

**ARTIKEL PENELITIAN
DIBIYAI OLEH DANA RUTIN UNAND 2001
KONTRAK No. 01/RUTIN/V/2001**

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP
LAYANAN JASA PADA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

Oleh:

Ratni Prima Lita, SE., MM (Ketua)

Rusda Irawati, SE., MSi. (Anggota)

Drs. Hasrul Kahar (Pembimbing)



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2001**

ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP LAYANAN JASA PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS

ABSTRACT

Economics Faculty is one of the faculties in Andalas University where its intake student come from Senior High School. As one of education provider, Economics Faculty has to provide service to its student in order to conduct teaching and learning process. Student as consumer must able to identify what they want, what they need and how to perform as a student. One factor that influences consumer behavior is consumer attitude, which mean how the consumer thoughts about the product.

This research wants to answer some questions ; (1) How is student's viewpoint about service provided by Economics Faculty, (2) Degree of student's belief in service attributes of Economics Faculty, (3) How student evaluate about performance of service attribute of Economics Faculty.

Sample for this research was obtained by using Proportional Random Sampling method with 100 samples. Attitude of all samples in this research is counted by using Fishben approach. Research found that (1) General attitude of all student toward service providing in Economic Faculty in relatively good with attitude score is 159,71. (2) Student belief to each attribute is between 3,23 to 3,99 or it mean in condition which are categorized into good enough to good. (3) Evaluation toward each attribute is range from 2,58 to 3,58 or can be categorized into good enough to good condition.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah jasa yang berupa proses pembudayaan, pengertian ini berimplikasi adanya input dan output. Input adalah peserta didik, sarana, prasarana dan lingkungan sedangkan outputnya adalah jasa pelayanan pendidikan, lulusan atau alumni, pengabdian masyarakat dan hasil penelitian. Jasa pelayanan pendidikan dalam hal ini adalah jasa yang diberikan oleh pihak pengelola pendidikan kepada pihak yang menerima pelayanan tersebut secara langsung sesuai standar waktu tertentu. Ini didasarkan pada kenyataan bahwa kegiatan pendidikan lebih merupakan kegiatan jasa daripada kegiatan produksi barang. Mutu dari jasa pendidikan dalam artian relatif adalah mutu pelayanan yang sesuai dengan harapan atau melampaui harapan pihak-pihak yang memerlukan dan yang berkepentingan dengan jasa pendidikan tersebut.

Universitas Andalas sebagai salah satu Perguruan Tinggi terkemuka di pulau Sumatera dan mempunyai 12 Fakultas/Unit. Jumlah mahasiswa per Fakultas/unit dari tahun akademik 1998/1999 sampai 2000/2001 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1.
Jumlah Mahasiswa Menurut Fakultas/Jenjang Pendidikan
Semester Ganjil 1998/1999-2000/2001

No.	Fakultas/Unit	Jenjang Pendidikan	Tahun Akademik (Orang)					
			1998/1999		1999/2000		2000/2001	
			Baru	Lama	Baru	Lama	Baru	Lama
1.	Pertanian	S1	321	977	396	1.093	423	1.132
2.	Kedokteran	S1/Dokter	111	769	119	808	222	498
		SP.1	7	95	9	92	18	99
3.	MIPA	S1	280	941	264	979	288	870
		Apt.	16	58	17	39	*)	56
4.	Peternakan	S1	255	715	283	821	407	783
5.	Hukum	S1	202	824	216	780	214	626
6.	Ekonomi	S1	381	1.547	330	1.468	314	1.308
		D3	284	873	332	858	359	724
7.	Sastra	S1	176	559	175	605	188	443
8.	Teknik	S1	311	998	325	1.177	314	1.099
9.	FISIP	S1	154	405	167	473	160	407
10.	Politeknik	D3	450	930	460	997	459	215
11.	Poli. Pertanian	D3	116	221	172	203	215	**)
12.	Pascasarjana	S2	124	262	133	258	147	254
		S3	-	-	5	-	22	5
Total			3.647	10.768	4.114	11.520	3.750	8.519

Sumber: Pidato dan Laporan Rektor pada Dies Natalis 44 Universitas Andalas (2000)

Keterangan: *)Pendaftaran dibuka akhir bulan September 2000

***) Proses pendaftaran sedang berlangsung

Dari Tabel 1.1 dapat terlihat Fakultas Ekonomi terdiri dari 2 jenjang pendidikan Stratal dan Diploma 3 dan mempunyai mahasiswa terbanyak di Universitas Andalas.

Fakultas Ekonomi merupakan salah satu fakultas di Universitas Andalas yang menampung siswa lulusan Sekolah Menengah Umum. Sebagai salah satu penghasil jasa pendidikan, Fakultas Ekonomi harus memberikan pelayanan kepada mahasiswa sehingga proses belajar mengajar berjalan lancar. Oleh karena itu faktor pelayanan merupakan hal yang mutlak mendapat perhatian. Kondisi persaingan yang semakin tajam di dunia pendidikan, khususnya Fakultas Ekonomi, diperlukan berbagai upaya agar tetap mampu bersaing dan eksis, lembaga harus selalu memperhatikan dan memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Persaingan tidak saja dari Perguruan Tinggi Negeri tapi juga dari Perguruan Tinggi Swasta.

Mahasiswa sebagai konsumen di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas juga harus diperhatikan apa yang mereka butuhkan dan inginkan serta bagaimana mereka berperilaku. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang cukup penting adalah sikap konsumen, yaitu bagaimana konsumen menyikapi suatu produk. Menurut Engel (1995), sikap merupakan suatu evaluasi menyeluruh yang kemungkinan orang merespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan, baik atau tidak baik, secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan. Telaah sikap bermanfaat untuk menilai

keefektifan kegiatan pemasaran misalnya dalam periklanan. Mengetahui sikap konsumen terhadap suatu produk berarti mengetahui pula posisi produk di mata konsumen dan ini merupakan informasi yang sangat berharga bagi manajer perusahaan (pihak pengelola) untuk membuat strategi pemasaran.

Jika dihubungkan dengan mahasiswa sebagai penerima pelayanan langsung dari pihak-pihak yang berkepentingan, analisis sikap mahasiswa terhadap layanan jasa pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas akan memberikan informasi bagaimana posisinya di mata mahasiswa. Informasi ini akan membantu pimpinan dalam menyusun strategi di masa yang akan datang. Hal inilah yang mendorong penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, "Analisis Sikap Mahasiswa terhadap Layanan Jasa pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas".

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang masalah pada butir 1.1. penulis merumuskan masalah penelitian adalah:

- a. Bagaimanakah sikap keseluruhan mahasiswa terhadap layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas di Padang?
- b. Bagaimanakah kepercayaan mahasiswa terhadap atribut layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas di Padang?
- c. Bagaimanakah evaluasi mahasiswa terhadap kinerja atribut layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas di Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

- a. Mengetahui sikap keseluruhan mahasiswa terhadap layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas di Padang
- b. Mengetahui kepercayaan mahasiswa terhadap atribut layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas di Padang.
- c. Mengetahui evaluasi mahasiswa terhadap kinerja atribut layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas di Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak berikut ini:

- a. Bagi lembaga, sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan jasa yang diberikan kepada mahasiswa agar mereka merasakan kepuasan yang tinggi.
- b. Bagi mahasiswa, adanya kemungkinan bahwa mereka mendapat layanan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, karena dengan masukan yang diterima oleh lembaga akan lebih menyempurnakan kinerjanya.
- c. Bagi peneliti lain, diharapkan menjadi dasar penelitian perilaku konsumen dan strategi pemasaran, khususnya pemasaran jasa pendidikan.

II. TINJAUAN TEORI

2.1 Pengertian dan Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu sistem yang menyeluruh dari kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau pemakai pembeli potensial. (Philip Kotler 1995, Winardi 1991, dan Stanton 1987)

Perusahaan harus menyadari bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Konsep pemasaran merupakan falsafah bisnis yang bertujuan memberikan kepuasan kepada konsumen atau berorientasi kepada konsumen.

2.2. Pemasaran Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. (Philip Kotler 1995)

Karakteristik utama yang membedakan jasa dengan produk berbentuk barang adalah jasa tidak berwujud (*Intangibility*), artinya tidak dapat dilihat, diraba, diraba, dicium atau didengar sebelum membeli, tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*), dalam arti umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, bervariasi (*Variability*), tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan dan tidak tahan lama (*Perishability*), artinya tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Menurut Stanton, Etzel dan Walker (1991), ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan, yaitu dalam bentuk pemesanan, peningkatan permintaan akan suatu jasa pada saat permintaan sepi dan penundaan penyampaian jasa.

Menurut Sofjan Assauri (1991), pemasaran barang dan jasa cenderung berbeda. Pemasaran jasa tak dapat diidentifikasi dengan jelas gambaran produknya. Kita bisa memberikan contoh barangnya dan spesifikasi yang dimiliki, sedangkan jasa agak sulit untuk diidentifikasi. Jasa seringkali baru "terlihat" bila dikaitkan dengan suatu hubungan langsung (*interpersonal*), misalnya antara produsen dan konsumen. Peristiwa memberi dan menerima yang dilakukan dua pihak ini lebih menekankan atau diukur pada kepuasan. Jadi sifatnya lebih subjektif.

Pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, tetapi juga pemasaran internal dan interaktif. Pemasaran eksternal adalah kegiatan perusahaan untuk menyiapkan, menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa kepada langganan. Pemasaran internal adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk melatih dan memotivasi karyawan agar melayani konsumen dengan baik, sedangkan pemasaran interaktif adalah keahlian karyawan dalam melayani konsumen.

2.3. Perilaku Konsumen

Dari beberapa pengertian dapatlah diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa yang

dapat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk proses pengambilan keputusan (Loudon & Dellabita 1993, Engel, Blackwell & Miniard 1990 dan Mangkunegara 1998).

Untuk mempelajari perilaku konsumen, tidak cukup mempelajari apa yang dibeli konsumen tetapi juga dimana mereka membeli, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli dan mengapa mereka membeli.

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk yaitu :

a. Faktor *Marketing Mix*

Dalam bukunya Philip Kotler (1995) mendefinisikan bahwa *marketing mix* Adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Ada faktor dalam bauran pemasaran jasa yaitu *product, price, promotion, place, physical evidence, proses* dan *people*.

b. Faktor lingkungan

Lingkungan dimana konsumen berada akan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut dalam membeli suatu produk baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor lingkungan ini perlu dikaji oleh pihak pemasar sehingga diketahui beberapa pengaruhnya kepada pengambilan keputusan. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam faktor lingkungan ini antara lain: Budaya, Kelas sosial, Kelompok referensi dan keluarga.

c. Faktor psikologis

Faktor psikologis merupakan faktor dasar dalam perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Ada beberapa faktor yang terkait dengan faktor psikologis ini yaitu motivasi, pembelajaran, sikap, kepribadian dan persepsi.

2.4. Sikap

Sikap merupakan salah satu konsep penting dalam perilaku konsumen karena sikap memberikan pengaruh terhadap keputusan yang diambil seseorang. Sikap merupakan tanggapan seseorang terhadap rangsangan lingkungan yang dapat membimbing tingkah lakunya. Sikap adalah hasil dari faktor genesis dan proses belajar, yang selalu berhubungan dengan suatu objek. Dengan demikian sikap dapat diartikan suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang di persiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek (produk atau jasa) yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan dinamis pada perilaku seseorang.

Asseal (1992) mengutip pendapat Alport yang mengatakan bahwa sikap dipelajari melalui kecenderungan tanggapan yang diberikan oleh seseorang terhadap suatu objek atau gagasan dalam suatu cara yang baik atau tidak baik yang bertahan selama waktu tertentu. William G. Nickels (Basu dan Heni, 1997) mendefinisikan sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk atau jasa dalam masalah-masalah yang baik atau kurang baik secara konsekwen.

Sedangkan Kotler (1995) mengatakan sikap seseorang merupakan suatu keadaan yang mudah terpengaruh untuk memberikan tanggapan atau penilaian terhadap suatu objek yang ada di lingkungan sekitarnya dan berpengaruh langsung terhadap perilakunya. Jadi sikap dibentuk dari informasi yang diperoleh seseorang

melalui pengalaman masa lalunya atau melalui hubungan dengan kelompok referensi mereka (keluarga, kelompok sosial, teman sejawat dan sebagainya).

Ada beberapa dimensi sikap yang berhubungan dengan perilaku konsumen yang sangat penting yaitu pertama *favorability* (pernyataan tentang senang atau tidak senang terhadap suatu hal), yang kedua adalah *confidence* (yang menunjukkan kepercayaan yang dipegang teguh oleh seseorang) dan yang ketiga stabilitas (kondisi seseorang pada satu waktu tertentu yang setiap saat bisa berubah).

Kemampuan sikap dalam memprediksi perilaku sangat tergantung pada bagaimana sikap tersebut diukur. Pengukuran terhadap sikap dilakukan oleh peneliti akan dikaitkan dengan tindakan, tujuan, waktu atau konteks yang membentuk suatu prediksi terhadap perilaku konsumen (Engel, 1995). Elemen tindakan akan menunjuk pada fokus perhatian penelitian perilaku konsumen, berupa tindakan terhadap suatu hal misalnya pilihan terhadap PTN.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian

Penelitian diadakan di kota Padang memilih Fakultas Ekonomi Program Strata 1 Universitas Andalas. Dasar penulis memilih Fakultas Ekonomi Program Strata 1, karena Fakultas Ekonomi Strata 1 memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di Universitas Andalas.

3.2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Strata 1 Universitas Andalas angkatan 1998/1999 dan 1999/2000. Batasan Populasi ini dikarenakan sikap terhadap suatu layanan jasa akan berubah-ubah dengan adanya dimensi waktu, mahasiswa angkatan tersebut sudah merasakan pelayanan dan masih mengingat kesan sebelum masuk ke Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik proporsional random sampling. Proporsional karena jumlah mahasiswa masing-masing angkatan berbeda sehingga sampel yang diambil besarnya sesuai dengan besarnya jumlah mahasiswa per angkatan. Penentuan ukuran sampel dari suatu populasi digunakan pendekatan rumus Slovin yang dikutip Husein Umar (1997) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Dalam penelitian ini: N = 711

E = 10%

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini:

$$n = \frac{711}{1 + (711 \times 0,1^2)}$$

= 87.67 (dibulatkan 88 responden adalah Jumlah minimal sampel yang diambil)

Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 2.1. Perhitungan Jumlah Sampel

Mahasiswa Angkatan	Populasi (N)	Persentase (%)	Sampel (n)
1998/1999	381	54	54
1999/2000	330	46	46
Jumlah	711	100	100

Sumber: Pidato dan Laporan Rektor pada Dies Natalis 44 Universitas Andalas (2000)

3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan dalam dua jenis yaitu:

- Data primer yaitu data yang diperoleh dari wawancara peneliti dengan responden dan responden diminta mengisi kuesioner yang peneliti persiapkan.
- Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari Fakultas Ekonomi Universitas Andalas baik dari Dekanat maupun Rektorat (Pidato Rektor).

3.4. Penentuan Variabel

Sikap Terdiri dari 2 variabel yaitu:

- Belief* atau kepercayaan, adalah kuatnya kepercayaan mahasiswa sebelum mereka masuk di Fakultas Ekonomi terhadap layanan jasa yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi
- Evaluasi, adalah penilaian mahasiswa terhadap kinerja atau layanan jasa aktual Fakultas Ekonomi, setelah mereka masuk Fakultas Ekonomi.

Pelayanan jasa adalah layanan jasa yang diberikan lembaga selama mahasiswa kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Atribut layanan jasa meliputi:

- Ketepatan materi kuliah dengan silabus
- Kemampuan jam kuliah
- Ketepatan jam mengajar dosen
- Kemampuan dosen dalam mengajar
- Transparansi dalam pemberian nilai
- Kemampuan karyawan bagian pengajaran dalam melayani mahasiswa
- Kemampuan karyawan bagian tata usaha dalam melayani mahasiswa
- Penanganan terhadap masalah yang berkaitan dengan proses belajar mengajar
- Kenyaman ruang kuliah
- Kelayakan perlengkapan perkuliahan
- Kenyamanan ruang baca perpustakaan
- Kelengkapan buku yang ada di perpustakaan

- m. Kelengkapanjurnal dan majalah yang ada di perpustakaan
- n. Fasilitas parkir
- o. Fasilitas praktikum mahasiswa

3.5. Skala dan Pengukuran

Dalam penelitian ini, penulis membagikan kuesioner yang disusun dalam kalimat-kalimat pernyataan. Responden diminta memberikan tanggapannya dengan menyilangi salah satu pilihan, jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala likert, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi skor positif.

3.6. Alat Analisis Data

Menghitung sikap dalam penelitian ini digunakan pendekatan Fishbein, model yang dikemukakan adalah:

$$A_o = \sum_{i=1}^n (B_i \cdot e_i)$$

Keterangan :

A_o , adalah sikap keseluruhan individu mahasiswa terhadap layanan jasa

B_i , adalah kuatnya belief (kepercayaan) mahasiswa terhadap atribut layanan jasa

E_i , adalah evaluasi mahasiswa terhadap kinerja atribut layanan jasa

N , adalah jumlah kriteria atribut

i , adalah atribut layanan jasa

Model fishbein digunakan untuk mengetahui bagaimana sikap keseluruhan mahasiswa terhadap jasa pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dengan langkah sebagai berikut:

a. Menghitung skor *belief*

Skor *belief* didapat dengan jalan Mahasiswa Fakultas Ekonomi diminta menyatakan kesan mereka terhadap atribut jasa yang ada tersebut sebelum mereka masuk Fakultas Ekonomi, dalam hal ini mahasiswa dengan informasi yang sedikit, cukup, lengkap atau bahkan tidak sama sekali, diminta kesannya mengenai masing-masing atribut jasa tersebut, sedangkan pengukurannya dengan skala likert lima tingkatan yaitu:

- Sangat percaya (5)
- Percaya (4)
- Cukup percaya (3)
- Tidak percaya (2)
- Sangat tidak percaya (1)

b. Menghitung skor evaluasi

Setelah didapatkan skor kepercayaan, mahasiswa diminta untuk menunjukkan evaluasi terhadap layanan jasa aktual (setelah masuk di Fakultas Ekonomi) melalui atribut yang ada. Sedangkan pengukurannya dengan skala likert lima tingkat:

- Sangat baik (5)
- Baik (4)
- Cukup baik (3)

- Tidak baik (2)
- Sangat tidak baik (1)

IV. HASIL PENELITIAN

3.1. Sikap Keseluruhan Mahasiswa terhadap Layanan Jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Dari 15 atribut yang diteliti maka diperoleh hasil seperti tabel 2 berikut ini:

Tabel 3.1. Nilai atribut Belief, Evaluasi dan Sikap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

No.	ATRIBUT	RATA-RATA SKOR BELIEF (BI)	RATA-RATA SKOR EVALUASI (EI)	SIKAP	PERBEDAAN RATA-RATA (EI-BI)
1.	Ketepatan materi kuliah dengan silabus	3,79	3,53	13,38	-0,26
2.	Kemampuan jam kuliah	3,52	3,17	11,16	-0,35
3.	Ketepatan jam mengajar dosen	3,42	3,05	10,43	-0,37
4.	Kemampuan dosen dalam mengajar	3,99	3,57	14,24	-0,42
5.	Transparansi dalam pemberian nilai	3,27	2,71	8,86	-0,56
6.	Kemampuan karyawan jurusan (biro) dalam melayani mahasiswa	3,23	2,58	8,33	-0,65
7.	Kemampuan karyawan tata usaha (dekanat) dalam melayani mahasiswa	3,46	3,01	10,42	-0,45
8.	Peranganan terhadap masalah yang berkaitan dengan proses belajar mengajar	3,46	2,86	9,90	-0,60
9.	Kenyamanan ruang kuliah	3,55	2,96	10,51	-0,59
10.	Kenyamanan perlengkapan kuliah	3,56	2,80	9,97	-0,76
11.	Kenyamanan ruang baca di perpustakaan	3,44	2,96	10,18	-0,48
12.	Kelengkapan buku yang ada di perpustakaan	3,35	2,80	9,38	-0,55
13.	Kelengkapan jurnal dan majalah yang ada di perpustakaan	3,35	2,76	9,25	-0,59
14.	Fasilitas parkir	3,70	3,58	13,25	-0,12
15.	Fasilitas praktikum mahasiswa (seperti labor komputer)	3,47	3,01	10,45	-0,46
	Jumlah	52,56	45,35	159,71	

Sumber: Data Primer (diolah)

Untuk mencari posisi sikap mahasiswa terhadap layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas maka dihitung skor sikap maksimum dan skor sikap minimum sbb:

$$\begin{aligned} \text{Skor sikap maksimum} &= \text{Evaluasi ideal} \times \text{Jumlah skor belief} \\ &= 5 \times 52,56 \\ &= 262,8 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor sikap minimum} &= \text{Evaluasi minimum} \times \text{Jumlah skor belief} \\ &= 1 \times 52,56 \\ &= 52,5 \end{aligned}$$

262,8 ----- 210,24 ----- 157,68 ----- 105,12 ----- 52,56
 Sangat baik Baik Cukup Baik Jelek Sangat Jelek

Berdasarkan tabel 3.1. dapat dijelaskan hasil penelitian bahwa sikap keseluruhan mahasiswa terhadap layanan jasa FEUA dapat dikatakan cukup baik karena skor sikap (159,71) berada diantara skor 210,24 (baik) dan 157,68 (cukup baik).

3.2. Kepercayaan Mahasiswa terhadap Atribut Layanan Jaasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Dari tabel 3.1. dapat dilihat bahwa kepercayaan mahasiswa terhadap masing-masing atribut berkisar antara 3,23 samapai dengan 3,99 atau berada dalam kondisi cukup baik sampai dengan baik. Secara rinci dapat dilihat sebagai berikut:

a. Ketepatan materi kuliah dengan silabus

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap ketepatan materi kuliah dengan silabus adalah 3,79. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa percaya terhadap atribut ini.

b. Kemapanan jam kuliah

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kemapanan jam kuliah adalah 3,52. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa percaya terhadap atribut ini.

c. Ketepatan jam mengajar dosen

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap ketepatan jam mengajar dosen adalah 3,42. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

d. Kemampuan dosen dalam mengajar

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kemampuan dosen dalam mengajar adalah 3,99. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

e. Tranparansi dalam pemberian nilai

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap tranparansi dalam pemberian nilai adalah 3,27. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

f. Kemampuan karyawan jurusan (biro) dalam melayani mahasiswa

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kemampuan karyawan jurusan (biro) dalam melayani mahasiswa adalah 3,23. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

g. Kemampuan karyawan tata usaha (dekanat) dalam melayani mahasiswa

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kemampuan karyawan tata usaha (dekanat) dalam melayani mahasiswa adalah 3,46. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

h. Penanganan terhadap masalah yang berkaitan dengan proses belajar mengajar

Skor kepercayaan mahasiswa terhadap penanganan terhadap masalah yang berkaitan dengan proses belajar mengajar adalah 3,46. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

- i. Kenyamanan ruang kuliah
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kenyamanan ruang kuliah adalah 3,55. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa percaya terhadap atribut ini.
- j. Kenyamanan perlengkapan kuliah
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kenyamanan perlengkapan kuliah adalah 3,56. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa percaya terhadap atribut ini.
- k. Kenyamanan ruang baca di perpustakaan
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kenyamanan ruang baca di perpustakaan adalah 3,44. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.
- l. Kelengkapan buku yang ada di perpustakaan
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kelengkapan buku yang ada di perpustakaan adalah 3,35. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.
- m. Kelengkapan jurnal dan majalah yang ada di perpustakaan
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap kelengkapan jurnal dan majalah yang ada di perpustakaan adalah 3,35. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.
- n. Fasilitas parkir
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap fasilitas parkir adalah 3,70. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa percaya terhadap atribut ini.
- o. Fasilitas praktikum mahasiswa (seperti labor komputer)
Skor kepercayaan mahasiswa terhadap Fasilitas praktikum mahasiswa (seperti labor komputer) adalah 3,47. Angka ini memperlihatkan bahwa mahasiswa cukup percaya terhadap atribut ini.

3.3. Evaluasi Mahasiswa terhadap Atribut Layanan Jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Dari tabel 3.1. dapat dilihat bahwa evaluasi mahasiswa terhadap masing-masing atribut berkisar antara 2,58 sampai dengan 3,58 atau berada dalam kondisi cukup baik sampai dengan baik. Secara rinci dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Ketepatan materi kuliah dengan silabus
Skor evaluasi mahasiswa terhadap ketepatan materi kuliah dengan silabus adalah 3,53. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah baik.
- b. Kemapanan jam kuliah
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kemapanan jam kuliah adalah 3,17. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
- c. Ketepatan jam mengajar dosen
Skor evaluasi mahasiswa terhadap ketepatan jam mengajar dosen adalah 3,05. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
- d. Kemampuan dosen dalam mengajar

- Skor evaluasi mahasiswa terhadap kemampuan dosen dalam mengajar adalah 3,57. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah baik.
- c. **Tranparansi dalam pemberian nilai**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap tranparansi dalam pemberian nilai adalah 2,71. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - f. **Kemampuan karyawan jurusan (biro) dalam melayani mahasiswa**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kemampuan karyawan jurusan (biro) dalam melayani mahasiswa adalah 2,58. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - g. **Kemampuan karyawan tata usaha (dekanat) dalam melayani mahasiswa**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kemampuan karyawan tata usaha (dekanat) dalam melayani mahasiswa adalah 3,01. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - h. **Penanganan terhadap masalah yang berkaitan dengan proses belajar mengajar**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap penanganan terhadap masalah yang berkaitan dengan proses belajar mengajar adalah 2,86. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - i. **Kenyamanan ruang kuliah**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kenyamanan ruang kuliah adalah 2,96. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - j. **Kenyamanan perlengkapan kuliah**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kenyamanan perlengkapan kuliah adalah 2,80. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - k. **Kenyamanan ruang baca di perpustakaan**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kenyamanan ruang baca di perpustakaan adalah 2,96. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - l. **Kelengkapan buku yang ada di perpustakaan**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kelengkapan buku yang ada di perpustakaan adalah 2,80. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - m. **Kelengkapan jurnal dan majalah yang ada di perpustakaan**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap kelengkapan jurnal dan majalah yang ada di perpustakaan adalah 2,76. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.
 - n. **Fasilitas parkir**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap fasilitas parkir adalah 3,58. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah baik.
 - o. **Fasilitas praktikum mahasiswa (seperti labor komputer)**
Skor evaluasi mahasiswa terhadap Fasilitas praktikum mahasiswa (seperti labor komputer) adalah 3,01. Angka ini memperlihatkan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap atribut ini adalah cukup baik.

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan hasil penelitian sikap mahasiswa terhadap layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas sebagai berikut:

- a. Sikap keseluruhan mahasiswa terhadap layanan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas adalah cukup baik karena skor sikap (159,71) berada diantara skor 210,24 (baik) dan 157,68 (cukup baik).
- b. Kepercayaan mahasiswa terhadap masing-masing atribut bekisar antara 3,23 sampai dengan 3,99 atau berada dalam kondisi cukup baik sampai dengan baik
- c. Evaluasi mahasiswa terhadap masing-masing atribut bekisar antara 2,58 sampai dengan 3,58 atau berada dalam kondisi cukup baik sampai dengan baik.

IV. PERSONALIA PENELITIAN

Anggota penelitian ini terdiri dari:

Ketua : Ratni Prima Lita, SE.,MM

Anggota : Rusda Irawati, SE.,MSi.

Pembimbing : Drs. Hasrul Kahar

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (1993) *prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Alma, Buchari. (1992) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . Alfabeta,Bandung.
- Assael, Henry. (1994) *Consumer Behavior and Marketinh Action*. Fourth Edition, Kent Publishing Company, Boston.
- Dharmesta, B.S & Irawan. (1990) *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Dharmesta,B.S & Handoko, T.H. (1997) *Manajemen Pemasaran Analisa Prilaku Konsumen*.Liberty,Yogyakarta.
- Emory, C.William. (1980) *Business Research Methods*. Richard D. Irwin,Inc,Homewood Illinois.
- Engel, J.F Blacwell. Roger D. & Paul W. Miniard. (1997) *Perilaku Konsumen*,Alih Bahasa: Budiyanto.F.X Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.
- , (1997), *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Budiyanto.F.X. Jilid II.
- Kim & Mueller. (1995) *Factor Analysis: Statistical Methods and Practical Issues*.Sage Publications,Newbury Park California.
- Kotler,Philip (2000) *Marketing Management*, The Millenium Edition, Prentice-Hall Inc., Upper Sadle River, New Jersey.
- Kurtz, David. L.(1998) *Service Marketing*. John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Loudon, D.L & Della Bitta, Albert J. (1993) *Consumer Behavior, Concepts and Application*.Mc. Graw-Hill Book Company, New York.
- Naresh K, Malhotra. (1996) *Marketing Research, An Applied Orientation*. Second Edition Prencite-Hall, Inc, A Simon & Scuster Compony Upper Saddle River, New Jersey
- Pawitra, Teddy. (1992) *Sistem Pemasaran Jasa*. Liberty Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (1997) *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sockaran, Uma. (1992) *Research Methods for business: A Skil Building Approach*. John Wiley & Sons , inc, Singapore.
- Stanton, W.J. (1986) *Fundamental of Marketing* Alih Bahasa: Yohanes Lamarto, Jilid I, Erlangga,Jakarta.

- Subhas, Sharma. (1992) *Aplied Multivariate Techniques*. John Wiley and Sons, USA
- Tjiptono, Fandy. (1996) *Manajemen Jasa*. Liberty, Yokyakarta
- Winardi. (1989) *Aspek-aspek Bauran Pemasaran Jasa (Marketing Mix)*. CV. Mandar Jaya, Bandung.
- Withers, Jean & Vipperman, Carol. (1996) *Kiat Memasarkan Jasa Alih Bahasa*. A. Hadyana Pudjaatmaka Arcan, Jakarta.

CURRICULUM VITAE

Nama : Ratni Prima Lita, SE, MM
 NIP : 132 240 125
 Tempat, tgl. Lahir : Mungka, 31 Maret 1971
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Status : Kawin
 Pangkat/Golongan : Penata Muda/IIIa
 Alamat Rumah : Jl. Abdul MUIS 11 B RT 02 RW 01 Padang
 Alamat Kantor : Fakultas Ekonomi Universitas Andalas (FEUA), Kampus Limau Manih Padang 25163, Telp. (0752)

Pendidikan

- Sarjana Ekonomi di bidang Manajemen pada Universitas Andalas tamat 1995
- Pascasarjana Universitas Brawijaya Program Studi Manajemen tamat 1999

Pengalaman Kerja

- Asisten Dosen Luar Biasa Universitas Bung Hatta tahun 1995-1997
- Dosen Luar Biasa STIE Perdagangan tahun 1996-1997
- Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas tahun 1999-sekarang

Karya Ilmiah

- Kebijakan Distribusi dan Peranannya dalam meningkatkan penjualan di CV. Sri Bandung Cabang Payakumbuh Sumatera Barat (Skripsi, 1995)
- Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Memilih Rumah Sakit Umum di Kotamadya Padang (Thesis, 1999)
- Faktor Bauran Pemasaran yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Memilih Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Padang (Lembaga Penelitian Unand, 2000)
- Posisi Merek Semen Padang di Pasar (Kerjasama PT. Semen Padang dengan UNAND, 2001)