yang seharusnya dilaksanakan secara profesional ternyata sebaliknya. Kualitas pelayanan yang ada di Fakultas kurang memberikan kepuasan dan kenyamanan pada Mahasiswa dengan berbagai indikasi yang berbeda.

Banyak penelitian (Research) yang membahas tentang hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan di berbagai Organisasi, perusahaan, institusi maupun instansi yang berbeda dan hasilnya terbukti positif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Salah satunya adalah Rusdarti (2004) yang pernah meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang, menemukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Ini bisa diambil kesimpulan bahwa memang kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan maupun loyalitas konsumen.

Maka dari itulah peneliti mencoba akan mengurai hal yang senada, karena bagaimanapun kualitas suatu institusi satu tidak bisa di generalisasi ke perusahaan atau institusi yang lain, karena mereka mempunyai atmosfer maupun system manajemen yang berbeda.

Selain itu, apa yang hendak diteliti ini akan menjadi bahan evaluasi di Institut maupun Fakultas itu untuk bisa memaksimalkan segala hal yang masih kurang demi kepentingan dan perbaikan Institusi itu sendiri.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, dapat dikatakan bahwa yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah di IAIN?
2. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari Dimensi kualitas pelayanan?
3. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik Fakultas Dawah ditinjau dari Dimensi kualitas pelayanan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah IAIN
2. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari Dimensi kualitas pelayanan
3. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan akademik Fakultas Dakwah ditinjau dari Dimensi kualitas pelayanan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yakni:

1. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan. dan memberikan sumbangsih teoritis pada bidang industri dan organisasi, khususnya yang berkaitan perkembangan kualitas pelayanan.

2. Secara praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai bukti dan implementasi yang telah diterima dibangku kuliah sekaligus untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Srata Satu (S1).

b. Bagi organisasi

Institute Agama Islam Negeri Sunan Ampel mampu mengaplikasikan kualitas pelayanan dengan baik serta meningkatkan kualitas internal akademik Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah itu sendiri.

E. Sistematika penulisan

Skripsi ini terdiri dari bagian awal, lima bab inti dan bagian akhir serta lampiran.

Bagian awal dari skripsi ini terdiri dari beberapa bagian, diantaranya adalah halaman judul, halaman pengesahan, motto, persembahan, pangantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar lampiran

Bab I, pada bagian pendahuluan ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, pada bagian kajian pustaka ini membahas mengenai variabel X (Kualitas pelayanan), variabel Y (Unit akademik), hubungan antar kedua variable, kerangka teoritik dan hipotesis.

Bab III, pada bagian metodologi penelitian ini membahas mengenai rancangan penelitian, validitas dan reliabilitas, subjek penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab IV, pada bagian ini diuraikan tentang hasil penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan dari masalah yang telah dirumuskan.

Bab V, pada bagian penutup, dibahas mengenai simpulan dan saran yang sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan pada penelitian ini.

Pada bagian akhir, berisikan daftar pustaka serta lampiran-lampiran yang mendukung selama proses penelitian berlangsung.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia (Dahwan, 2008)

Goetsh dan Davis (Dalam Dahwan, 2008) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Tjiptono (2008) menyatakan istilah *service* mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”. Memang tidak mudah mencari padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut, akan tetapi setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut yakni jasa, layanan dan *service*. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk yang tidak berwujud fisik. Sebagai layanan, istilah *service* mengisyaratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu kepada pihak lain, misalnya *customer service*. Sementara kata *service* sendiri lebih mengacu pada konteks reparasi, misalnya servis sepeda motor.

Menurut Gummesson (Dalam Sardjana, 2007) menekankan bahwa jasa merupakan sesuatu yang bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik.

Lukman (dalam yuliarmi, 2007) menyatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang tidak jelas, namun menyediakan konsumen, dan atau pemakai industri serta tidak terkait pada penjualan suatu produk atau pelayanan lainnya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang-orang atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen

Soekadijo(dalam Pakpahan, 2009) menyatakan bahwa Pelayanan adalah fasilitas pelayanan jasa yang penyajiannya disertai keramahatan yang menyenangkan untuk para pelanggan, sebagai suatu yang menyenangkan juga suatu merupakan daya tarik, sehingga keramahatan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi bagi calon pelanggan.

Staton (Dalam Effiyaldi, 2008) mengungkapkan definisi jasa adalah sesuatu yang dapat didefinisikan secara terpisah, tidak terwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dimana jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Anderson and Zeithaml, 1984; Philips, Chang and Buzzel, 1983 (Dalam Sachdev, 2004) *Quality is the most important purchase decision factor influencing the customer's buying decision.*

Lewin dan booms (dalam Tjiptono, 2008) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah keunggulan-keunggulan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan harapan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan meliputi sikap *customer service*, tanggapan terhadap keluhan konsumen, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu (Hadiyati, 1999).

Gagliano (dalam Utama, 2003) mengatakan bahwa kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah pandangan konsumen terhadap hasil perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang diperoleh dari pelayanan.

Kotler (dalam Tjiptono, 2005) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan.

Soetjipto (dalam Pakpahan, 2009) menyatakan tentang kualitas pelayanan (*service quality*) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Lewis & Mitchell, 1990 (Dalam Akbar Dkk, 2009). *Service quality has been referred as the extent to which a service meets customers' needs or expectations.*

Zeithaml & Bitner, 2000 (Dalam Widjatmaka, 2006) Kualitas layanan didefinisikan sebagai *Excellent, Superior* atau keunggulan layanan yang diterima oleh pelanggan relative terhadap apa yang diharapkan oleh pelanggan

Sedangkan menurut Parasuraman sendiri (Dalam Dama, 2010) kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara ekspektasi dengan persepsi pelanggan.

2. Bentuk-bentuk layanan

Pelayanan konsumen dapat berupa produk, jasa, atau campuran produk dan jasa (Harianto, 2005).

Tjiptono (2008) mengatakan secara garis besar bahwa tawaran produk bisa dikelompokkan menurut berbagai kriteria. Salah satunya adalah daya tahan (*durability*) atau berwujud tidaknya (*tangibility*) produk bersangkutan. Berdasarkan kriteria ini, produk bisa dibedakan menjadi tiga macam, yakni:

a) Barang tidak tahan lama (*non-durable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Umur ekonomisnya maksimum satu tahun. Contohnya pasta gigi, sabun mandi, permen, garam, gula, kapur tulis, rokok dan lain sebagainya.

b) Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama atau berumur ekonomis lebih dari satu tahun. Contohnya antara lain lemari es, TV, mobil, sepeda motor, komputer, mesin cuci dan lain sebagainya.

c) *Jasa (Service)*

Jasa merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus ketrampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas dan lain-lain.

Sesungguhnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa atau layanan tidaklah gampang dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian barang fisik sering kali dibarengi pula dengan unsur jasa atau layanan tertentu (seperti pembiayaan atau fasilitas kredit, perawatan, reparasi, penyampaian garansi) dan sebaliknya pembelian sebuah jasa atau layanan tertentu kerap kali melibatkan pula barang-barang pelengkap (contohnya, buku tabungan dan kartu ATM untuk jasa tabungan di Bank, pesawat telepon dalam jasa telekomunikasi)

3. Perspektif Kualitas

Beragamnya pengertian tentang kualitas antara lain disebabkan cara melihat atau melakukan pendekatan dalam memahami kualitas, Garvin (Dalam Dahwan, 2008) menjelaskan terdapat lima macam perspektif kualitas yang dapat menjelaskan mengapa kualitas dapat diartikan secara

beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan, meliputi:

- a. *Transcendental approach*, kualitas dipandang sebagai innate excellence, di mana kualitas dapat dirasakan, diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan.
- b. *Product-based approach*, bahwa kualitas merupakan atribut ataupun spesifikasi yang dapat kuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.
- c. *User-based approach*, bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga pelayanan yang paling memuaskan preferensi seseorang (*perceived quality*) merupakan pelayanan yang paling berkualitas tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.
- d. *Manufacturing-based approach*, mendasarkan diri pada supply dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerajinan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali

didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

- e. *Value-based approach*, memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “affordable excellence”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang dibeli konsumen maupun pelayanan yang paling bermakna bagi pelanggan.

4. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler, 2000 (Dalam Laksmono Dkk, 2007) *service* memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dari suatu barang, yaitu:

1. *Intangibility*

Jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*). Atau usaha yang hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak bisa dimiliki. Jasa bersifat *intangible* maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian, seseorang tidak dapat menilai kualitas dari jasa sebelum merasakan/mengonsumsi sendiri.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contact-personnel*) merupakan unsur penting.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai permasalahan muncul berkaitan dengan kapasitas menganggur (saat permintaan sepi) dan pelanggan tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa atau beralih ke penyedia jasa lainnya (saat permintaan puncak).

5. Dimensi kualitas pelayanan

Kualitas dari pelayanan sangat bergantung dari sisi subjective pelanggan, tetapi pada umumnya kualitas pelayanan tersebut berpedoman kepada SERVQUAL (Gefen, 2002)

Dalam mengukur kualitas sebuah layanan, khususnya dalam hal ini layanan akademik, penulis menggunakan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithml, dan Leonard L. Berry dan Parasuraman dalam “*Delivering Quality Service*” mencakup *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible* yang harus diperbaiki sebagai salah satu pendorong keunggulan bersaing.

a. *Reliability* (keandalan)

Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat. Konsisten dan adanya kesesuaian pelayanan. Di lingkungan perguruan tinggi, hal ini dapat dilihat dari segi prosedur pelayanan administrasi mahasiswa yang cepat dan tepat, pelayanan bimbingan dan konseling antara mahasiswa dan dosen dengancepat dan tepat. Jadwal belajar mengajar yang dijalankan dengan tepat waktu, pelayanan akademis antara mahasiswa dan administrasi yang tidak berbelit-belit, dan lain sebagainya.

b. *Responsiveness* (Kemampuan reaksi)

Responsiveness merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Dimensi ini yaitu kemampuan dari dosen atau pegawai bagian akademik untuk membantu pelanggannya yaitu mahasiswa dan memberikan layanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi

keluhan yang diajukannya. Dalam lingkungan pendidikan tinggi, hal ini dapat dilihat dari segi kemampuan dosen ataupun pegawai bagian akademik untuk dengan cepat tanggap menyelesaikan keluhan mahasiswanya. Dosen ataupun para pegawai lembaga pendidikan memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti dan bertindak cepat saat mahasiswa membutuhkan.

c. *Assurance* (Kepastian)

Assurance yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *Front line Staff* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya, atau pelayanan berupa kemampuan pegawai untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

d. *Empathy* (Empati)

Secara umum, dimensi ini memang dipersepsi kurang penting dibandingkan dengan dimensi *reliability* dan *Responsiveness*. *Empathy* adalah kesediaan pegawai untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya menempatkan diri sebagai pelanggan, jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusinya dengan menunjukkan rasa kepedulian yang tulus.

e. *Tangible* (yang terukur)

Tangible adalah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai alat komunikasi. Dalam lingkungan pendidikan tinggi, fasilitas fisik dapat dilihat dari kebersihan, kerapian dan kenyamananruangan belajar. Juga penataan ruangan baik secara interior maupun eksterior. Peralatan belajar yang memadai, kesiapan saat akan digunakan seperti fasilitas presentasi, alat komunikasi, multimedia, dan lain sebagainya.

B. Unit Akademik

1. Pengertian

Berbicara masalah layanan akademik, maka tentu tidak akan terlepas dari berbicara tentang layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan terhadap konsumennya, karena layanan akademik menyangkut pelayanan public dalam bidang yang sifatnya khusus.

Dalam Undang-Undang tentang pelayanan publik nomor 25 tahun 2009 yang dimaksud dengan Pelayanan public adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Sedangkan Pelaksana adalah pejabat, pegawai, petugas, dan setiap orang yang bekerja di dalam organisasi penyelenggara yang bertugas melaksanakan tindakan atau serangkaian tindakan pelayanan publik dan Masyarakat adalah seluruh pihak, baik warga negara maupun penduduk sebagai orang perseorangan,

kelompok, maupun badan hukum yang berkedudukan sebagai penerima manfaat pelayanan publik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dari definisi tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan pengertian pelayanan public yaitu suatu usaha yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau institusi tertentu untuk memberikan kemudahan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan akademik adalah pelayanan yang berkaitan dengan kegiatan pendidikan di perguruan tinggi.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka pelayanan akademik bisa diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perguruan tinggi untuk memberikan kemudahan pada pemenuhan kebutuhan mahasiswa dalam hal yang berkaitan dengan kegiatan akademik.

Kasubbag. Akademik (Sarana Pendidikan) adalah sarana pelayanan teknis administrasi akademik yang berada langsung dibawah Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan dan bertugas mengelola keseluruhan proses akademik mahasiswa dan menyiapkan data statistik akademik untuk evaluasi aktif (Fadli, 2010)

Layanan akademik merupakan kegiatan dalam memberikan manfaat kepada para mahasiswa sebagai salah satu pelanggan lembaga pendidikan tinggi dalam hal penggunaan fasilitas perpustakaan, konseling, bank, layanan administrasi, proses belajar mengajar, layanan fasilitas olahraga, dan lain sebagainya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa layanan

akademik mengandung rangkaian kegiatan yang sistematis yang menempatkan hal tersebut sebagai sebuah system.

2. Tugas-tugas dalam bagian Akademik

Sistem informasi Akademik yang bagus, sebenarnya merupakan salah satu tugas dari bagian Akademik. Secara spesifik, sistem informasi akademik memiliki beberapa karakter yang cukup luas, diantaranya adalah: Sistem informasi akademik bermakna sebagai pendekatan-pendekatan dalam melakukan proses manajemen, Komputer hanya merupakan komponen, atau alat bukan fokus sentral dari sistem informasi akademik, Pimpinan berperan aktif dalam rangka sistem sebagai pengguna informasi bukan sebagai tenaga teknis ataupun operator computer, dan esensi sistem informasi administrasi terletak pada sistem terpadu dan sistem terencana, bukan hanya urusan mekanisme pengolahan data (Indrayani, 2011).

Ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh para pegawai bagian akademik yang sering disebut dengan tugas bagian akademik (Fadli, 2010) diantaranya adalah:

- a) Mengelola kegiatan administrasi dari keseluruhan proses administrasi akademik dan akreditasi
- b) Mengembangkan dan menyediakan informasi bagi pengambilan keputusan manajerial terhadap berbagai hal yang menyangkut administrasi akademik.

- c) Mengembangkan sub-sistem administrasi akademik dan perangkat penunjang dalam rangka mengembangkan sejalan dengan tuntutan perkembangan institusi.
- d) Bertanggung jawab untuk mengembangkan, mengkoordinasikan dan mengawasi kelancaran pekerjaan pelaksanaan sub-bagian Akademik dan sub-bagian Kemahasiswaan.
- e) Memelihara dan mengamankan file data dan informasi yang menyangkut akademik.
- f) Menjalin kerjasama dengan komponen lain dilingkungan Unit Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan maupun bagi terwujudnya efektifitas berbagai kegiatan akademik.
- g) Menyusun rencana anggaran pendapatan dan belanja bagian akademik dan mempertanggung jawabkan perwujudannya kepada Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan.
- h) Memelihara dan mengamankan perlengkapan-perengkapan yang ditempatkan dibagian Akademik.

3. Tuntutan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik

Menurut Islamy (Dalam Tresiana, 2007). Ada lima hal yang menjadi tuntutan masyarakat terhadap institusi *public* dalam pelayanan yang diberikannya, diantaranya:

- a. Derasnya tuntutan agar pemerintah mampu menumbuhkan adanya “*good governance*” berupa pemerintahan yang bersih, bertanggung jawab dan professional.
- b. Semakin tajamnya kritik masyarakat atas semakin rendahnya kualitas pelayanan publik.
- c. Semua aparat pemerintahan dituntut untuk memiliki “*sense of crisis*”, dibutuhkan aparat pelayanan yang mampu “*to do more with less*”.
- d. Aparat pemerintah dituntut agar bekerja lebih profesional, memiliki “*public accountability and responsibility*”.
- e. Masyarakat sebagai pihak yang harus dipenuhi dan dilindungi kepentingannya (*public interest*), menuntut agar pemerintah memperhatikan dengan sungguh-sungguh aspirasi mereka sejauh bisa memenuhinya.

Senada dengan hal diatas, beberapa hasil riset yang telah dilakukan oleh beberapa pakar tentang peran institusi publik, khususnya garis depan dalam memberikan pelayanan publik di Indonesia menunjukkan adanya patologi dan stigma birokrasi pelayanan public (Tresiana, 2007).

C. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Unit bagian akademik.

Sebagian besar keputusan manajemen yang ada dalam penyelenggaraan perguruan tinggi, sebagaimana lembaga-lembaga profit lainnya, bersifat berulang dan rutin.

Menurut sebuah survey, Murdick dkk. 1995 (Dalam Indrayani, 2011) menyebutkan bahwa sekitar 90% dari keputusan manajemen merupakan keputusan rutin. Jika mengacu pada survei di atas, maka sudah saatnya perguruan tinggi memiliki kebutuhan mendesak mengotomasi atau memprogram keputusan-keputusan berupa apapun. Dengan bisa diprogramkannya keputusan-keputusan manajerial di perguruan tinggi, maka para pimpinan di setiap unit bisa mencurahkan pekerjaan mereka kepada pekerjaan-pekerjaan yang sebenarnya, yaitu mengambil keputusan-keputusan jangka panjang dan mencari upaya peningkatan mutu layanan lembaga jangka panjang.

Penguatan tata kelola, akuntabilitas dan citra publik lembaga pendidikan tinggi akan bermuara pada meningkatnya kinerja lembaga pendidikan tinggi dan kualitas produk. Kebijakan ini akan bermakna manakala dikaitkan dengan upaya pemenuhan layanan manajemen lembaga pendidikan yang bermutu, program pengajaran yang bermutu, fasilitas pendidikan yang bermutu, dan staf pendidikan yang bermutu pula.

Bowen (dalam Alma, 2005) menyatakan Mahasiswa yang masuk sebuah Perguruan Tinggi tentu mempunyai banyak harapan besar seperti adanya kesempatan lapangan kerja, pengembangan karir, dan adanya kepuasan, kesenangan, serta kebanggaan sebagai Mahasiswa di perguruan tinggi tersebut.

Arti Penting Kualitas Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai keramahan dan kemudahan dalam

memenuhi kebutuhan mereka. Pada perusahaan jasa, pelayanan merupakan strategi untuk menarik pasar dalam menghadapi persaingan (Pakpahan, 2009).

Layanan akademik di kampus yang merupakan pelayanan dibidang jasa seiring dengan perkembangan teknologi menuntut profesional yang meminta kecepatan dan ketepatan layanan. Kesulitan dalam melakukan pelayanan tersebut disebabkan oleh banyak hal. Satu diantaranya adalah ketidaktersediaan data serta sulitnya aksesibilitas stakeholder kepada basis.

Sebagaimana yang dikemukakan Zeithaml et al, 1996 dan Lovelock, 2002 (Dalam Hariadi, 2007) yang menyatakan apabila barang atau jasa yang disampaikan pada konsumen dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau memuaskan, seorang konsumen akan merasa puas atau tidak, tidak hanya mendasarkan kepada nilai bersih yang diterimanya saja, tetapi lebih lanjut akan membandingkannya dengan harapannya terhadap barang yang bersangkutan.

Scott Robinette (2001) juga mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh antara nilai, loyalitas dan profit. Semakin tinggi nilai yang dirasakan semakin tinggi pula loyalitas dan profit yang diperoleh pelanggan.

Maka kemudian Unit akademik dan pelayanan tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lainnya karena pelayanan merupakan hal yang harus diutamakan, khususnya pada perusahaan jasa.

D. Kerangka Teoritik

Pada perusahaan jasa, pelayanan merupakan strategi untuk membidik pasar dalam menghadapi persaingan. Karena pelayanan yang baik serta

berkualitas kepada konsumen, maka konsumen akan merasa mendapat kepuasan dan dihargai sehingga akan tetap merasa senang untuk menjadi pelanggan perusahaan, demikian juga sebaliknya. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan merupakan suatu bentuk strategi karena pelayanan yang dikerjakan secara profesional akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan dan nama baik perusahaan. Jika kualitas pelayanan diabaikan, maka bisa menimbulkan rasa tidak puas di pihak pelanggan dan ini jelas akan merugikan pihak perusahaan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan Organisasi atau Instansi.

Hal ini terbukti dari beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Kualitas layanan sebuah Perusahaan sangat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan, yang akhirnya menjadikan loyalitas Pelanggan semakin meningkat. Salah satunya adalah penelitian Laksmono Poppy dan Nur Ainy Khomariyah tentang Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel *Intervening*.

Laksmono Poppy dan Nur Ainy Khomariyah (2007) menyimpulkan “ada pengaruh langsung dari kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan serta pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan dengan pemasaran relasional sebagai variabel *intervening*”. Dimana

pemasaran relasional sebagai variable *Intervening* adalah merupakan sebuah pelayanan yang diberikan.

Maka dalam situasi persaingan yang semakin kompleks ini suatu Perguruan Tinggi harus mampu memberikan sebuah pelayanan yang baik sesuai apa yang diharapkan Mahasiswa yang tentunya setiap masa apa yang dibutuhkan Mahasiswa tidak sama. Maka suatu Perguruan Tinggi harus mampu dengan cepat merespon hal demikian untuk meningkatkan sebuah Kualitas suatu Perguruan Tinggi itu sendiri.

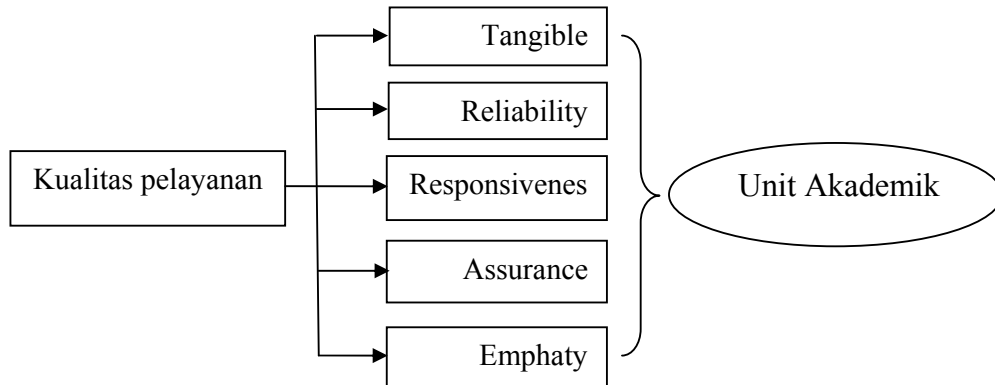
Keberhasilan Fakultas sebagai Unit kerja dalam Perguruan Tinggi sebenarnya sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah Mahasiswa.

Kantor akademik merupakan tempat memberikan informasi tentang kepentingan keakademikan, Unit inilah yang lebih banyak dilakukan interaksi untuk kepentingan, Hak serta kebutuhan Mahasiswa yang berkaitan dengan pembelajaran. Selain ditempat lain, Disini jugalah Mahasiswa harus mendapatkan pelayanan yang baik.

Parasuraman sendiri menjelaskan ada 5 (Lima) dimensi kualitas layanan, diantaranya adalah: penampilan fasilitas fisik atau yang dapat dilihat (*Tangible*), keandalan atau kemampuan memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan (*Reliability*), Kemampuan reaksi atau kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat (*Responsiveness*), Kepastian atau kemampuan pegawai menanamkan rasa percaya kepada Mahasiswa (*Assurance*), dan

Empati (*Empathy*). Artinya bahwa Lima dimensi inilah yang akan mempengaruhi kepuasan Mahasiswa dalam menilai suatu layanan yang ada di Perguruan Tinggi. Sehingga dengan dimensi inilah sebuah pelayanan yang ada di perguruan tinggi tersebut diukur.

Untuk memudahkan pemahaman dapat dilihat pada gambar berikut ini:



E. Hipotesis

Berdasarkan uraian teori diatas dapat ditarik hipotesis yang kemudian nantinya akan diuji kebenarannya menggunakan metode penelitian yang akan di jelaskan pada pembahasan selanjutnya, dan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

Hipotesis Mayor : Terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah

Hipotesis Minor1: Terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari faktor kualitas pelayanan

Hipotesis Minor 2: Terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Dakwah ditinjau dari faktor kualitas pelayanan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode ialah suatu cara atau prosedur untuk mengetahui sesuatu, yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian (Usman, 1996)

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian non-eksperimental (tidak ada *treatment* atau perlakuan). Jenis penelitiannya adalah *Comparative Study* yang berarti menguji parameter populasi yang berbentuk perbandingan melalui ukuran sampel yang juga berbentuk perbandingan, dimana penelitian ini berfungsi untuk membandingkan data yang akan diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini ada 2 macam variable, yakni variable dependen dan variable independen

Variabel dependen : Kualitas pelayanan

Variable independen : Unit Bagian Akademik (Tarbiyah dan Dakwah)

B. Subjek Penelitian

Lokasi yang dijadikan penelitian adalah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tepatnya di Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah dengan berbagai alasan yang ada.

a. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa inggris *Population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan (Bungin, 2005).

Populasi bisa berupa wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi Populasi bukan hanya orang, tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain atau seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti.

Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Semester VII Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya. dikarenakan secara masa lamanya, Mahasiswa Semesterter IIV lebih lama berada dikampus dari pada semester I,III dan V, dengan asumsi bahwa semakin lama mahasiswa berada dikampus semakin tinggi pula tingkat pengetahuan mereka tentang hal-hal yang ada didalam kampus.

Beberapa kriteria populasi adalah:

- 1) Mahasiswa aktif
- 2) Mahasiswa semester VII

b. Sampel

Bailey (Dalam Prasetyo, 2005) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi itu sendiri.

Sampel dari penelitian ini diambil dengan teknik probability sampling design, karena memberikan peluang yang sama pada setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. karena populasi yang ada bersifat homogen.

Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling, dimana pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel yang di ambil, peneliti menggunakan Table Nomogram Herry King dimana yang diambil adalah dengan taraf kesalahan 10% (Sugiyono, 2007)

Jadi, kalau populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Semester VII Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah, Maka sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

S	N	Mahasiswa	No
187	620	Fakultas Tarbiyah	1
176	523	Fakultas Dakwah	2

Keterangan:

N: Jumlah Populasi

S: Jumlah Sampel

C. Instrumen Penelitian

a) Definisi Operasional

Dari kumpulan teori yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan secara singkat mengenai definisi kualitas pelayanan. Dimana kualitas pelayanan meliputi sikap *customer service*, tanggapan terhadap keluhan konsumen, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu.

Selanjutnya menurut parasuraman, at. al (dalam Harianto, 2005) menjelaskan tentang lima dimensi utama bahwa kualitas dari pelayanan sangat bergantung dari sisi subjective pelanggan, tetapi pada umumnya kualitas pelayanan tersebut berpedoman kepada SERVQUAL, yang mengidentifikasikan 5 hal yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu: Pertama, Berwujud atau bukti langsung (*Tangible*) yaitu: Meliputi penampilan dan fasilitas fisik peralatan atau perlengkapan, karyawan dan peralatan komunikasi harus menarik, lengkap, bersih dan selalu terpelihara

dengan baik. Kedua, Keandalan atau dapat dipercaya (*Reliability*) yaitu Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan jasa yang dijanjikan dengan segera, akurat atau tepat waktu dan memuaskan atau dapat dipercaya. Ketiga, Daya tanggap atau kesigapan (*Responsiveness*) yaitu: Kesiediaan perusahaan atau kemauan para pegawai untuk membantu masyarakat atau pelanggan dengan segera memberikan pelayanan jasa secara tepat dan tanggap. Keempat, Empati (*Empathy*,) yaitu kemampuan membina hubungan perhatian, dan memahami kebutuhan. Kelima, Jaminan atau kepastian (*Assurance*) yaitu: Tingkat pengetahuan, keahlian pegawai, kemampuan dan keramah tamahan atau kesopanan yang harus dimiliki pegawai dalam memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Adapun dimensi Assurance, merupakan gabungan dari dimensi: (a)Kompetensi (*Competence*), artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pekerjaan. (b)Kesopanan (*Courtesy*), yaitu keramahan, perhatian, dan sikap karyawan.(c)Keamanan (*Security*), artinya tidak adanya bahaya resiko atau keraguan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. (d)Kredibilitas atau kepercayaan (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.

b) Alat Ukur

Untuk mencapai tingkat objektivitas yang tinggi, sebuah penelitian ilmiah mensyaratkan penggunaan prosedur pengumpulan data yang akurat dan objektif.

Pada pendekatan penelitian kuantitatif, data penelitian hanya akan dapat diinterpretasikan dengan lebih objektif apabila diperoleh lewat suatu proses pengukuran yang disamping valid dan reliabel juga objektif (Azwar, 2009).

Pengukuran dalam penelitian kuantitatif dimaksud untuk menentukan data apa yang ingin diperoleh dari indicator variable yang telah ditentukan. Dapat juga pengukuran berarti bagaimana peneliti mengukur indikator variable.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner dengan menggunakan skala likert. Keuntungan menggunakan kuesioner adalah penyusunan dan perumusan pernyataan dapat mengikuti suatu sistematik yang sesuai dengan masalah yang diteliti, efisien dalam waktu, biaya dan tenaga, tidak ada tekanan bagi subyek untuk menjawab pernyataan, Menghindari bias wawancara.

Sedangkan kelemahan menggunakan kuesioner adalah tidak fleksibel, sehingga tidak dapat menggambarkan situasi pada saat itu, tidak ada kontrol pada saat pengisian kuesioner, tidak dapat mengubah susunan

pernyataan agar sesuai dengan responden (bersifat kaku), hasil yang didapat tidak dapat memberikan jawaban atau informasi yang mendalam.

Skala likert disebut juga *summated rating scale*. Skala likert memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan.

Skala likert dengan lima alternatif jawaban yang harus dipilih oleh subyek mulai dari sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pilihan netral tidak diikutkan dengan alasan jawaban netral dapat diartikan belum bisa memutuskan, adanya alternatif jawaban netral akan menimbulkan kecenderungan individu untuk memilihnya, terjadinya jawaban netral akan banyak menghilangkan banyak data penelitian, sehingga mengurangi banyak informasi yang dijarah responden (Hadi, 1995).

Pengukuran kualitas layanan Akademik dilakukan dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono, 2004 (Dalam Lubis, 2009) skala Likert digunakan dengan lima tingkatan dimana setiap item diberikan pilihan jawaban berjenjang sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- R = Ragu-ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Terdapat dua jenis pernyataan dalam skala ini yaitu pernyataan favourable (F) dan *unfavourable* (UF). Pernyataan *favourable* yaitu pernyataan yang berisi tentang hal-hal yang positif mengenai obyek sikap. Sebaliknya pernyataan *unfavourable* adalah pernyataan yang berisi hal-hal yang negatif mengenai obyek sikap, yaitu bersifat tidak mendukung ataupun kontra terhadap obyek sikap yang diungkap.

Pernyataan yang *favorable* pilihan jawaban skornya sebagai berikut:

SS = 4

S = 3

TS = 2

STS = 1

Sedangkan untuk pernyataan yang *unfavorable* dilakukan pembalikan skor (*recoding*) dan pilihan jawaban diberi skor sebagai berikut:

SS = 1

S = 2

TS = 3

STS = 4

Tahap selanjutnya peneliti menghitung total skor dari masing-masing subyek, dimana skor yang tinggi menunjukkan Kualitas layanan tinggi dan skor yang rendah menunjukkan kualitas layanan rendah.

Jumlah total item kuesioner Kualitas layanan adalah 30 item dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Blue Print dari Kualitas Pelayanan

Jumlah	Nomor Aitem		Indikator	Dimensi	No
	UF	F			
6	2	1	Kebersihan dan kerapian ruangan	Tangible	1
	6	3	Kerapian Pegawai		
	5	4	Kelengkapan fasilitas		
6	11	8	Pelayanan yang akurat	Reliability	2
	9	7	Tepat waktu		
	10	12	Ketepatan memberikan informasi		
6	16	13	Daya tanggap pegawai	Responsiveness	3
	14	17	Kecepatan pelayanan		
	15	18	Ketepatan dalam pelayanan yang diberikan		
6	20	19	Keramahan	Assurance	4
	23	21	Kompetensi		
	24	22	Kredibilitas dan keamanan		
6	25	27	Perhatian	Empathy	5
	28,30	26,29	Memahami kebutuhan		
30	15	15		Jumlah	

c) Validitas Reliabilitas

Dalam menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, otomatis hasil penelitian menjadi valid dan reliabel. Hal ini masih akan dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti dan kemampuan peneliti yang menggunakan instrumen. Oleh karena itu peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan

dan menggunakan instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti. (Sugiyono, 2007; 349)

1. Validitas

Dalam psikodiagnostika, validitas sering kali dikonsepsikan sebagai sejauh mana tes mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Dalam pengukuran terhadap atribut psikologis, validitas tidak mudah untuk dicapai. Pengukuran terhadap variabel psikologis dan sosial mengandung lebih banyak eror dari pada pengukuran terhadap aspek fisik. Kita tidak dapat yakin bahwa validitas intrinsik terpenuhi dikarenakan kita tidak dapat membuktikan secara empirik dengan langsung.

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2007).

Validitas soal adalah derajat kesesuaian antar suatu soal dengan perangkat soal-soal lain. Ukuran soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item-item correlation*) yang biasa disebut korelasi biserial (Suryabrata, 2000).

Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, makin mengena sasarannya dan makin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur.

Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes

tersebut. Suatu tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 16,0 for windows. Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai korelasi (r) hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$. Pada penelitian ini $N=363$, berarti $363-2 = 361$ dengan menggunakan taraf signifikansi 1%, maka diperoleh r tabel = 0,148 (Muhid, 2010).

Catatan:

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda positif dan $< r$ Tabel, maka item tidak valid.

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda negatif dan $< r$ Tabel, maka item tidak valid.

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda negatif dan $> r$ Tabel, maka item tidak valid.

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda positif dan $> r$ Tabel, maka valid.

Jadi Item yang valid adalah apabila Harga Corrected Item Total Correlation bertanda positif dan $> r$ Tabel.

Adapun Rumus Korelasi *Product Moment*

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

N = Banyaknya Subyek

X = Angka Pada Variabel

Y = Angka Ada Variabel Kedua

R_{xy} = Nilai Korelasi Product Moment

Uji validitas item Kualitas Pelayanan dilakukan dengan cara membandingkan r tabel dengan r hitung yang telah diperoleh dari *SPSS* (jika r hitung (positif) > r tabel maka item dinyatakan valid), hasil validitas sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Item-item Kualitas Pelayanan

Validitas	r tabel	r hitung	No Item
Valid	0,148	0,620	1
Valid	0,148	0,627	2
Valid	0,148	0,611	3
Valid	0,148	0,566	4
Valid	0,148	0,563	5
Valid	0,148	0,553	6
Valid	0,148	0,277	7
Valid	0,148	0,610	8
Valid	0,148	0,555	9
Valid	0,148	0,516	10
Valid	0,148	0,646	11
Valid	0,148	0,524	12
Valid	0,148	0,777	13
Valid	0,148	0,550	14
Valid	0,148	0,444	15
Valid	0,148	0,776	16
Valid	0,148	0,605	17

Valid	0,148	0,594	18
Valid	0,148	0,587	19
Valid	0,148	0,578	20
Valid	0,148	0,628	21
Valid	0,148	0,581	22
Valid	0,148	0,546	23
Valid	0,148	0,676	24
Valid	0,148	0,397	25
Valid	0,148	0,411	26
Valid	0,148	0,363	27
Valid	0,148	0,154	28
Valid	0,148	0,166	29
Valid	0,148	0,253	30

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Faktor-faktor kualitas pelayanan

Validitas	r tabel	r hitung	No Faktor
Valid	0,148	.926	1
Valid	0,148	.924	2
Valid	0,148	.889	3
Valid	0,148	.911	4
Valid	0,148	.314	5

Berdasarkan Tabel 3.3 tentang hasil uji validitas item-item Kualitas Pelayanan, diketahui bahwa semua item dari kualitas pelayanan adalah valid. Sedangkan pada tabel 3.4 tentang hasil uji validitas faktor-faktor kualitas pelayanan (lihat pada lampiran hal.) diperoleh bahwa semua faktor dari kualitas pelayanan adalah valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable*. Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2009).

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2007). Untuk mencari reliabilitas alat ukur skala kualitas pelayanan digunakan rumus *alpha*. Penggunaan rumus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus *alpha* ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, angket atau soal bentuk uraian.

Adapun Rumus *Alpha*

$$R_{11} = \left[\frac{K}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Keterangan:

R_{11} = Reliabilitas Instrument

K = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma_h^2$ = Jumlah Varians Butir

$$\sigma_1^2 = \text{Varians Total}$$

Menurut Saifuddin Azwar (2002), tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin reliabel. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1,00, jika koefisien mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas pelayanan

Reliabilitas	Koefisien alpha	Variabel
Sangat Reliabel	0,918	Kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien alpha dari variabel *kualitas pelayanan* adalah sebesar 0,918. Hal ini berarti alat ukur tersebut sangat andal

D. Analisis data

Sebelum melakukan analisis data, dilakukan uji normalitas data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Sebelum melakukan analisis data, dilakukan uji normalitas data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio.

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil lapangan. Dan juga bagian yang sangat penting karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian (Muhid, 2010).

Dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar 0,05 (Priyatno,2009).

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji rumusan masalah tentang ada atau tidaknya perbedaan kualitas pelayanan akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah, maka menggunakan uji *Mann-Whitney Test*. Hal ini dikarenakan semula direncanakan dianalisis dengan *product moment*, namun setelah diuji distribusi datanya ternyata tidak normal. Selain itu, Uji *Mann-Whitney Test* memang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal (Muhid, 2010).

Untuk menguji hipotesis adalah dengan membandingkan taraf signifikansi (p-value) dengan galatnya.

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Sedangkan untuk melihat perbedaan kualitas pelayanan akademik fakultas tarbiyah dan fakultas dakwah ditinjau dari Faktor kualitas pelayanan, Peneliti menggunakan Uji *Kruskal-Wallis Test*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode ialah suatu cara atau prosedur untuk mengetahui sesuatu, yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian (Usman, 1996)

E. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian non-eksperimental (tidak ada *treatment* atau perlakuan). Jenis penelitiannya adalah *Comparative Study* yang berarti menguji parameter populasi yang berbentuk perbandingan melalui ukuran sampel yang juga berbentuk perbandingan, dimana penelitian ini berfungsi untuk membandingkan data yang akan diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini ada 2 macam variable, yakni variable dependen dan variable independen

Variabel dependen : Kualitas pelayanan

Variable independen : Unit Bagian Akademik (Tarbiyah dan Dakwah)

F. Subjek Penelitian

Lokasi yang dijadikan penelitian adalah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tepatnya di Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah dengan berbagai alasan yang ada.

c. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa inggris *Population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan (Bungin, 2005).

Populasi bisa berupa wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi Populasi bukan hanya orang, tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain atau seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti.

Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Semester VII Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya. dikarenakan secara masa lamanya, Mahasiswa Semesterter IIV lebih lama berada dikampus dari pada semester I,III dan V, dengan asumsi bahwa semakin lama mahasiswa berada dikampus semakin tinggi pula tingkat pengetahuan mereka tentang hal-hal yang ada didalam kampus.

Beberapa kriteria populasi adalah:

- 3) Mahasiswa aktif
- 4) Mahasiswa semester VII

d. Sampel

Bailey (Dalam Prasetyo, 2005) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi itu sendiri.

Sampel dari penelitian ini diambil dengan teknik probability sampling design, karena memberikan peluang yang sama pada setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. karena populasi yang ada bersifat homogen.

Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling, dimana pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel yang di ambil, peneliti menggunakan Table Nomogram Herry King dimana yang diambil adalah dengan taraf kesalahan 10% (Sugiyono, 2007)

Jadi, kalau populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Semester VII Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah, Maka sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

S	N	Mahasiswa	No
187	620	Fakultas Tarbiyah	1
176	523	Fakultas Dakwah	2

Keterangan:

N: Jumlah Populasi

S: Jumlah Sampel

G. Instrumen Penelitian

d) Definisi Operasional

Dari kumpulan teori yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan secara singkat mengenai definisi kualitas pelayanan. Dimana kualitas pelayanan meliputi sikap *customer service*, tanggapan terhadap keluhan konsumen, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu.

Selanjutnya menurut parasuraman, at. al (dalam Harianto, 2005) menjelaskan tentang lima dimensi utama bahwa kualitas dari pelayanan sangat bergantung dari sisi subjective pelanggan, tetapi pada umumnya kualitas pelayanan tersebut berpedoman kepada SERVQUAL, yang mengidentifikasikan 5 hal yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu: Pertama, Berwujud atau bukti langsung (*Tangible*) yaitu: Meliputi penampilan dan fasilitas fisik peralatan atau perlengkapan, karyawan dan peralatan komunikasi harus menarik, lengkap, bersih dan selalu terpelihara

dengan baik. Kedua, Keandalan atau dapat dipercaya (*Reliability*) yaitu Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan jasa yang dijanjikan dengan segera, akurat atau tepat waktu dan memuaskan atau dapat dipercaya. Ketiga, Daya tanggap atau kesigapan (*Responsiveness*) yaitu: Kesiediaan perusahaan atau kemauan para pegawai untuk membantu masyarakat atau pelanggan dengan segera memberikan pelayanan jasa secara tepat dan tanggap. Keempat, Empati (*Empathy*,) yaitu kemampuan membina hubungan perhatian, dan memahami kebutuhan. Kelima, Jaminan atau kepastian (*Assurance*) yaitu: Tingkat pengetahuan, keahlian pegawai, kemampuan dan keramah tamahan atau kesopanan yang harus dimiliki pegawai dalam memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Adapun dimensi Assurance, merupakan gabungan dari dimensi: (a)Kompetensi (*Competence*), artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pekerjaan. (b)Kesopanan (*Courtesy*), yaitu keramahan, perhatian, dan sikap karyawan.(c)Keamanan (*Security*), artinya tidak adanya bahaya resiko atau keraguan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. (d)Kredibilitas atau kepercayaan (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.

e) Alat Ukur

Untuk mencapai tingkat objektivitas yang tinggi, sebuah penelitian ilmiah mensyaratkan penggunaan prosedur pengumpulan data yang akurat dan objektif.

Pada pendekatan penelitian kuantitatif, data penelitian hanya akan dapat diinterpretasikan dengan lebih objektif apabila diperoleh lewat suatu proses pengukuran yang disamping valid dan reliabel juga objektif (Azwar, 2009).

Pengukuran dalam penelitian kuantitatif dimaksud untuk menentukan data apa yang ingin diperoleh dari indicator variable yang telah ditentukan. Dapat juga pengukuran berarti bagaimana peneliti mengukur indikator variable.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner dengan menggunakan skala likert. Keuntungan menggunakan kuesioner adalah penyusunan dan perumusan pernyataan dapat mengikuti suatu sistematik yang sesuai dengan masalah yang diteliti, efisien dalam waktu, biaya dan tenaga, tidak ada tekanan bagi subyek untuk menjawab pernyataan, Menghindari bias wawancara.

Sedangkan kelemahan menggunakan kuesioner adalah tidak fleksibel, sehingga tidak dapat menggambarkan situasi pada saat itu, tidak ada kontrol pada saat pengisian kuesioner, tidak dapat mengubah susunan

pernyataan agar sesuai dengan responden (bersifat kaku), hasil yang didapat tidak dapat memberikan jawaban atau informasi yang mendalam.

Skala likert disebut juga *summated rating scale*. Skala likert memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan.

Skala likert dengan lima alternatif jawaban yang harus dipilih oleh subyek mulai dari sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pilihan netral tidak diikutkan dengan alasan jawaban netral dapat diartikan belum bisa memutuskan, adanya alternatif jawaban netral akan menimbulkan kecenderungan individu untuk memilihnya, terjadinya jawaban netral akan banyak menghilangkan banyak data penelitian, sehingga mengurangi banyak informasi yang dijarah responden (Hadi, 1995).

Pengukuran kualitas layanan Akademik dilakukan dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono, 2004 (Dalam Lubis, 2009) skala Likert digunakan dengan lima tingkatan dimana setiap item diberikan pilihan jawaban berjenjang sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- R = Ragu-ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Terdapat dua jenis pernyataan dalam skala ini yaitu pernyataan favourable (F) dan *unfavourable* (UF). Pernyataan *favourable* yaitu pernyataan yang berisi tentang hal-hal yang positif mengenai obyek sikap. Sebaliknya pernyataan *unfavourable* adalah pernyataan yang berisi hal-hal yang negatif mengenai obyek sikap, yaitu bersifat tidak mendukung ataupun kontra terhadap obyek sikap yang diungkap.

Pernyataan yang *favorable* pilihan jawaban skornya sebagai berikut:

SS = 4

S = 3

TS = 2

STS = 1

Sedangkan untuk pernyataan yang *unfavorable* dilakukan pembalikan skor (*recoding*) dan pilihan jawaban diberi skor sebagai berikut:

SS = 1

S = 2

TS = 3

STS = 4

Tahap selanjutnya peneliti menghitung total skor dari masing-masing subyek, dimana skor yang tinggi menunjukkan Kualitas layanan tinggi dan dan skor yang rendah menunjukkan kualitas layanan rendah.

Jumlah total item kuesioner Kualitas layanan adalah 30 item dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Blue Print dari Kualitas Pelayanan

Jumlah	Nomor Aitem		Indikator	Dimensi	No
	UF	F			
6	2	1	Kebersihan dan kerapian ruangan	Tangible	1
	6	3	Kerapian Pegawai		
	5	4	Kelengkapan fasilitas		
6	11	8	Pelayanan yang akurat	Reliability	2
	9	7	Tepat waktu		
	10	12	Ketepatan memberikan informasi		
6	16	13	Daya tanggap pegawai	Responsiveness	3
	14	17	Kecepatan pelayanan		
	15	18	Ketepatan dalam pelayanan yang diberikan		
6	20	19	Keramahan	Assurance	4
	23	21	Kompetensi		
	24	22	Kredibilitas dan keamanan		
6	25	27	Perhatian	Empathy	5
	28,30	26,29	Memahami kebutuhan		
30	15	15		Jumlah	

f) Validitas Reliabilitas

Dalam menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, otomatis hasil penelitian menjadi valid dan reliabel. Hal ini masih akan dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti dan kemampuan peneliti yang menggunakan instrumen. Oleh karena itu peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan

dan menggunakan instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti.
(Sugiyono, 2007; 349)

3. Validitas

Dalam psikodiagnostika, validitas sering kali dikonsepsikan sebagai sejauh mana tes mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Dalam pengukuran terhadap atribut psikologis, validitas tidak mudah untuk dicapai. Pengukuran terhadap variabel psikologis dan sosial mengandung lebih banyak eror daripada pengukuran terhadap aspek fisik. Kita tidak dapat yakin bahwa validitas intrinsik terpenuhi dikarenakan kita tidak dapat membuktikan secara empirik dengan langsung.

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2007).

Validitas soal adalah derajat kesesuaian antar suatu soal dengan perangkat soal-soal lain. Ukuran soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item-item correlation*) yang biasa disebut korelasi biserial (Suryabrata, 2000).

Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, makin mengena sasarannya dan makin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur.

Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes

tersebut. Suatu tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 16,0 for windows. Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai korelasi (r) hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$. Pada penelitian ini $N=363$, berarti $363-2 = 361$ dengan menggunakan taraf signifikansi 1%, maka diperoleh r tabel = 0,148 (Muhid, 2010).

Catatan:

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda positif dan $< r$ Tabel, maka item tidak valid.

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda negatif dan $< r$ Tabel, maka item tidak valid.

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda negatif dan $> r$ Tabel, maka item tidak valid.

Jika Harga Corrected Item Total Correlation bertanda positif dan $> r$ Tabel, maka valid.

Jadi Item yang valid adalah apabila Harga Corrected Item Total Correlation bertanda positif dan $> r$ Tabel.

Adapun Rumus Korelasi *Product Moment*

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

N = Banyaknya Subyek

X = Angka Pada Variabel

Y = Angka Ada Variabel Kedua

Rxy = Nilai Korelasi Product Moment

Uji validitas item Kualitas Pelayanan dilakukan dengan cara membandingkan r tabel dengan r hitung yang telah diperoleh dari *SPSS* (jika r hitung (positif) > r tabel maka item dinyatakan valid), hasil validitas sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Item-item Kualitas Pelayanan

Validitas	r tabel	r hitung	No Item
Valid	0,148	0,620	1
Valid	0,148	0,627	2
Valid	0,148	0,611	3
Valid	0,148	0,566	4
Valid	0,148	0,563	5
Valid	0,148	0,553	6
Valid	0,148	0,277	7
Valid	0,148	0,610	8
Valid	0,148	0,555	9
Valid	0,148	0,516	10
Valid	0,148	0,646	11
Valid	0,148	0,524	12
Valid	0,148	0,777	13
Valid	0,148	0,550	14
Valid	0,148	0,444	15
Valid	0,148	0,776	16
Valid	0,148	0,605	17

Valid	0,148	0,594	18
Valid	0,148	0,587	19
Valid	0,148	0,578	20
Valid	0,148	0,628	21
Valid	0,148	0,581	22
Valid	0,148	0,546	23
Valid	0,148	0,676	24
Valid	0,148	0,397	25
Valid	0,148	0,411	26
Valid	0,148	0,363	27
Valid	0,148	0,154	28
Valid	0,148	0,166	29
Valid	0,148	0,253	30

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Faktor-faktor kualitas pelayanan

Validitas	r tabel	r hitung	No Faktor
Valid	0,148	.926	1
Valid	0,148	.924	2
Valid	0,148	.889	3
Valid	0,148	.911	4
Valid	0,148	.314	5

Berdasarkan Tabel 3.3 tentang hasil uji validitas item-item Kualitas Pelayanan, diketahui bahwa semua item dari kualitas pelayanan adalah valid. Sedangkan pada tabel 3.4 tentang hasil uji validitas faktor-faktor kualitas pelayanan (lihat pada lampiran hal.) diperoleh bahwa semua faktor dari kualitas pelayanan adalah valid.

4. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable*. Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2009).

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2007). Untuk mencari reliabilitas alat ukur skala kualitas pelayanan digunakan rumus *alpha*. Penggunaan rumus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus *alpha* ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, angket atau soal bentuk uraian.

Adapun Rumus *Alpha*

$$R_{11} = \left[\frac{K}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

R_{11} = Reliabilitas Instrument

K = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma_h^2$ = Jumlah Varians Butir

$$\sigma_1^2 = \text{Varians Total}$$

Menurut Saifuddin Azwar (2002), tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin reliabel. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1,00, jika koefisien mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas pelayanan

Reliabilitas	Koefisien alpha	Variabel
Sangat Reliabel	0,918	Kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien alpha dari variabel *kualitas pelayanan* adalah sebesar 0,918. Hal ini berarti alat ukur tersebut sangat andal

H. Analisis data

Sebelum melakukan analisis data, dilakukan uji normalitas data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Sebelum melakukan analisis data, dilakukan uji normalitas data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio.

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil lapangan. Dan juga bagian yang sangat penting karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian (Muhid, 2010).

Dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar 0,05 (Priyatno,2009).

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji rumusan masalah tentang ada atau tidaknya perbedaan kualitas pelayanan akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah, maka menggunakan uji *Mann-Whitney Test*. Hal ini dikarenakan semula direncanakan dianalisis dengan *product moment*, namun setelah diuji distribusi datanya ternyata tidak normal. Selain itu, Uji *Mann-Whitney Test* memang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal (Muhid, 2010).

Untuk menguji hipotesis adalah dengan membandingkan taraf signifikansi (p-value) dengan galatnya.

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Sedangkan untuk melihat perbedaan kualitas pelayanan akademik fakultas tarbiyah dan fakultas dakwah ditinjau dari Faktor kualitas pelayanan, Peneliti menggunakan Uji *Kruskal-Wallis Test*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tanggal 19 Desember 2011- 19 Januari 2012.

Langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

- a) Peneliti mencari info tentang kualitas pelayanan Akademik yang ada di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Kemudian peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di sana.
- b) Peneliti membuat instrument berupa angket Skala Kualitas Pelayanan yang berjumlah 30 item. Setelah alat ukur terbentuk, peneliti mendapatkan persetujuan dari Dosen pembimbing untuk melakukan penelitian.
- c) Peneliti menyiapkan surat ijin penelitian dari prodi yang diketahui oleh Fakultas.

- d) Peneliti mengajukan surat permohonan ijin penelitian kepada Pimpinan Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Melalui PRT yang kemudian dilimpahkan kepada pihak Akademik.
- e) Peneliti mendapatkan Acc serta Mendapatkan surat disposisi dari Pimpinan IAIN Untuk diserahkan ke Fakultas yang dituju.
- f) Peneliti meminta data-data dari pegawai kantor akademik terkait, dalam rangka penentuan jumlah sampel yang representative, serta data-data lain yang dibutuhkan.
- g) Sampel yang telah dipilih, diberikan kuesioner. Sebelum pengisian kuesioner, dijelaskan dahulu mengenai tujuan penelitian, petunjuk pengisian kuesioner, menjelaskan bahwa hasil pengisian kuesioner ini hanya akan digunakan dalam penelitian ini bukan untuk tujuan lain, dan memberikan kesempatan bertanya pada mereka yang kurang paham dengan penjelasan sebelumnya.
- h) Peneliti memberikan waktu Tiga hari kepada sampel untuk mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan apa yang dirasakan.
- i) Pengambilan kuesioner sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan. Peneliti memeriksa kelengkapan dari kuesioner yang telah diisi.
- j) Peneliti memberikan nilai pada kuesioner yang telah diisi berdasarkan jenisnya yaitu *favorable* dan *unfavorable*.

- k) Peneliti memasukkan data yang telah diperoleh ke dalam program *SPSS (Statistical Packages for Social Sciences) for windows 16.0* untuk diolah menjadi sebuah data yang bisa diinterpretasi.
- l) Peneliti melakukan interpretasi, menguji hipotesis dan menyimpulkan hasil penelitian

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Sebelum melakukan uji komparasi, Pertama kali Peneliti melakukan uji Validitas reliabilitas, dan setelah diketahui semua item valid, maka setelah itu Peneliti melakukan uji normalitas data untuk menentukan normal tidaknya sebaran data yang ada, sehingga bisa menentukan uji analisis komparasi mana yang akan dipakai. Hasil uji normalitas data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Data

Shapiro-Wilk			Kolmogorov-smirnov (a)		
Sig.	Df.	Statistic	Sig.	Df.	Statistic
.000	363	.965	.000	363	.067

a. Lilliefors Significance Correction

Kaidah uji normalitas data:

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi tidak normal.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi normal.

Berdasarkan tabel 4.1 tentang hasil uji normalitas data, pada uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan keterangan adalah sama dengan uji *Lilliefors* (lihat tanda “a” di bawah), maka dapat diperoleh harga signifikansi untuk Pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$, taraf signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yang artinya bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

Pada uji *Shapiro-Wilk*, Pelayanan diperoleh signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dikatakan distribusi data tidak normal. Sedangkan signifikansi Pelayanan sebesar $0,000 > 0,05$ yang artinya distribusi datanya tidak normal.

Karena distribusi tidak normal dan jumlah sampelnya yang banyak, maka penelitian ini menggunakan *uji Mann-Whitney Test* untuk melakukan uji komparasi. Hasil uji Mann-Whitney Test adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Mann-Whitney Test

Ranks			
Sum of Ranks	Mean Rank	N	Fakultas
22478,00	120,20	187	Tarbiyah
43588,00	247,66	176	Dakwah
		363	Total

Test Statistics (a)

Pelayanan	
4900.000	Mann-Whitney U
2.248E4	Wilcoxon W
-11.567	Z
.000	Asymp. Sig. (2-tailed)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas bisa dilihat pada kolom Asymp. Sig. (2-tailed) (*asymptotic significance* untuk dua sisi) sebesar 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 diterima, artinya terdapat perbedaan Kualitas layanan akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa kualitas pelayanan akademik Fakultas Dakwah lebih tinggi dari pada Fakultas Tarbiyah. Hal ini bisa dilihat pada *Mean Rank* yang ada, dimana Unit Akademik Fakultas Tarbiyah mendapatkan *Mean Rank* 120,20 sedangkan Unit Akademik Fakultas Dakwah mendapatkan *Mean Rank* 247,66

Kemudian pengujian kedua adalah pengujian kualitas pelayanan Akademik Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah ditinjau dari Dimensi Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*).

Berdasarkan hasil *Kruskal-Wallis Test*, Untuk pengujian Dimensi kualitas pelayanan akademik Fakultas Tarbiyah ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan Kualitas pelayanan Akademik ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan. Hal itu terbukti dari Taraf signifikansi (*Asymp. Sig*) $0,541 > 0,05$, maka H_0 ditolak yang artinya bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan. Hal ini bisa dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.3 Hasil Uji Dimensi kualitas pelayanan
Fakultas Tarbiyah**

Ranks			
Mean Rank	N	Faktor	Pelayanan
17,50	6	Tangible	
12,42	6	Reliability	
19,25	6	Responsiveness	
16,25	6	Assurance	
12,08	6	Empathy	

Test Statistics^{a,b}

pelayanan	
3.101	Chi-Square
4	Df
.541	Asymp. Sig.

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: faktor

Berbeda dengan Fakultas Dakwah, dimana ditemukan bahwa terdapat perbedaan Kualitas pelayanan Akademik ditinjau dari dimensi kualitas

pelayanan. Hal itu terbukti dari Taraf signifikansi (*Asymp. Sig*) $0,012 < 0,05$, maka H_0 diterima yang artinya bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan.. Hal tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Dimensi kualitas pelayanan Fakultas Dakwah

Ranks			Pelayanan
Mean Rank	N	Faktor	
17,75	6	Tangible	
14,92	6	Reliability	
19,17	6	Responsiveness	
20,92	6	Assurance	
4,75	6	Empathy	

Test Statistics^{a,b}

pelayanan	
12.788	Chi-Square
4	Df
.012	Asymp. Sig.

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: faktor

B. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Terdapat perbedaan Kualitas pelayanan akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat taraf signifikansi yang diperoleh dalam penelitian.

Jika signifikansinya $< 0,05$ maka hipotesis yang dimunculkan diterima.

Jika signifikansinya $> 0,05$ maka hipotesis yang dimunculkan tidak diterima.

Berdasarkan tabel 4.2 tentang hasil uji komparasi, diperoleh signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$) yang artinya adalah hipotesis yang diajukan diterima.

Jadi bisa diartikan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah.

Sedangkan Hipotesis kedua yang menguji terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan telah ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan Unit Akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 4.3 dimana terlihat Taraf signifikansi $0,541 > 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan.

Selanjutnya untuk Hipotesis ketiga yang menguji terdapat perbedaan kualitas pelayanan Unit Akademik Fakultas Dakwah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan telah ditemukan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Dakwah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 4.4 dimana terlihat Taraf signifikansi $0,012 < 0,05$ maka H_0 diterima, artinya bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan.

C. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah.

Dari hasil uji Mann-Whitney Test dalam tabel 4.2 ditemukan taraf signifikansi sebesar 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 diterima. Artinya bahwa pada hasil dari penelitian ini

ditemukan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan Akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah.

Sedangkan Hasil penelitian terbukti bahwa *Mean Rank* dari Layanan Akademik Fakultas Dakwah Lebih tinggi dibanding dengan Fakultas Tarbiyah, dimana Fakultas Dakwah memiliki *Mean Rank* 247,66 Sedangkan Fakultas Tarbiyah memiliki *Mean Rank* 120,20.

Selain itu, penelitian ini juga mengungkap Perbedaan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Dakwah dan Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*).

Hasil penelitian untuk analisis kualitas pelayanan Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan adalah $0,541 > 0,05$, yang artinya bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan Fakultas Tarbiyah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas pelayanan Fakultas Dakwah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan adalah $0,012 < 0,05$, yang artinya bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan Fakultas Dakwah ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan, Dimana ditemukan bahwa dimensi *Assurance* merupakan Faktor yang memiliki *Mean Rank* paling tinggi dibandingkan dengan Faktor *Tangible, Reliability, Responsiveness, dan Emphaty*.

Hal ini ternyata tidak senada dengan yang diungkapkan oleh Handi irawan dimana dimensi *reliability* sering dipersepsi paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa (Irawan, 2002). Hal tersebut mungkin karena Handi

pernah menemukan atau meneliti tentang beberapa dimensi tersebut yang hasilnya adalah seperti sebagaimana yang telah dikatakan.

Namun tidak semuanya demikian, di perusahaan tertentu, dimensi *Reliability* juga pernah menjadi dimensi yang dominan dalam suatu perusahaan tertentu, sebagaimana penelitian yang dilakukan Gung Utama tentang Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten menunjukkan bahwa nilai beta dimensi *reliability* (X_2) nya sebesar 0,349 ternyata paling besar diantara nilai beta dimensi yang lain.

Hal seperti itu juga tidak bisa disalahkan, karena memang pelayanan di setiap Perusahaan maupun institusi tertentu tidak akan sama dengan institusi yang lain, karena setiap perusahaan maupun institusi memiliki manajemen yang berbeda.

Hal ini terbukti Sebagaimana penelitian-penelitian terdahulu yang menguji tentang sebuah pelayanan yang ada di Perusahaan yang berbeda. Salah satunya adalah Hais Dama yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo, penelitiannya membuktikan bahwa dimensi *responsiveness* memiliki pengaruh yang paling tinggi 9,7% dibandingkan dengan dimensi yang lain yakni *Emphaty* sebesar 4,1%, *Reliability* sebesar 4,1%, *Tangible* sebesar 2,5%, *Assurance* sebesar 1,0%.

Maka, dalam penelitian ini, uji dimensi kualitas pelayanan Fakultas Dakwah diartikan bahwa ternyata yang penting ternyata bukan hanya dimensi

Reliability yang berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada Mahasiswa dengan segera, akurat dan memuaskan, melainkan juga dimensi yang dimana para pegawai atau staf lebih dituntut untuk memiliki pengetahuan yang lebih, kemampuan menjalin hubungan dengan baik, kesopanan dan sifat dapat dipercaya (*Assurance*).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dan analisis data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa:

Berdasarkan uji Komparasi Mann-Whitney Test diperoleh signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini diterima artinya yaitu terdapat perbedaan Kualitas layanan akademik antara Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Selain itu, diketahui juga bahwa kualitas pelayanan Unit Akademik Fakultas Dakwah lebih tinggi dari pada pelayanan Unit Akademik Fakultas Tarbiyah, Hal ini bisa dilihat dari Mean Rank 120,20 untuk Fakultas Tarbiyah dan Mean Rank 247,66 untuk Fakultas Dakwah.

Dalam penelitian ini, dari hasil uji Kruskal-Wallis Test yang menguji kualitas pelayanan Unit Akademik Fakultas Tarbiyah ditinjau dari Faktor kualitas pelayanan ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan Unit Akademik ditinjau dari Faktor kualitas pelayanan, hal itu bisa dilihat dari taraf signifikansi $0,541 > 0,05$.

Sedangkan kualitas pelayanan Akademik Fakultas Dakwah ditinjau dari Faktor kualitas pelayanan ditemukan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan ditinjau dari Faktor kualitas pelayanan, hal itu bisa dilihat dari taraf signifikansi $0,012 < 0,05$, dimana ditemukan bahwa dimensi *Assurance*

merupakan Faktor yang memiliki *Mean Rank* paling tinggi yaitu sebesar 20,92 dibandingkan dengan Faktor *Tangible* sebesar 17.75, *Reliability* sebesar 14.92, *Responsiveness* sebesar 19,17, dan *Emphaty* sebesar 4.75.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran atau rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi pihak Pimpinan di tingkatan Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, perlu dipahami bahwa setiap sistem maupun atmosfer Perguruan tinggi pasti memiliki kekurangan, dan harapan penulis bahwa Penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya Perguruan Tinggi ini bisa lebih baik lagi, dan semoga Penelitian ini bisa benar-benar membantu untuk dimanfaatkan hasilnya.
2. Pihak Pimpinan Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah Kualitas Pelayanan Unit Akademiknya sudah bagus, Namun perlu sedikit meningkatkan lagi kualitas pelayanan akademiknya, baik mulai dari hal-hal yang sifatnya *Tangible* (berupa Fisik) maupun hal-hal yang non fisik yang hubungannya lebih kepada orang lain baik itu Pegawai, para Dosen sendiri maupun Mahasiswa, khususnya meningkatkan dimensi-dimensi pelayanan yang masih dipandang rendah, karena hal itulah yang akan menentukan baik tidaknya suatu kualitas pelayanan Perguruan Tinggi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjelaskan lebih detil lagi untuk membedakan antara dimensi yang satu dengan dimensi yang lain, sehingga mampu memberikan penjelasan yang lebih dan tentunya

memberikan kontribusi yang luar biasa, serta menggunakan sampel yang lebih representative lagi, sehingga apa yang akan diukur benar-benar bisa terwakili dengan sampel yang diambil, dan penelitian lebih bisa baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muzahid, M., & Noorjahan, Parvez. (2009). Impact Of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *ABAC Journal Vol. 29, No. 1 (January-April 2009, pp.24-38)*
- Alma, Buchari, (2005). *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Cetakan Kedua, Maret 2005, Alfabeta, Bandung.
- Azwar, Syaifuddin. (2003). *Tes prestasi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar
- _____, (2009). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- _____. (2002). *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____. (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar Offset
- Bungin, Burhan. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dahwan, Ibnu (2008). *Kualitas Pelayanan*. Di akses pada tanggal 25 November 2011 dari <http://ibnublog.blogspot.com/2008/02/kualitas-pelayanan.html>
- Dama, Dais. (2010). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank mandiri Cabang Gorontalo. *INOVASI, Volume 7, Nomor 22*
- Effiyaldi. (2008). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Perpustakaan STIKOM Dinamika Bangsa. *Jurnal MEDIA AKADEMIKA Vol. 2, No.1, Hal. 68-76*.
- Fadli. (2010). *Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan*. Di akses pada tanggal 27 November 2011 dari <http://66fadli.wordpress.com/2010/11/01/9/>
- Gefen, David. (2002). Customer Loyalty. *Journal of the Association for Information System Volume. 3, p. 27-51*
- Hadiyati, Sri Sarwi Ruci. (1999). Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol.1, No. 1*

- Hariadi, Pramono. (2007). Pengaruh persepsi diskriminasi harga terhadap kualitas jasa dan citra Perusahaan daerah air minum (PDAM). *Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 7, No. 2, Hal. 167-178*
- Harianto. Nana, Khasanah. Sudiby, Supardi. (2005). *Kepuasan pasien terhadap Pelayanan resep di apotek kopkar Rumah sakit budhi asih Jakarta*. Majalah Ilmu Kefarmasian, Vol. II, No.1, Hal. 12 – 21.
- Indrayani, etin. (2011). Pengelolaan sistem informasi akademik perguruan tinggi Berbasis teknologi informasi dan komunikasi (tik). *Jurnal penelitian pendidikan vol. 12 no. 1*
- Laksmono, Poppy. & Nur, Ainy, Khomariyah. (2007). Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal manajemen perhotelan, vol. 3, no. 1*
- Lubis, Arlina, Nurbaty. Martin. (2009). Pengaruh harga (price) dan kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pasien rawat inap Di rsu deli medan. *Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 2, Nomor 1, Hal. 25 – 32*
- Muhid, Abdul. (2010). *Analisis Statistik SPSS For Windows: Cara praktis melakukan analisis statistik*. Surabaya: LEMLIT & Duta Aksara
- Nur, Rumi. (2012). *Sekilas Universitas terbaik*. Di akses pada tanggal 08 Januari dari <http://blog.umy.ac.id/satu/2012/01/06/sekilas-universitas-terbaik/>
- Pakpahan, Hombar. (2009). *Pengertian dan arti penting kualitas pelayanan*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2011 dari <http://ilmucomputer2.blogspot.com/2009/08/pengertian-dan-arti-penting-kualitas.html>.
- Presiden Republik Indonesia. (2009) *Undang-undang pelayanan Publik*. Di akses pada tanggal 15 November 2001 dari <http://prokum.esdm.go.id/uu/2009/UU%2025%202009.pdf>
- Prasetyo, bambang. Lina miftahul jannah. (2005). *Metode penelitian kuantitatif: teori dan aplikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Priyatno, D. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: MediaKom
- Sachdev, Sheetal, B. & Harsh, V. Verma. (2004). Relative Importance of Service Quality Dimensions: A Multisectoral Study. *Journal Of Services Research. Volume 4. Number 1 (April-September)*

- Sardjana. (2007). *Studi tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Gondang Legi Malang*. Arthavidya, Tahun 8 Nomor 1
- Srinadi, Gusti, Ayu, Made, Dkk. (2008). *Faktor-faktor penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan*. Cakrawala pendidikan. Th. XXVII, No. 3
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: PT.Tarsito
- Tjiptono, fandy. (2008). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : CV.Andi Offset
- Tjiptono, fandy. Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV.Andi offset
- Tresiana, Novita. (2007). *Kualitas Pelayanan Institusi Publik: Tingkat Kepuasan Masyarakat*. *Jurnal Ilmiah Berkala Empat Bulanan, ISSN 1411 - 9366 Volume 3 No.2*
- Utama Agung. (2003). *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*. *OPSI, Vol. 1, No. 2, 96 - 110*
- Widjatmaka, Tri. (2006). *Kualitas layanan akademik di politeknik negeri Jakarta: Studi kasus pada Engineering Departement*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol.5, No.1, Maret Hal. 47-54*
- Yuliarmi, ni nyoman. Putu, riyasa. (2007). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pdam kota Denpasar*. *Buletin studi ekonomi volume 12 nomor 1*