ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL, IPA, DAN QFD

(*Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1)

VELYA RAMADHANI
NIM 18059044

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL, IPA, DAN QFD

(Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang)

Nama	: Velya Ramadhani
NIM / BP	: 18059044/2018
Jenjang Program	: Strata (S1)
Keahlian	: Manajemen Operasional
Jurusan	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Padang, 17 Februari 2022

Disetujui oleh

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen

Perengki Susanto, SE, M.Sc, P.hD

NIP. 19810404 200501 1 002

Pembimbing

Firman, SE, M.Sc

NIP. 19800206 200312 1 004

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL, IPA, DAN QFD

(Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang)

Nama	: Velya Ramadhani
NIM / BP	: 18059044/2018
Jenjang Program	: Strata (S1)
Keahlian	: Manajemen Operasional
Jurusan	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji

Jurusan Manajemen (S1)

Universitas Negeri Padang

Padang, 14 Februari 2022

Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Firman, SE, M.Sc	1.
2. Muthia Roza Linda, SE, MM	2.
3. Hendri Andi Mesta, SE, MM. Ak	3.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Velya Ramadhani
NIM/Th Masuk	: 18059044/2018
Tempat/Tgl Lahir	: Padang Panjang, 31 Desember 1998
Program Studi	: Manajemen S1
Keahlian	: Operasional
Fakultas	: Ekonomi
Alamat	: Jl. Sutan Syahrir No. 01, Silaing Bawah, Padang Panjang
Hp/Telp	: 082384436377
Judul Skripsi	: Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik dengan Menggunakan Metode Servqual, IPA, dan QFD (Studi Kasus : Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa perncabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 17 Februari 2022

Velya Ramadhani
NIM. 18059044

ANALYSIS OF STUDENT SATISFACTION IN ACADEMIC SERVICES WITH SERVQUAL, IPA, AND QFD METHODS

(*Case Study: Students Majoring in Management Faculty of Economic Padang State University*)

Velya Ramadhani

Faculty of Economic Padang State University

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang

ABSTRACT

This study aims to analyze student satisfaction with the academic services of the Department of Management, Faculty of Economics, State University of Padang by using the Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), and Quality Function Deployment (QFD) methods. In this study, 216 students majoring in management in the class of 2018 and 2019 were selected using Simple Random Sampling. Data collection methods in this study were questionnaires and interviews. Based on the results of the calculation of the servqual score, it can be seen that the average gap shows a negative value of -0.29. Based on the results of the IPA analysis, there are 7 attributes that are in quadrant 1 which are the main priority in the improvement process. The seven attributes are continued in the QFD data processing which produces 11 technical responses that can be considered or input for the management department to improve academic services.

Keywords: *Student Satisfaction, Service quality. Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment*

ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL, IPA, DAN QFD

(*Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*)

Velya Ramadhani

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan menggunakan metode *Service Quality*, *Importance Performance* Analysis (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD). Pada penelitian ini digunakan 216 orang mahasiswa jurusan manajemen tahun angkatan 2018 dan 2019. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Berdasarkan hasil perhitungan skor servqual, terlihat bahwa rata-rata gap menunjukkan nilai negatif yaitu -0,29. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan pelayanan akademik bisa memenuhi harapan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis IPA, terdapat 7 atribut yang berada pada kuadran 1 yang menjadi prioritas utama dalam proses perbaikan. Ketujuh atribut tersebut dilanjutkan dalam pengolahan data QFD yang mana menghasilkan 11 respon teknis yang bisa menjadi pertimbangan atau masukan bagi pihak jurusan manajemen guna meningkatkan pelayanan akademik.

Kata Kunci*:* *Kualitas Pelayanan, Service quality, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL, IPA, DAN QFD *(Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang)*". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) dan untuk memperoleh Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam melakukan kegiatan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat petunjuk dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberi dukungan dan motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan, keselamatan, dan kemudahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua, mama dan papa tercinta yang selalu memberi semangat dan doa dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Uda, uni, beserta keponakan yang selalu memberi dukungan penuh untuk penyelesaian skripsi ini

4. Bapak Firman, S.E, M.Sc selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya sangat beruntung menjadi anak bimbingan bapak.
5. Ibuk Muthia Roza Linda, S.E, M. M dan Bapak Hendri Andi Mesta, S.E, M.M. Ak, selaku penelaah yang telah memberi banyak saran dan perbaikan dalam penyempurnaan penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman kuliah yang mageran, menjengkelkan, namun selalu menolong dalam keadaan genting dan selalu ada, Cehmita, Ledira, dan Dhila. Jasa kalian sungguh tidak akan terlupakan.
7. Anak kos 1KK, Tari, Fanny, Dinda, Dila, Lowly, Zahwa-chan, dan Wardah, member sepergunjingan yang selalu memberi tumpangan kos dan semangat.
8. Gadih-gadih nan marantau, Raisa, Caca, Dinda, Putri, Ilza, Tya, dan Deri yang selalu memberi tekanan untuk wisuda dengan cepat. Namun selalu ada saat ingin berkeluh kesah.
9. Anak-anak ayam, Mar, Depe, Peka, Syafa, Farras, Pira, Ega, Jiji, dan Mia. Meskipun kalian tidak ngapa-ngapain tapi tetap dituliskan namanya.
10. Tim *Strategic Procurement Packing Plant & Mechanical* PT Semen Padang, Pak Togap, Pak Robby, Pak Kus, Kak Siska, dan Kak Dina. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang bapak dan kakak berikan selama magang di Semen Padang.

11. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan dan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun diharapkan oleh penulis demi lebih menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pambaca. Terima kasih.

Padang, 16 Februari 2022

Penulis

Velya Ramadhani

DAFTAR ISI

ABSTRACT i
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
BAB 1 PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan Masalah 8
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian 9
F. Manfaat Penelitian 10
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL 12
A. Kajian Teori 12
1. Pengertian Kualitas 12
2. Kualitas Jasa 13
3. Pelayanan Akademik 13
4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan 15
5. Konsep *Service Quality* (SERVQUAL) 17
6. *Importance Performance Analysis* (IPA) 24
7. *Quality Function Deployment* (QFD) 27
8. Matriks Rumah Kualitas (*House of Quality*) 29
B. Penelitian Terdahulu 38
C. Kerangka Berpikir 41
BAB III METODE PENELITIAN 42
A. Jenis Penelitian 42

B. Objek Penelitian 42
C. Populasi dan Sampel 43
1. Populasi 43
2. Sampel 44
D. Jenis dan Sumber Data 45
E. Teknik Pengumpulan Data 46
1. Kuesioner 46
2. Wawancara 46
F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 47
1. Definisi Operasional 47
2. Pengukuran Variabel 48
G. Teknik Analisis Data 51
1 Analisis Deskriptif 52
2 Analisis Service Quality (SERVQUAL) 53
3 Analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* 54
4 Matriks House of Quality 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
A. Profil Responden 59
1. Sejarah Singkat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 59
2. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 60
B. Demografi Responden 61
C. Teknik Analisis Data 63
1. Atribut Pelayanan 63
3. Uji Validitas 66
4. Uji Reliabilitas 68
5. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian 69
6. Service Quality 73
7. Importance Performance Analysis (IPA) 77
8. House of Quality (HOQ) 82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 94
A. Kesimpulan 94
B. Saran 95
DAFTAR PUSTAKA 97
LAMPIRAN 102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Daya Tampung dan Peminat SNMPTN Jurusan Manajemen 5
Tabel 2. Perbandingan Daya Tampung dan Peminat SNMPTN Jurusan Manajemen 5
Tabel 3. Nilai Hubungan Tiap Unsur antara Karakteristik Teknis 31
Tabel 4. Penelitian Terdahulu..... 38
Tabel 5. Jumlah Populasi 44
Tabel 6. Skala Likert..... 49
Tabel 7. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi..... 50
Tabel 8. Atribut Pelayanan..... 63
Tabel 9. Hasil Uji Validitas. 66
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.. 68
Tabel 11. Hasil Kuesioner Persepsi.. 69
Tabel 12. Hasil Kuesioner Harapan.. 71
Tabel 13. Skor Servqual.. 75
Tabel 14. Plotting Importance Performance Analysis (IPA).. 78
Tabel 15. Atribut Voice of Customer. 82
Tabel 16. Perhitungan Planning Matrix. 83
Tabel 17. Atribut Technical Respon. 88
Tabel 18. Atribut Technical Matrix. 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Konseptual Servqual 20
Gambar 2. Matrik *Importance Performance Analysis* (IPA). 25
Gambar 3. Matriks *House of Quality* (HOQ) 37
Gambar 4. Kerangka Berpikir 41
Gambar 5 Contoh Diagram *Importance Performance Analysis*..... 56
Gambar 6 Diagram Berdasarkan Tahun Angkatan. 62
Gambar 7. Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin 63
Gambar 8. Diagram Importance Performance Analysis (IPA)... 78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 102
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian. 103
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 117
Lampiran 4. Matriks *House of Quality* 126

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan merupakan salah satu hal terpenting dari sebuah perguruan tinggi atau lembaga pendidikan lainnya untuk mengukur kualitasnya. Semakin tinggi ekspetasi masyarakat terhadap pendidikan terlihat dari keinginan calon mahasiswa yang berlomba-lomba masuk ke perguruan tinggi yang kompeten dan berkualitas. Hasil yang memuaskan adalah hasil dari suatu proses proses, proses pembelajaran yang berkualitas didukung oleh infrastruktur yang memadai akan menghasilkan hasil yang diharapkan.. Kepuasan tersebut merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan (Tjiptono, 1998)

Menurut Sufiyyah (2011), perguruan tinggi sebagai salah satu lembaga pendidikan harus bertanggung jawab, berkualitas, dan akuntabel untuk memberikan pelayanan akademik yang memumpuni. Sebagai industri jasa, perguruan tinggi perlu berpikir lebih matang tentang pentingnya pelayanan kepada pelanggan (mahasiswa), karena sekarang semakin dipahami bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting untuk menjaga, meningkatkan, dan mempertahankan citra dari perguruan tinggi.

Banyak perguruan tinggi mengembangkan strategi untuk membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas layanan. Menurut ISO-8402, kualitas adalah totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi

kebutuhan, tersurat maupun tersirat. Sedangkan menurut A Parasuraman, valarie A. Zeithaml (1985), menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi atau dinilai oleh konsumen. Menurut Tjiptono, Fandy dan Diana (1995), mereka menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengedalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kristanto (2008) menyatakan bahwa sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi pada proses interaksi di antara konsumen dan terdapat kontak personil/pribadi dengan penyedia jasa tersebut.

Pendidikan merupakan industri jasa. Untuk itu, diperlukan adanya kegiatan untuk mengukur kualitas layanannya dan kepuasan pelanggannya (Sahney, S., Banwet, D. K., & Karunes, S., 2003). Dalam industri jasa, pelanggan merupakan siapa saja yang dilayani. Pelanggan dapat bersifat internal dan eksternal, tergantung apakah mereka berada di dalam atau di luar organisasi. Kualitas dimulai dengan pelanggan dan ditentukan oleh pelanggan. Jadi, seseorang harus dapat mengidentifikasi pelanggannya, untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka dan memuaskan mereka. (Sahney, S., Banwet, D. K., & Karunes, S., 2004) Mahasiswa dianggap sebagai salah satu pemangku kepentingan kualitas pendidikan yang paling penting, karena mereka secara langsung dipengaruhi oleh kualitas layanan, dan kepuasan pemangku kepentingan lainnya seperti orang tua dan pengusaha (Abili, K., Narenji Thani, F., & Afarinandehbin, M., 2012)

Kualitas & relevansi pendidikan pada tingkat umum merupakan standar yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan kualitas pada layanan pendidikan. Pada waktu jaminan kualitas yang sama dalam pendidikan mengacu pada mekanisme untuk memantau apakah satu set tujuan tercapai. Mekanisme penjaminan mutu temencakup proses internal dan proses eksternal. Kualitas layanan pendidikan eksternal dijamin oleh badan eksternal, seperti lembaga penjaminan mutu. Kualitas pendidikan perguruan tinggi adalah bidang khusus untuk menjamin mutu pelayanan pendidikan, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja, mobilitas, transparansi & komparatif sistem pendidikan, serta persaingan dalam rangka untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (http://fis.unp.ac.id/).

Layanan akademik adalah layanan yang banyak berkaitan secara langsung dengan mahasiswa, sehingga perguruan tinggi dalam memberikan layanan akademik harus berusaha memahami serta memenuhi kebutuhan mahasiswa dan berakhir pada persepsi mahasiswa. Pelayanan akademik memegang peranan yang sangat penting dalam layanan akademik. Pelayanan akademik yang berkualiatas akan membawa kepuasan bagi mahasiswa. Kepuasan itu akan berdampak dalam kehidupan kampus dan proses belajar dari mahasiswa itu sendiri (Sufiyyah, 2011).

Pandemi *Corona Virus Disease* (COVID-19) menerpa dunia awal tahun 2020 berdampak signifikan disegala aspek kehidupan, termasuk dunia perguruan tinggi. Pada tanggal 24 Maret 2020 Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mengeluarkan Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan

Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran COVID-19 (https://covid19.go.id/). Tentu hal ini sangat berpengaruh terhadap pelayanan akademik dan juga kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik selama masa COVID-19 tersebut.

Manajemen UNP sendiri merupakan jurusan yang paling diminati di Universitas Negeri Padang. Buktinya terdapat pada situs passinggrade.co.id manajemen memiliki passing grade tertinggi pada rumpun Soshum untuk jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi) dengan skor 33,64% dan diperkirakan akan naik setiap tahunnya. Pada tahun 2020, dilansir pada manajemen.fe.unp.ac.id, prodi Manajemen meraih gelar prodi terbaik pertama di Universitas Negeri Padang. Dengan tingginya ekspetasi dan harapan terhadap jurusan ini, tentu saja masyarakat berharap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan juga memuaskan.

Fakultas Ekonomi telah melakukan tersertifikasi ulang ISO 9001:2015. Tentunya dengan banyaknya penjaminan mutu yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, pelayanan akademik kepada mahasiswa menjadi semakin maksimal dan terjamin, dan juga berbanding lurus dengan kepuasan mahasiswa. Adapun salah satu pencapaian dari upaya pengingkatan kualitas ini adalah dengan diperolehnya sertifikasi AUN QA (*ASEAN University Network Quality Assurance)* pada tanggal 18 Februari 2020. Dengan adanya sertifikasi ini, maka Program Studi S1 Manajemen telah memiliki kualitas internasional yaitu setara dengan perguruan tinggi terbaik ASEAN. Jurusan

manajemen FE UNP juga berpeluang untuk melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi lainnya di wilayah ASEAN baik dalam bidang akademik, seminar, kerjasama, dan lain-lain. (http://manajemen.fe.unp.ac.id/).

Tabel 1. Perbandingan Daya Tampung dan Peminat SNMPTN Jurusan Manajemen

Sumber : passinggrade.co.id

No	Universitas	Daya Tampung 2021	Peminat 2020	Akreditasi
1	Universitas Negeri Padang	40	1294	A
2	Universitas Andalas	51	980	A

Tabel 2. Perbandingan Daya Tampung dan Peminat SBMPTN Jurusan Manajemen

Sumber : passinggrade.co.id

No	Universitas	Daya Tampung 2021	Peminat 2020	Akreditasi
1	Universitas Negeri Padang	72	2262	A
2	Universitas Andalas	68	1625	A

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang lebih unggul dibandingkan dengan universitas negeri lain di sumatera barat. Hal tersebut membuktikan bahwa program studi Manajemen FE UNP telah mampu memenuhi harapan eksternal dengan baik dari standar kualitas pendidikan. Akan tetapi pencapaian kualitas pelayanan program studi berdasarkan pelanggan internal yaitu mahasiswa belum diketahui. Melalui mahasiswa sebagai pelanggan lansung, dapat diukur kualitas pelayanan program studi Manajemen FE UNP dan diketahui bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa.

Semakin kecil gap antara harapan dan persepsi, maka semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Manajemen FE UNP. Besarnya minat mahasiswa akan program studi Manajemen tentu membuat mereka berharap untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Sektor pendidikan tinggi yang terus berkembang menciptakan kebutuhan akan model bisnis baru dan alat untuk mengevaluasi kinerja (McLeay, F., Robson, A., & Yusoff, M., 2017).

Model Servqual (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh (A Parasuraman, Valarie A. Zeithaml (1985), merupakan suatu metode pendekatan yang secara kuantitatif yang mengukur kualitas pelayanan dalam bentuk Kuesioner dan memuat dimensi-dimensi kualitas jasa. Cara untuk mengukurnya adalah dengan mengukur seberapa besar tingkat pelayanan yang direalisasikan dalam nilai GAP sehingga diharapkan dapat memberikan suatu rancangan strategi untuk meningatkan kepuasan pelanggan. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) disebutkan oleh Yola (2013), merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan sebuah metode pengembangan produk yang telah dikenal di dunia industri. Metode ini menerjemahkan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan ke dalam produk QFD yang dihasilkan oleh perusahaan (Wijaya, 2011)

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN AKADEMIK DENGAN METODE SERVQUAL, IPA, DAN QFD (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang)". Metode *service quality* (Servqual) yang menunjukkan hasil bahwa pelanggan belum puas terhadap kinerja pelayanan akademik yang dilanjutkan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang kedua metode tersebut dibawa ke dalam metode *Quality Function Deployment* (QFD) . Metode QFD menghasilkan analisis tentang pentingnya suatu atribut bagi pelanggan dan membantu menentukan target ke depannya.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat diidentifikasi masalah :

1. Bahwa kepuasan mahasiswa dalam pelayanan akademik menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kenyamanan dan keberlangsungan perkuliahan mahasiswa.
2. Strategi seperti apa yang bisa dilakukan oleh Fakultas Ekonomi Unoversitas Negeri Padang untuk meningkatkan pelayanan akademik terhadap mahasiswa.

C. Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan masalah yang digunakan untuk menjaga arah penelitian tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Berikut adalah batasan masalah dalam penelitian :

1. Data yang dimasukkan hanya pada ruang lingkup mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018 dan 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang tingkat pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Pengukuran kualitas pelayanan akademik menggunakan metode *Service Quality* (Servqual), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD)

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gap antara harapan dan kenyataan mahasiswa Jurusan Manajemen terhadap pelayanan akademik yang diberikan Falkultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL)?
2. Bagaimana pengaruh tingkat kepentingan (*importance*) dengan tingkat kinerja (*perfomance*) Pelayanan Akademik Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?

3. Apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Manajemen terhadap pelayanan akademik Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD)*?*

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gap antara harapan dan persepsi mahasiswa Jurusan Manajemen terhadap pelayanan akademik yang diberikan Falkultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL).
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepentingan (*importance*) dengan tingkat kinerja (*perfomance*) Pelayanan Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
3. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Manajemen terhadap pelayanan akademik Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

4. Manfaat Teoritis
    a. Memperdalam wawasan dan memperkaya ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya manajemen operasional tentang peningkatan kepuasan menggunakan metode *Service Quality* (Servqual), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD).
    b. Memperkuat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.
5. Manfaat Praktis
    a. Bagi Penulis

       Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan wawasan pengetahuan bagi penulis dan dapat menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Selain itu, menjadi salah satu prasyarat kelulusan dan melengkapi penilaian akhir pada saat penulisan skripsi ini.
    b. Bagi Objek Penelitian

       Penelitian ini membantu pihak akademik kampus untuk lebih mempersiapkan diri menghadapi berbagai masalah pelayanan akademik yang terjadi.

c. Bagi Pendidik

Diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang sebagai upaya pengembangan dan peningkatan kualitas pelayanan akademik terhadap mahasiswa.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL

A. Kajian Teori

1. Pengertian Kualitas

Baik dan buruknya suatu perusahaan dapat diukur dari kualitas produk (barang atau jasa) yang dihasilkan. Oleh karena itu, kualitas merupakan faktor terpenting dalam dunia bisnis maupun non bisnis. Kotler (2005) mengasumsikan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari sifat suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Sunyoto Danangn (2012), kualitas adalah suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah memiliki nilai guna sesuai dengan yang diinginkani atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap berkualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Standar Nasional Indonesia (SNI 19-8402-1991) (dalam Ariani, 2003), kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa, yang kapasitasnya daapt memenuhi kebutuhan, baik dinyatakan secara tegas maupun tersamar. Kualitas secara internasional (BS EN ISO 9000:2000) adalah tingkat yang menunjukkan serangkaian karakteristik yang melekat dan memenuhi ukuran tertentu.

2. Kualitas Jasa

Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak melibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler (2005), kualitas (*Quality*) adalah seperangkat fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang tersurat maupun tersirat. Seorang penjual dapat dikatakan telah memberikan kualitas ketika produk atau jasanya mereka memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

3. Pelayanan Akademik

Pelayanan akademik adalah semua tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak melibatkan kepemilikan apapun (Sufiyyah, 2011). Pelayanan akademik dilakukan oleh akademisi baik secara fisik maupun psikis, serta menawarkan atau pelayanan administrasi kepada mahasiswa dan sivitas akademika lainnya yang pada hakekatnya tidak menghasilkan kepemilikan. Pengertian pelayanan akademik dalam kurikulum pembelajaran menurut Aryani, D. & Rosita (2010) merupakan upaya pendidikan yang sistematis untuk memfasilitasi peserta didik menguasai isi dari kurikulum melalui proses pembelajaran sehingga mereka mampu mencapai standar kompetensi yang berlaku.

Pakpahan (2004) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan akademik adalah perbandingan antara pelayanan akademik yang dirasakan pelanggan atau

pemangku kepentingan dengan kualitas pelayanan akademik yang diharapkan oleh pelanggan atau pihak yang berkepentingan. Apabila kualitas layanan akademik yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan maka pelayanan dikatakan berkualitas. Pelayanan ini terutama ditujukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Sugiarto (1999), terdapat lima unsur pelayanan yang dapat diidentifikasi untuk memuaskan pelanggan khususnya dalam bidang pendidikan, yaitu:

a. Cepat, yaitu saat melayani pelanggan minimal sama dengan batas waktu pada standar pelayanan yang ditentukan oleh instansi/lembaga pendidikan.
b. Tepat, yaitu tergantung pada bidang, pengetahuan, dan keterampilan dalam menangani masalah dari pelanggan.
c. Aman, yaitu para petugas pelayanan yang dapat memberikan perasaan aman dan nyaman kepada pelanggan.
d. Ramah tamah, yaitu pelayanan harus bersikap profesional dan ramah atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
e. Nyaman, yaitu membuat pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan merasa senang dan puas.

4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan secara teratu mengukur kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang membentuknya. Alasan perusahaan mengukur kepuasan konsumen secara teratur karena untuk mengukur dan mempertahankan kepuasan pelanggan yang merupakan kunci retensi konsumen. Ketika pelanggan menilai kepuasan mereka dengan unsur kinerja perusahaan, maka perusahaan perlu memperhatikan bahwa konsumen berbeda dalam hal bagaimana mereka mendefinisikannya.

Kotler (2005) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

a. Sistem keluhan dan saran

Dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran, dan kritik daripelanggan. Dimaksudkan agar perusahaan dapat mengantisipasi dan merespon lebih cepat terhadap kritik dan saran tertentu.

b. Survey kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan melalui surat, telpon, wawancara pribadi, atau bisa juga dengan mengirimkan kuesioner kepada pelanggan.

c. Pembeli bayangan

Dalam hal ini, perusahaan mengarahkan orang-orang tertentu untuk membeli dari perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat menunjukkan keunggulan dan kelemahan pelayanan pesaing.

d. Analisa konsumen yang beralih

Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba menghubungi pelanggan tersebut dan yakin dengan alasan mengapa mereka berhenti, beralih keperusahaan lain, dan lain-lain. Dari informasi yang diperoleh, maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi dengan harapan konsumen (A Parasuraman, valarie A. Zeithaml, 1985). Dengan kata lain pengukuran kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai berikut:

1) Service Quality < Expectation

Jika kualitas pelayan yang diberikan perusahaan lebih kecil dari harapan konsumen, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan konsumen. Selain tidak sesuai dengan kebutuhannya dan juga tidak memuaskan. Jika hal ini terjadi, maka dapat dikatakan bahwa pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan perusahaan buruk.

2) Service Quality = Expectation

Jika nilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sama dengan harapan konsumen, maka muncul kepuasan yang biasanya dicari oleh konsumen. Jika hal ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak memiliki keistimewaan

3) Service Quality > Expectation

Kualitas pelayanan yang lebih besar dari harapan yang di inginkan pelanggan akan membuat kepuasan pelanggan sangat luar biasa. Pelayan ketiga ini disebut dengan pelayanan prima (excellent service) yang selalu diharapkan oleh pelanggan. Jika hal ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai dengan kebutuhannya, tetapi sekaligus memuaskan dan menyenangkan.

5. Konsep *Service Quality* (SERVQUAL)

Metode S*ervice Quality* (SERVQUAL) merupakan metode pengukuran kualitas yang sering digunakan dalam penelitian tentang kualitas pelayanan. Ahmad (2016) mengutip dari pendapat Parasuraman antara lain sebagai berikut:

a. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Karyawan dalam memberikan pelayanan yang megutamakan aspek pelayanan tentu sangat mempengaruhi perilaku orang yang menerima layanan, oleh karena itu dibutuhkan respon karyawan untuk melayani

pelanggan berdasarkan tingkat pemahaman, penyerapan, dan tingat ketidaksesuaian mereka.

b. Jaminan (*Assurance*)

Kepastian suatu pelayanan sangat ditentukan oleh *Assurance*/jaminan dari karyawan yang memberikan pelayanan, sehingga pelanggan yang menerima pelayanan tersebut semakin yakin dan puas bahwa segala bentuk pelayanan yang diberikan akan diselesaikan dengan lancar, cepat, tepat, nyaman, dan layanan yang berkualitas.

c. Bukti Fisik (*Tangibility*)

Yang dimaksud bukti fisik dalam kualitas pelayanan dipahami sebagai bentuk pembaharuan fisik secara nyata yang dapat dilihat atau digunakan oleh karyawan berdasarkan persepsi penggunaan dan kegunaannya yang dirasakan untuk mendukng pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan. Sehingga layanan yang dirasakan menunjukkan kinerja pekerjaan dalam penyediaan layanan.

d. Empati (*Empathy*)

Setiap aktivtas pelayanan membutuhkan pemahaman tentang penyatuan kepentingan atau asumsi dalam masalah layanan. Pelayanan akan berjalan dengan berkualitas dan lancar jika semua pihak yang terlibat dalam pelayanan memiliki empati (*empathy*) untuk mengelola atau menyelesaikn dengan berbagai komitmen pelayanan yang sama.

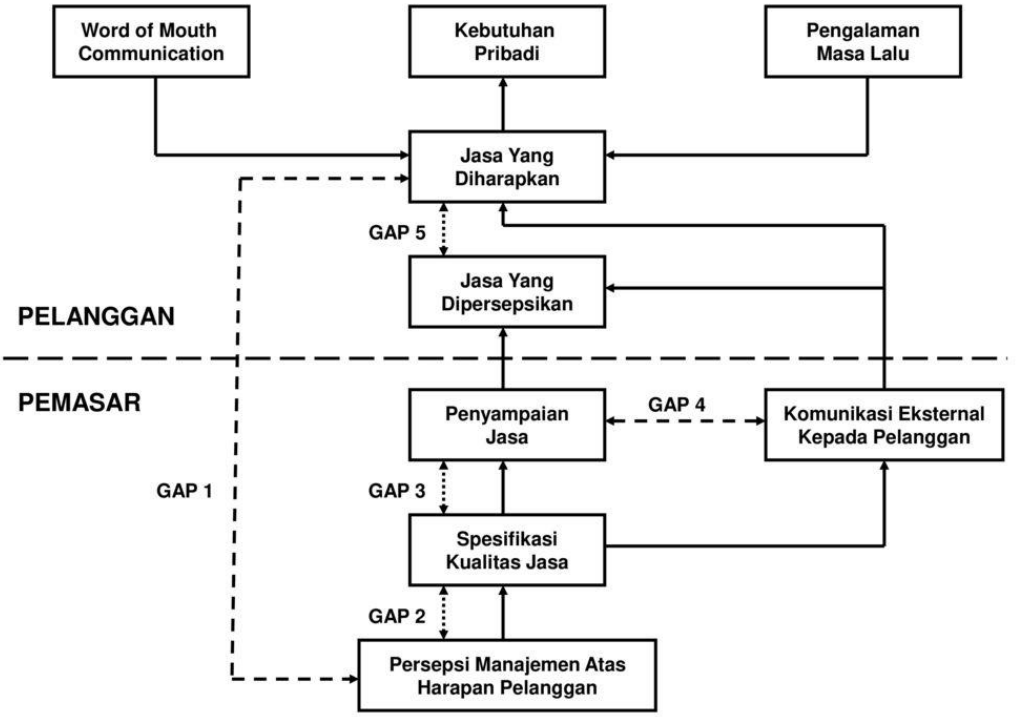
e. Kendalan (*Reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan suatu bentuk pelayanan yang handal, dalam artian semua pegawai yang terlibat dalam memberikan pelayanan harus memiliki tingkat pengalaman, pengetahuan, kecakapan, kemampuan, profesionalisme, dan kemandirian yang tinggi di tempat kerja agar pekerjaan yang dilakukan menghasilkan pelayanan yang memuaskan tanpa adanya keluhan.

Adapun tahapan-tahapan yang digunakan dalam *gap* atau analisis kesenjangan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain (Darmawan, 2014):

a. Kesenjangan atau *gap* negatif. Berarti pelayana yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, oleh karena itu diperlukan peningkatan kualitas.
b. Kesenjangan atau *gap* nol. Berarti pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan.
c. Kesenjangan atau *gap* positif. Berarti pelayanan yang diberikan melebihi harapan pelanggan.

Model *servqual* ini akan mencangkup analisis terhadap lima *gap* atau kesenjangan yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Model ini ditunjukkan pada gambar 1. Garis putus-putus horizontal memisahkan dua fenomena, yaitu bagian atas adalah fenomena yang berkaitan dengan pelanggan dan bagian bawah merupakan berkaitan dengan penyedia layanan atau perusahaan.



Sumber : Tjiptono (1998)

Gambar 1. Model Konseptual Servqual

Lima *gap* utama yang dirangkum dalam gambar 1 dijelaskan sebagai berikut:

a. *Knowledge Gap* (*Gap* 1)

Knowledge gap adalah kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen terhadap pelayanan yang diharapkan konsumen. *Gap* ini muncul disebabkan oleh :

1) Ketidak tepatan riset pasar.
2) Penggunaan hasil riset/penelitian yang tidak tepat.
3) Kurangnya interaksi antara konsumen dengan manajemen penyedia layanan.

4) Kurangnya kontak personal dengan manajemen
5) kesenjangan antara kontak personal dengan manajemen

Setelah mengetahui penyebab dari munculnya *gap* yang pertama ini, ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengurangi kesenjangan pada gap ini, yaitu dengan mencoba untuk lebih memahami harapan pelanggan melalui penelitian/riset, panel pelanggan, analisis kebutuhan, meningkatkan interaksi langsung antara manajer dengan pelanggan, meningkatkan komunikasi dari bawah ke atas, serta pemantauan informasi yang didapatkan ke dalam tindakan yang nyata.

b. *Standars Gap* (*gap* 2)

Standars gap adalah perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi dari kualitas layanan. Perbedaan ini berasal dari fakta bahwa pihak penyedia tidak menetapkan standar kinerja yang jelas. Ketidakjelasan dalam standar ini disebabkan oleh kurangnya komitmen pihak manejemen terhadap kualitas layanan, kurangnya sumber daya, dan adanya permintaan yang berlebihan.

c. *Delivery gap* (*gap* 3)

Kesenjangan ini terjadi karena adanya perbedaan antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan. Kesenjangan kinerja ini dapat disebabkan oleh aktor-faktor, antara lain :

1) Keragu-raguan mengenai peran karyawan
2) Munculnya konflik dalam pelaksanaan peran karyawan

3) Ketidaksesuaian antara karyawan dengan pekerjaannya
4) Ketidaksesuaian antara pekerjaan dengan teknologi, sehingga memerlukan dukungan dari teknologi yang tepat sehingga dapat menunjang kinerja dari karyawan.
5) Pengawasan sistem kontrol yang tidak memadai
6) Kurangnya perasaan terkendali
7) Semangat tim yang rendah

d. *Communication gap (gap 4)*

Kesenjangan ini merupakan perbedaan antara komunikasi eksternal dan penyampaian layanan. Kesenjangan ini muncul karena tingkat harapan konsumen yang terlalu tinggi karena iklan yang dibuat dan dijanjikan secara berlebihan oleh penyedia layanan sehingga harapan konsumen menjadi terlalu tinggi dan sulit untuk dipenuhi. Faktor konseptual yang terkait dengan munculnya *communication gap* ini antara lain karena komunikasi horizontal yang tidak memadai antar fungsi di dalam dan diluar departemen dan kecenderungan penyedia layanan untuk membuat yang berlebihan.

e. Service Gap (gap 5)

Service Gap ini merupakan *gap* antara pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi ketika pelanggan mengukur kinerja dari penyedia layanan dengan ukuran dan cara yang

berbeda. *Service gap* ini terkait dengan persepsi pelanggan tentang dimensi kualitas jasa.

Dari kelima *gap* tersebut, terdapat satu kesenjangan yang berasal dari pihak penerima layanan *(Service Gap)*, sedangkan sisanya kesenjangan berasal dari pihak penyedia layanan. Penilaian kualitas layanan menggunakan model servqual mencakup perhitungan perbedaan nilai yang diberikan pelanggan untuk setiap atribut pernyataan yang berkaitan dengan persepsi dan harapan tersebut. Perhitungan skor servqual dapat berdasarkan rumus berikut :

Skor Servqual = Skor Persepsi - Skor Harapan

Kualitas pelayanan suatu perusahaan pada lima dimensi utama dapat dihitung untuk semua responden dengan cara menghitung rata-rata skor servqual dari pernyataan yang mencerminkan setiap dimensi kualitas layanan tersebut. Terdapat dua langkah menghitung skor rata-rata, yaitu :

1) Untuk setiap pelanggan, semua skor servqual pada pernyataan yang mencerminkan dari masing-masing dimensi dijumlahkan kemudian dibagi dengan jumlah pernyataan yang mewakili dimensi tersebut.
2) Menjumlahkan nilai yang diperoleh dari langkah pertama dan totalnya dibagi dengan jumlah total responden.

Skor untuk kelima dimensi servqual tersebut dirata-ratakan untuk mendapatkan ukuran kualitas layanan secara keseluruhan. Namun ukuran ini belum tertimbang karena belum memperhitungkan derajat kepentingan

relatif pada setiap dimensi. Skor servqual tertimbang dapat dihitung dengan merata-ratakan skor servqual setiap dimensi, lalu skor servqual dikalikan dengan bobot kepentingan relatif setiap dimensi. Setelah itu, skor servqual yang telah dijumlahkan dibagikan nilai totalnya dengan jumlah responden. Jadi, data yang diperoleh melalui perhitungan servqual ini dapat digunakan untuk menghitung skor gap/kesenjangan dari kualitas layanan.

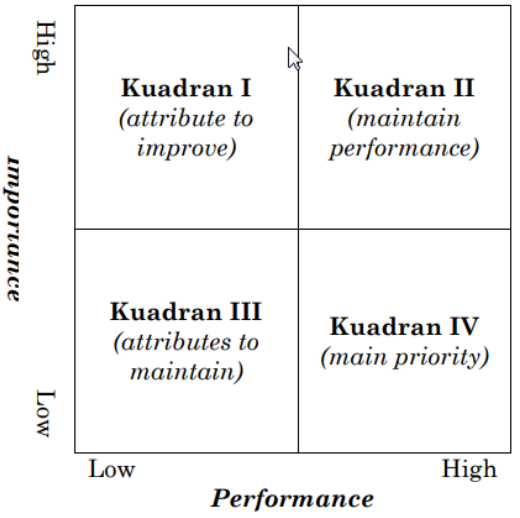
Dengan menganalisis kesenjangan ini, penyedia layanan dapat menilai kualitas layanan dan dapat mengidentifikasi dimensi kunci dan aspek dari setiap dimensi yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas. Selain itu, analisis ini juga dapat digunakan untuk membandingkan persepsi dan harapan pelanggan dari waktu ke waktu, mengidentifikasi pelanggan dengan persepsi kualitas yang berbeda-beda, membandingkannya dengan skor servqual perusahaan pesaing, dan mengevaluasi kualitas dari para pelanggan internal.

6. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Perfomance Analysis (IPA) adalah suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat *importance* dan tingkat *perfomance* yang berfungsi untuk mengembangkan program atau strategi pemasaran yang efektif. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan untuk menjelaskan data dan mendapatkan saran praktis.

IPA merupakan metode turunan dari SERVQUAL (Rangkuti, 2002). Terdapat dua aliran pendekatan dalam metode ini, yaitu:

a. Mengevaluasi kesenjangan kinerja dengan cara menghitung selisih antara skor *performance* dengan skor *importance.*
b. Mengidentifikasi atribut-atribut prioritas untuk meningkatkan dan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan dengan menggunakan diagram kartesius yang terbagi ke dalam empat kuadran.



***Matrik Importance Performance Analysis* (IPA)**

Sumber : Rangkuti (2002)

Gambar 2. Matrik Importance Performance Analysis (IPA)

Setiap kuadran memiliki penjelasannya masing-masing yaitu :

a. Kuadran I

Kuadran yang terletak di sebelah kiri atas ini berisi tentang atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun pada kenyataannya,atribut-atribut tersebut tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini perlu ditingkatkan. Peningkatan tersebut dilakuan cara perbaikan secara terus menerus agar kinerja atribut pada kuadran ini terus meningkat dan memenuhi harapan pelanggan.

b. Kuadran II

Kuadran II merupakan kuadran yang terletak di kanan atas yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, dan atribut-atribut tersebut sesuai dengan apa yang mereka harapkan sehingga kepuasan mereka relatif tinggi. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena atribut-atribut tersebut membuat barang atau jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

c. Kuadran III

Kuadran yang berada di sebelah kiri bawah ini merupakan area atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan ternyata kinerjanya juga tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut terdapat dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

d. Kuadran IV

Kuadran yang berada di kanan bawah ini adalah area yang berisi atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi kinerjanya dianggap terlalu berlebihan. Atribut-atribut pada kuadran ini dapat dikurangi sehingga perusahaan dapat melakukan efisiensi dan juga menghemat biaya.

7. *Quality Function Deployment* (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) merupakan metode terstruktur untuk perencanaan dan pengembangan produk/jasa yang memungkinkan tim pengembangan untuk secara jelas mendefinisikan kebutuhan dan harapan tersebut dan untuk menilai kemampuan produk atau jasa secara untuk memenuhi secara sistematis kebutuhan dan harapan tersebut (Aryani, 2003). Langkah penting dalam menerapkan QFD adalah mengidentifikasi pelanggan saat ini dan pelanggan potensial. Fokus pelanggan memberikan arahan untuk inisiatif perbaikan. Sebaliknya, kurangnya fokus pelanggan atau salah mengidentifikasi pelanggan sering menyebabkan upaya kualitas yang tersebar atau inisiatif kualitas yang gagal (Brian Hwarng, H., & Teo, C., 2001)

Manfaat utama yang dapat diperoleh perusahaan dengan menggunakan metode QFD adalah (Ariani, 2003):

a. Mengurangi Biaya

Hal ini dapat terjadi karena produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tidak terjadi duplikasi pekerjaan dan pemborosan bahan baku yang tidak memenuhi spesifikasi

yang telah ditetapkan oleh pelanggan. Penghematan biaya dapat dicapai dengan mengurangi biaya pembelian bahan baku, biaya overhead, mengurangi upah, dan menyederhanakan proses produksi.

b. Meningkatkan Pendapatan

Hal ini dapat dilakukan dengan mengurangi biaya guna meningkatkan hasil yang diperoleh.

c. Mengurangi Waktu Produksi

Dengan QFD akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk lebih fokus pada pengembangan program yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Gaspersz (2001), proses QFD dimulai dengan suara pelanggan (*voice of the customer*) dan kemudian berlanjut melalui empat kegiatan utama, yaitu:

a. Perencanaan Produk (*Product Planning*)

Menerjemahkan kebutuhan pelanggan kedalam kebutuhan teknis (*technical requirements*).

b. Desain Produk (*Product Design*)

Menerjemahkan kebutuhan teknik ke dalam karakteristik komponen.

c. Perencanaan Proses (*Process Planning*)

Mengedentifikasikan fase dan parameter proses dan menerjemahkannya ke dalam karakteristik proses.

d. Perencanaan Pengendalian Proses (*Process Planning Contro*l)

Menetapkan atau menentukan metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses

8. Matriks Rumah Kualitas (*House of Quality*)

House of Quality merupakan metode yang mendukung proses identifikasi produk dalam spesifikasi rancangan. Konsep HOQ pada dasarnya berasal dari bagan kualitas dan telah berhasil digunakan oleh industri manufaktur. HOQ menunjukkan desain dan pemodelan sebuah siklus dan bentuknya menyerupai sebuah rumah. Elemen utama dari matriks HOQ adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan, informasi tentang strategi produk, dan karakteristik kualitas produk. Informasi lain yang terdapat dalam HOQ adalah nilai target HOQ yang berisi bagian-bagian yang berbeda, setiap bagian dapat dan harus disesuaikan agar dapat bekerja dengan baik.

Secara umum, matriks *House of Quality* terdiri dari 6 (enam) komponen utama. Komponen-komponen tersebut antara lain (Wijaya, 2011):

a. Voice of Customer (WHATs)

Matriks *whats* berisi informasi yang menjadi input utama pada proses QFD. Informasi ini akan mencakup daftar terstruktur kebutuhan konsumen yang diterjemahkan langsung dari *voice of customer* (VOC*)* sehingga dapat menghasilkan interpretasi kualitas produk. Langkah-langkah untuk mendapatkan *voice of customers* dimulai dengan menggali suara pelanggan melalui wawancara, kueisioner, dan keluhan pelanggan. Langkah

kedua adalah mengkategorikan *voice of customer* ke dalam kategori yang berbeda. Dan langkah ketiga adalah dengan memasukkan *voice of customer* ke dalam matriks *whats* atau matriks kebutuhan pelanggan.

b. Technical Response Matrix (HOWs)

Matriks ini merupakan matriks yang berisi tanggapan-tanggapan atau jawaban perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Technical response* ini merupakan daftar terstruktur dari karakteristik produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen dan terukur. Matriks ini akan mengubah kebutuhan non teknis menjadi data teknis untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen. Data ini diperoleh dari informasi yang berasal dari matriks *whats*. Dalam *technical response* ini, perusahaan akan menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam *substitute quality characteristics.*

c. Relationship Matrix

Relationship Matrix menjelaskan persepsi QFD tentang keterkaitan hubungan antara *technical respon* dan *customer requirement*. Hubungan yang lebih kuat menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Berikut merupakan empat kemungkinan korelasi/hubungan antara t*echnical respon* dan *customer requirement* :

1) *Not linked (Blank),* diberi nilai nol. Perubahan *technical respon* tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2) *Possibly linked*, diberi nilai 1. Perubahan yang relatif besar pada *technical respon* akan menghasilkan perubahan kecil dalam kepuasan pelanggan.
3) *Moderate linked*, diberi nilai 3. Perubahan *technical respon* yang relatif besar akan berpengaruh signifikam terhadap kepuasan pelanggan.
4) *Strongly linked*, diberi nilai 9. Perubahan yang relatif kecil pada *technical respon* akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simbol-simbol yang akan digunakan dalam *relationship matrix ini* dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 3. Nilai Hubungan Tiap Unsur antara Karakteristik Teknis

Sumber : Wijaya (2011)

Nilai	Arti	Simbol
1	Possibly linked (keberadaan)	△
3	Moderate linked (pertahankan)	○
9	Strongly linked (pengembangan)	⊖

d. Technical Correlation (ROOF) Matrix,

Matriks ini digunakan untuk mengidentifikasi korelasi antar *technical requirement*, apakah mereka memperkuat atau menganggu satu

sama lain. Korelasi antara *technical respon* ini memiliki lima kemungkinan yaitu :

1) *Strong possitive impact*, perubahan pada *technical respon* 1 ke arah *direction of goodness*, akan berpengaruh postif kuat terhadap *direction of goodness* respon teknis 2
2) *Moderate impact*, perubahan dari *technical respon* 1 ke arah direction of goodness, akan memberi pengaruh sedang terhadap *direction of goodness* respon teknis 2.
3) *No impact*, perubahan pada respon teknis 1 ke arah *direction of goodness*, tidak akan memberi pengaruh terhadap *direction of goodness respon* teknis 2.
4) *Moderate Negative Impact*, perubahan yang dilakukan pada *technical respon* 1 menuju ke arah direction of goodness, akan memberi pengaruh negatif sedang terhadap *direction of goodness* respon teknis 2.
5) *Strong Negative Impact*, perubahan pada *technical respon* 1 menuju *direction of goodness*, akan memberi pengaruh negatif kuat terhadap *direction of goodness* respon teknis 2.

Korelasinya ditunjukkan dengan simbol-simbol tertentu sebagai berikut :

++ : *Strong possitive impact*

\+ : *Moderate impact Kosong*

No impact ─ : *Moderate Negative Impact*

▼ : *Strong Negative Impact*

e. Technical Matrix

Technical Matrix ini merupakan matriks yang berisikan informasi yang mencakup prioritas, *own performance, competitive benchmark* dan target .Prioritas tersebut terdiri dari *contribution* dan *normalized contribution*. Kontribusi tersebut berisi kontribusi respon teknis dalam memenuhi voice of customer. Nilai dari kontribusi ini terrgantung pada nilai *relationship* dan nilai *normalized raw weight* (NRW).

Normalized contribution menunjukkan persentase setiap kontribusi respon teknis. Total semua respon teknis disebut dengan *total contribution. Contribution* dan *normalized contribution* yang dirumuskan sebagai berikut :

Contribution = Σ (*Normalized raw weight* x nilai *relationship*)

Normalized contribution = Contribution / total contribution

Sementara itu, untuk *own performance* merupakan besarnya usaha yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk memuaskan konsumen melalui respon teknis dan nilainya dipengaruhi oleh kepuasan konsumen, yaitu nilai dari *current satisfaction performance (CSP) dan*

nilai relationship (R). Own performance (OP) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$OP = \Sigma (CSP \times R) / \Sigma R$$

Untuk *competitive benchmark* hampir sama dengan *own performance*, tetapi nilainya menggambarkan kinerja pesaing. Hasil akhir dari matriks tersebut adalah target dari setiap *technical requirement*. Perusahaan harus meningkatkan pelayanan yang terdapat pada persyaratan teknis sesuai dengan tingkat prioritas karena target ini penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Rahman, 2012)

f. Planning Matrix (WHYs),

Matriks ini merupakan matriks yang menggambarkan persepsi pelanggan yang diamati selama riset atau penelitian. Matriks ini juga merupakan persepsi konsumen yang diamati dalam riset pasar. Matriks ini bertujuan untuk mengukur kebutuhan pelanggan dengan melihat tingkat kepentingannya. Selain itu, matriks ini juga bertujuan untuk menetapkan tujuan kinerja untuk kepuasan konsumen sesuai dengan kebutuhannya. Pada matriks ini akan diperoleh mengenai :

1) *Importance to Customer*

   Pada bagian ini ditempatkan nilai dari tingkat kepentingan kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Tingkat kepentingan ini

diperoleh berdasarkan persepsi konsumen. Data ini biasanya diperoleh melalui kuesioner atau wawancara.

2) *Current Satisfaction Performance (CSPi)*

Performans kepuasan konsumen ini digunakan untuk melihat penilaian terhadap barang atau jasa yang ada dan yang telah digunakan oleh konsumen. Tingkat kepuasan konsumen ini bisa dinyatakan dalam bentuk angka atau *performance level* dengan rumus :

$$CSPi = \Sigma \text{ responden performansi } i / \Sigma \text{ responden}$$

Nilai performasi kepuasan konsumen ini memiliki skala 1-5 dengan angka 1 yang menunjukkan tingkat kepuasan yang terendah dan 5 menunjukkan tingkat kepuasan tertinggi.

3) *Goal*

Kinerja yang diharapkan oleh konsumen dan merupakan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan setelah mempertimbangkan kemampuan dari perusahaan tersebut.

4) *Improvement Ratio*

Nilai IR adalah perbandingan antara *goal* atau *target value* dan performansi kepuasan konsumen saat ini. Semakin tinggi nilai IR, maka semakin besar pula upaya yang diperlukan untuk mencapainya.

5) *Sales point*

Nilai *sales point* mengidentifikasikan dampak kebutuhan pelanggan terhadap perusahaan jika kebutuhan tersebut terpenuhi. Adapun skala yang biasa digunakan adalah skala 1 jika tidak ada sales point, skala 1.2 untuk sales point yang cukup menguntungkan, dan skala 1,5 untuk sales point yang menguntungkan perusahaan.

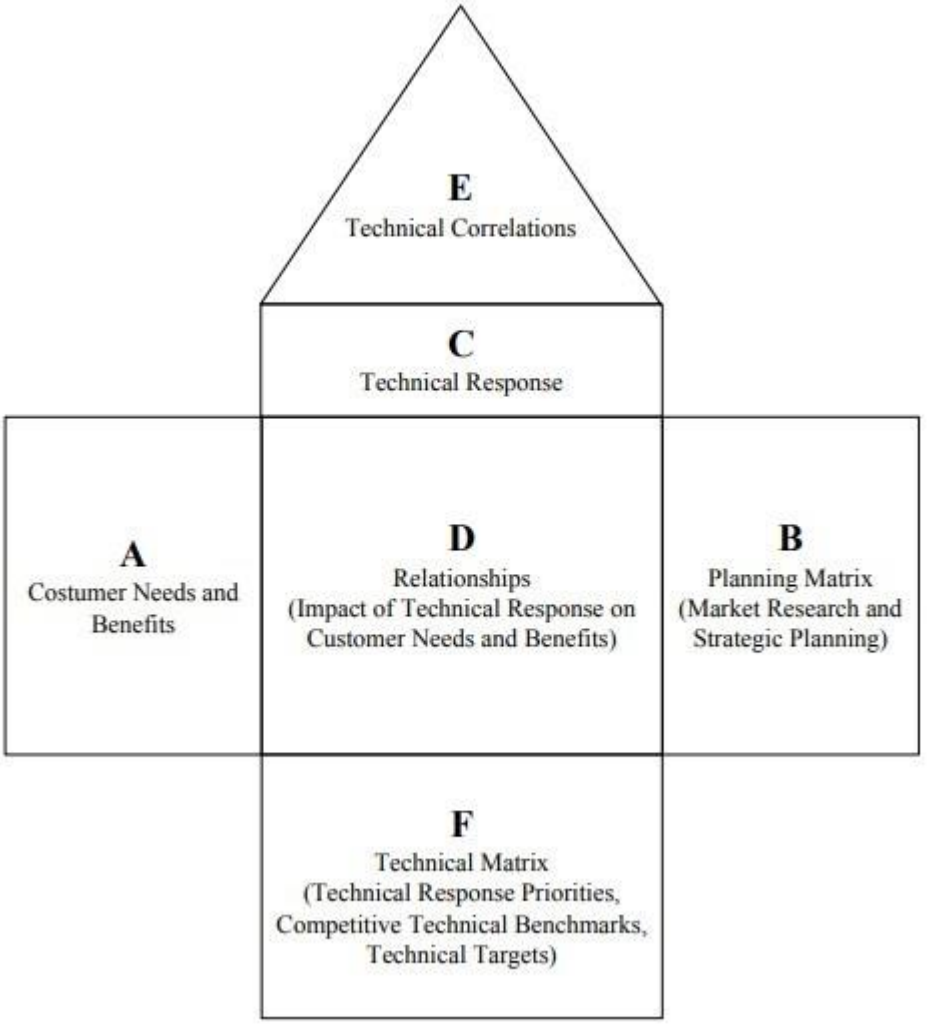
6) *Raw Weight*

Berisi hasil dari pengolahan data dan keputusan *planning matrix*. *Raw weight* ini menunjukkan tingkat kepentingan berdasarkan pada persepsi konsumen dan *improvement ratio* serta *sales point* yang ditentukan oleh tim pengembang.

Raw weight = tingkat kepentingan x IR x *Sales Point*

7) Normalisasi Raw Weight

NRW = Raw Weight / ∑ Raw Weigh



Gambar 3. Matriks House of Quality (HOQ)

Sumber : (Cohen, 1995)

B. Penelitian Terdahulu

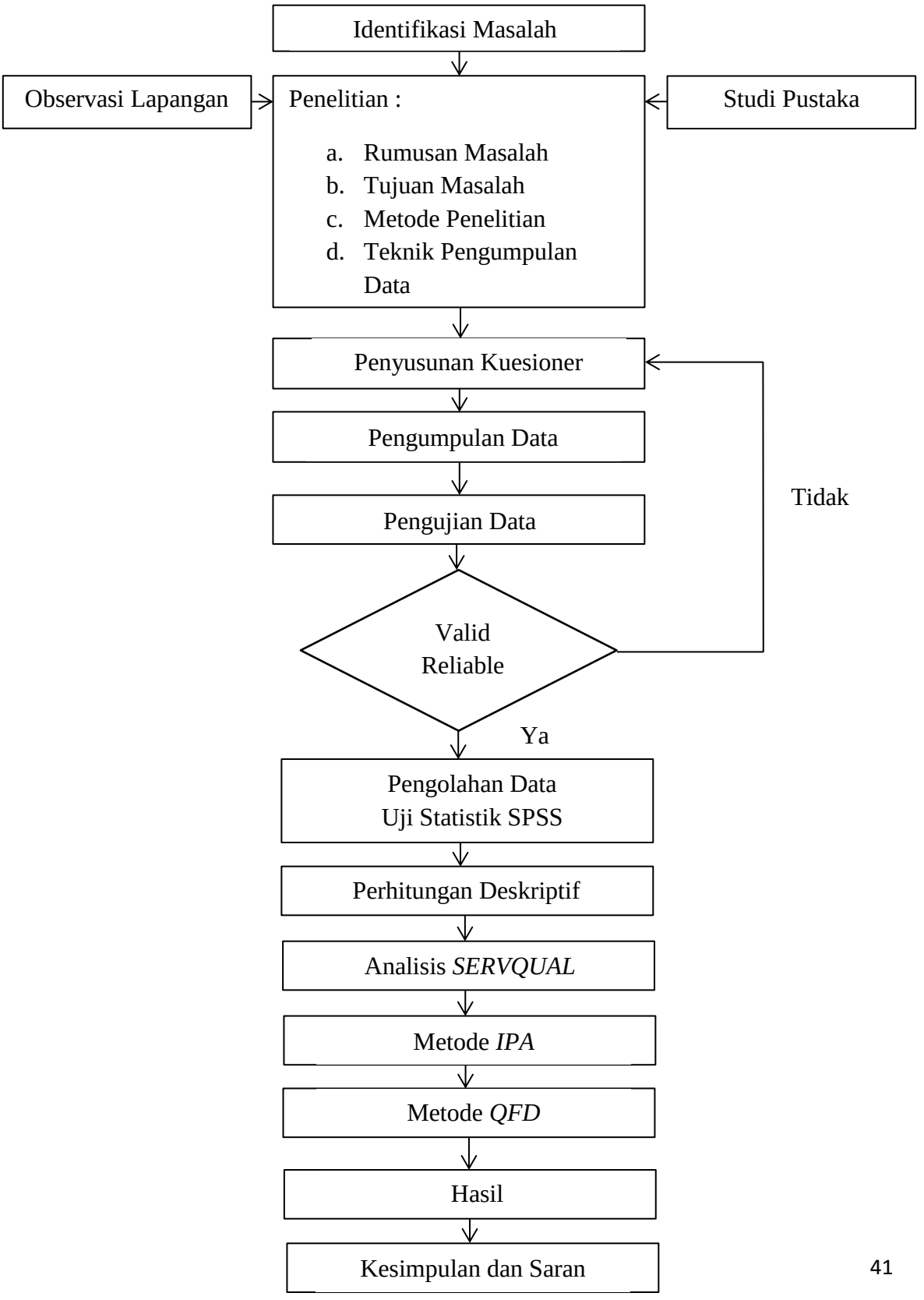
Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Pengarang	Judul	Hasil Penelitian
1.	S. Murali, S. Pugazhendi & C. Muralidharan (2016)	*Integration of IPA and QFD to Assess the Service Quality and to Identify After Sales Service Strategies to Improve Customer Satisfaction – A Case Study*	Penelitian ini berfokus pada *After Sales Service (ASS)* dan berusaha membangun metodologi baru, dengan menggabungkan analisis IPA dan QFD. Dengan menggunakan pendekatan IPA-QFD, ditunjukkan bahwa strategi *After Sales Service (ASS)* dapat diidentifikasi dan diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan dengan berfokus pada atribut layanan kritis
2.	Serkan Altuntas (2019)	*An Innovactive and Integrated Approach Based on SERVQUAL, QFD and FMEA for Service Quality Improvement (A Case Study)*	Dalam penelitian ini, skala SERVQUAL digunakan untuk pengukuran kualitas layanan, QFD digunakan untuk desain layanan dan FMEA digunakan untuk mencegah kemungkinan kegagalan selama penyampaian layanan. Sebuah studi kasus di rumah sakit umum di Turki dilakukan untuk menunjukkan bagaimana pendekatan yang diusulkan bekerja dalam praktek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan yang diusulkan dapat digunakan secara efektif untuk menilai kualitas layanan dalam praktiknya.
3.	Rini Alfatiyah, Apriyanto (2019)	Analisis Kualitas Pelayanan Parkir dengan Metode	Hasil analisis data dengan menggunakan metode SERVQUAL menunjukkan

		Servqual, IPA, dan QFD untuk Meningkatkan Kepuasan pelanggan di PT. Securindo Pactama Indonesia	tingkat r*eliabilitas* -0,17, *responsiveness* -0,068, *assurance* 0,184, *emphaty* 0,03, *tangibles* 0,02, yang artinya secara umum, terdapat aspek yang belum memenuhi kepuasan pelanggan. Sedangkan pada metode IPA, hasil analisis data menunjukkan bahwa ada 6 atribut yang perlu diperbaiki. Dan pada metode QFD, hasil analisis data yang diperoleh dari matriks *House Of Quality* (HOQ) menunjukkan penerapan budaya 4S dengan nilai bobot tertinggi. Dalam strategi kepuasan pelanggan, prioritas yang harus diterapkan oleh perusahaan adalah untuk menerapkan budaya 4S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan)
4.	Abdul Latif1, Purnomo Eka Nursyam (2017)	Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Sekolah Tinggi Teknologi Industri (STTIND) Padang Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)	Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan perpustakaan STTIND Padang masih rendah yaitu didapat dari 16 atribut, dan diperoleh hasil derajat kepentingan yaitu 1,71. Upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan perpustakaan STTIND Padang adalah meningkatkan kemampuan karyawan yaitu dengan nilai interaksi parameter teknik, meningkatkan jam kerja karyawan dan meningkatkan keramahan karyawan.
5.	Devita Sari, Rizal	Analisis Integrasi Konsep Servqual	Penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan transportasi

	Manullang, Medina; (2019)	dan Quality Function Deployment (QFD) dalam Rangka Meningkatkan Ekspektasi Konsumen dan Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi PT. Ganesha Jaya Mandiri	pada PT GANESHA JAYA MANDIRI dengan integrasi konsep *SERVQUAL* dan *Quality Function Deployment (QFD).* Pada atribut layanan dimensi *reliability, responsiveness, assurance, emphaty*, dan *tangibles* masih belum memuaskan para pelanggan. Hal ini terlihati dari nilai *gap* yang negatif untuk setiap atribut. Dengan integrasi QFD, diberikan usulan rancangan perbaikan untuk setiap atributnya.
6.	Rapmaida Megawaty Pangaribuan (2021)	Analsis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Pembelajaran dan Kualitas Layanan Akademik Masa Pandemi Covid-19	Penelitian ini dianalisis dengan metode Servqual. Secara umum mahasiswa merasa puas terhadap layanan proses pembelajaran dan akademik yang diberikan dengan rata-rata skor 3,78 dan rata rata tingkat capaian 75,65%. Jika dianalisis secara per item, terdapat 5 item yang masih perlu ditingkatkan karena berada pada kategori cukup puas yaitu: yang berhubungan dengan akses perkuliahan masih dalam jaringan (daring) relatif mudah, ketersediaan laboratorium, bengkel yang relevan dengan kebutuhan keilmuan mahasiswa (MIPA, Teknik, Praktikum, Komputer, dan lain-lain)

C. Kerangka Berpikir



Gambar 4. Kerangka Berpikir

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hampir dari seluruh atribut pelayanan memiliki skor Servqual negatif dengan rata-rata total skor Servqual -0,29. Adapun dimensi yang paling tidak memberikan kepuasan atau kepuasan terendah adalah dimensi *Responsiveness* dengan total skor dimensi Servqual paling rendah yaitu -0,297. Hal ini menujukkan bahwa kualitas pelayanan akademik yang diberikan oleh jurusan manajemen belum mampu memenuhi harapan mahasiswa
2. Pengaruh tingkat harapan dengan tingkat persepsi Pelayanan Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan terdapat 7 atribut yang berada di dalam kuadran 1 IPA. Kuadran tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepentingan atribut tersebut tinggi, namun kepuasan mahasiswa cenderung rendah. Sehingga untuk ketujuh atribut tersebut merupakan atribut yang paling penting untuk perbaikan kualitas pelayanan.
3. Berdasarkan proses pengolahan data menggunakan House of Quality, diperoleh 11 respon teknis yang merupakan tanggapan-tanggapan atau jawaban dari pihak akademik untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa. Dan ke 11 respon teknis itu diperoleh urutan prioritas nya berdasarkan

contribution pada technical mantrix. Prioritas tersebut perlu dilakukan oleh pihak akademik untuk perbaikan dan peningkatan pelayanan akademik untuk mencapai kepuasan mahasiswa.

4. Adapun upaya perbaikan yang perlu diutamakan oleh pihak akademik untuk meningkatkan kualitas pelayanan akademiknya berdasarkan urutan prioritas respon teknis yaitu, lebih sering mengupdate informasi terbaru di website, dosen diberi asisten / pendamping, memberi pelatihan atau workshop untuk dosen, dilakukan review atau penugasan kembali, segera memproses kepentingan mahasiswa pada saat jam kerja. mencari model komunikasi yang tepat antara mahasiswa dan dosen, waktu ketersediaan dosen dan bahasa yang digunakan, menentukan skala prioritas, lebih fokus kepada pengembangan website, dosen memberikan informasi penggantian jadwal sesuai dengan kesepakatan bersama mahasiswa, dan memberi forum diskusi dosen dengan mahasiswa.

B. Saran

1. Berdasarkan pada penelitian ini, atribut dan respon teknis yang direkomendasikan bisa dipertimbangkan sebagai masukan bagi pihak manajemen dan pelayanan akademik guna untuk peningkatan dan pengembangan pelayanan akademik yang diberikan oleh JurusanManajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang agar menjadi lebih baik untuk kedepannya.

2. Untuk penelitian selanjutnya, perlu melakukan penelitan dan perbandingan dengan universitas lain untuk mengetahui bagaimana pelayanan akademik para pesaing.
3. Rutin melakukan survey kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik untuk mengetahui kebutuhan mahasiswa agar dapat melakukan evaluasi secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

Abili, K., Narenji Thani, F., & Afarinandehbin, M. (2012). Measuring university service quality by means of SERVQUAL method. *Asian Journal on Quality*, 13(3), 204–211.

Alfatiyah, Rini.,Apriyanto.(2019). Analisis Kualitas Pelayanan Parkir dengan Metode Servqual, IPA dan QFD Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Pt. Securindo Packatama Indonesia. *JITMI*, 2(2), 106-116.

Altuntas, S., & Kansu, S. (2019). An Innovative and Integrated Approach Based on SERVQUAL, QFD and FMEA for Service Quality Improvement. *Kybernetes*, 49(10), 2419–2453.

Aranningrum, W. (2013). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pegawai dengan Menggunakan Integrasi Metode Importance Performance Analysis (IPA) – Quality Function Deployment (QFD. *Jejaring Administrasi Publik*, *5*(1), 275–282.

Arikunto, S. (2006). Metode Penelitian Kualitatif. In *Bumi Aksara*.

Aryani, D. & Rosita, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 114–126.

Aryani, W. D. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia : Jakarta

Brian Hwarng, H., & Teo, C. (2001). Translating customers' voices into operations requirements - A QFD application in higher education. International. *Journal of Quality & Reliability Management*, 18(2), 195–226.

Cohen, L. (1995). *Quality Fungtion Deployment. How to Make QFD Work for You*. Addison Wisley Publishing : United States of America

Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya : Bandung

Devita Sari, Rizal Manullang, M. (2019). Analisis Integrasi Konsep Servqual Dan Quality Funtion Deployment (QFD) Dalam Rangka Meningkatkan Ekspektasi Konsumen Dan Kualitas Layanan Jasa Transportasi Pt Ganesha