

INTISARI

Menurut Gordon dan Partington (1993) (dalam Benedictus, 2002) lembaga pendidikan yang berkualitas adalah lembaga pendidikan yang mampu menyediakan lingkungan belajar yang dapat membuat mahasiswanya dapat mencapai tujuan pembelajaran secara efektif berdasarkan standar akademik yang baik. Standar akademik yang baik menurut persepsi mahasiswa (selaku konsumen) dan menurut lembaga pendidikan (selaku produsen) tentunya berbeda.

Penelitian ini akan menelaah lebih dalam mengenai factor pembeda persepsi kualitas layanan jasa pendidikan dilihat dari berbagai latar belakang.

Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan arithmetic means, kolmogorov smirnov dan kruskal wallis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa tentang harapan, kinerja, kepentingan dan skor kinerja jasa, dilihat dari indicator berdasarkan pekerjaan orang tua menunjukkan perbedaan yang signifikan. Sedangkan persepsi mahasiswa dilihat dari indicator berdasarkan jenis kelamin, asal daerah, asal SMA, angkatan masuk tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

(Kata Kunci: Persepsi, Kualitas Layanan, Faktor Pembeda)

ABSTRACT

According to Gordon and Partington (1993) (in Benedictus, 2002) qualified education institution is institution which can afford studied environment that can make the student achieve effectively education base on good standard of the academic. The good standard that student said (as Consumer) and education institution (as producent), has different point of view.

This research will more examine about different factor of perception of education service quality from every background.

Analysis that in use is by arithmetic means, kolmogorov smirnov, kruskal wallis. The result of examination will show that student perception about hope, work, importance and service work score, take from indicator base on parents jobs that show significant difference. Beside on that student perception said is from indicator base on gender, native province, senior high school comes from and generation is didn't show significant different.

(Keyword: Perception, Service Quality, Difference Factor)