

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perguruan tinggi merupakan tempat untuk membentuk dan mempersiapkan sumberdaya manusia yang berkualitas melalui proses belajar mengajar. Ascario tahun 1995, mengemukakan bahwa dalam proses belajar mengajar akan melibatkan unsur-unsur yang antara lain:

dosen, mahasiswa, karyawan, orang tua, pemerintah, sarana dan prasarana, serta pihak-pihak lain, yang semua itu akan menentukan keberhasilan perguruan tinggi dalam menghasilkan sarjana-sarjana yang berkualitas yang sesuai dengan tuntutan dan kemajuan jaman.

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 1996a). Menurut Tjiptono (1996a), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dengan mengetahui definisi dari kualitas tersebut maka orientasi perusahaan dalam menghasilkan produk dan jasa berkualitas adalah pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai terhadap kualitas dengan membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.

Pada proses belajar mengajar dilembaga perguruan tinggi yang merupakan Industri jasa, disatu sisi mahasiswa sebagai salah satu pelanggan

internal perguruan tinggi akan selalu berharap untuk mendapatkan kualitas jasa pendidikan (kualitas proses belajar mengajar) yang terbaik dari lembaganya. Mahasiswa selalu berharap untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik dalam segala hal yang berkaitan dengan proses belajar mengajar sehingga mahasiswa bisa lulus dengan cepat dan dengan indeks prestasi yang memuaskan, serta pada akhirnya dapat dengan mudah mendapatkan pekerjaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajemen perguruan tinggi dalam hal pelaksanaan proses belajar mengajar yang berkualitas bagi mahasiswanya, agar dapat menghasilkan sarjana-sarjana yang berkualitas yang dapat menjadi sumberdaya manusia yang handal di era globalisasi.

Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Kualitas yang diserahkan oleh manajemen, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya/kinerja jasa. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah manajemen telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggan.

Perguruan tinggi juga sebagai salah satu organisasi jasa yang bergerak di bidang pendidikan, perlu juga melakukan evaluasi atas kualitas jasa dari mahasiswanya. Evaluasi kualitas jasa pada perguruan tinggi dapat dilakukan

dengan menggunakan dimensi kualitas jasa terdiri dari *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* dan *tangibles* (bukti fisik) (Parasuraman dkk.,1985).

Untuk mengevaluasi kualitas jasa, perguruan tinggi perlu memperoleh informasi tentang jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan melalui pelanggan itu sendiri, dalam hal ini mahasiswa yang sedang mengikuti perkuliahan. Mereka telah memiliki pengalaman mengkonsumsi jasa, karena saat ini mereka sedang menjalani perkuliahan.

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai salah satu fakultas yang ada dilingkungan Universitas Yogyakarta merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang harus bersaing dengan perguruan tinggi negeri dan swasta lainnya khususnya yang berada di wilayah Yogyakarta dalam usaha untuk menghasilkan lulusan yang dapat memenuhi tuntutan pasar.

Bedasarkan pada latar belakang diatas, maka judul yang diangkat pada penelitian ini adalah **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA”**
(Studi kasus pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

B. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis memberi batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh penulis terbatas hanya pada unit pelayanan Perguruan Tinggi Swasta Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Pemakai jasa pelayanan, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas jasa (*Reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.
2. Faktor apa yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.
 2. Mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
-

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan evaluasi bagi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam meningkatkan pelayanan pada Mahasiswa.

2. Bagi penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran pada khususnya, sekaligus dapat menerapkan teori-teori tentang perekonomian yang diperoleh di bangku kuliah.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.
