

**PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA PRODI MANAJEMEN PADA
SERVICE QUALITY TERHADAP NIAT REKOMENDASI DI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh

Ivonne Patrica

2015120019

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**(Terakreditasi berdasarkan keputusan BAN-PT No. 2011/SK/BAN-
PT/Akred/S/VII/2018)**

BANDUNG

2020

**THE EFFECT OF MANAGEMENT STUDENTS' PERCEPTION ON
SERVICE QUALITY TOWARDS RECOMMENDATION INTENTIONS
AT PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Management

By :
Ivonne Patrica
2015120019

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY FACULTY OF
ECONOMICS MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

**(Accredited based on the Decree of BAN-PT No. 2011/SK/BAN-
PT/Akred/S/VII/2018) BANDUNG**

2020

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA PRODI MANAJEMEN PADA
SERVICE QUALITY TERHADAP NIAT REKOMENDASI DI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

Oleh:

Ivonne Patrica

2015120019

Bandung, Juli 2020

Ketua Program Studi Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Ivonne Patrica
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 03 November 1997
NPM : 2015120019
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

Pengaruh Persepsi Mahasiswa Prodi Manajemen pada *Service Quality* Terhadap Niat Rekomendasi di Universitas Katolik Parahyangan. Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE.

SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UUNo.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal:

Pembuat pernyataan: 28 Juli 2020



(Ivonne Patrica)

ABSTRAK

Niat rekomendasi dinilai memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi persepsi orang lain terhadap suatu produk maupun jasa. Niat rekomendasi pun dirasa penting dalam mengukur sejauh mana loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Hal ini pun berlaku bagi salah satu kampus yang terletak di Bandung, yakni Universitas Katolik Parahyangan.

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana niat rekomendasi mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dan pada penelitian awal didapat 18 dari 20 mahasiswa manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang memilih pasti tidak merekomendasikan dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Universitas Katolik Parahyangan belum maksimal.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pengambilan sampel menggunakan *judgement sampling* sebanyak 100 orang mahasiswa manajemen angkatan 2015 yang berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.

Dari hasil analisis data yang dilakukan dapat diketahui jika kualitas pelayanan dapat mempengaruhi niat rekomendasi. Pada penelitian ini ditemukan 3 dimensi yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat rekomendasi yaitu, dimensi *tangibility*, *reliability*, dan *responsiveness*.

Kata kunci: *service quality*, niat rekomendasi, Universitas Katolik Parahyangan.

ABSTRACT

Intention to recommend is considered to have critical roles in effecting other people's perception about product or service. Intention to recommend is also important in measuring the customer's loyalty towards the company. It is also applied to one university in Bandung, that is Parahyangan Catholic University.

In this research, the researcher wants to know how the students' intention to recommend and in the beginning of the research, it is obtained 18 out of 20 Management Programme students who chose not to recommend because the service quality that were served hasn't been maximum.

Research method used is descriptive method with sample extraction using judgement sampling from 100 students of class 2015.

From the data analysis process, it is known that the service quality gives an impact to intention to recommend. In this research, it is found that there are 3 dimensions that effect significantly towards intention to recommend, those are tangibility, reliability, and responsiveness dimension.

Keywords: service quality, intention to recommend, Parahyangan Catholic University.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat kasih dan anugrah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi (Prodi Manajemen 2015) Pada Service Quality terhadap Niat Rekomendasi di Universitas Katolik Parahyangan”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan karena terbatasnya wawasan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki sehingga skripsi ini masih jauh daripada sempurna. Penulis juga menyadari bahwa proses pengerjaan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya doa, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ricky Saputra dan Santy selaku orang tua dari penulis yang selalu mendoakan, menyemangati, dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan berbagai jenjang pendidikan sampai jenjang Strata Satu (S1) ini dengan baik dan lancar.
2. Craven Sachio Saputra, selaku adik dari penulis yang selalu mendukung dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan studi S1.
3. Budi Saputra dan Lina selaku kakek dan nenek dari penulis yang selalu mendukung dari segi moril maupun materil dalam kehidupan penulis.
4. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE. selaku dosen pembimbing yang penulis hormati. Terima kasih atas segala bantuan, arahan, masukan, motivasi serta waktu dan tenaga yang telah diberikan selama membimbing penulis.
5. Dr. Istiharini, CMA. yang penulis hormati sebagai Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Dr. F.X. Supriyono, Drs., M.M. selaku dosen wali yang membantu dan memberikan saran agar penulis dapat lulus dengan tepat waktu.

7. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya yang sangat bermanfaat bagi penulis untuk diaplikasikan di masa yang akan datang.
8. Liana Rosiana, Elisabeth Josephine, Megah Putri Oktavianus, dan Caroline Deviyanti sebagai teman sepermainan penulis yang selalu menyemangati, mendukung, membantu, mendengarkan keluhan dan curhatan penulis, memberikan nasihat, bermain, belajar, dan berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Vania Vincentia sebagai teman dekat penulis yang selalu menyemangati, mendukung, membantu, mendengarkan curhatan dan keluhan, dan berjuang bersama penulis agar bisa lulus bersama.
10. Irina Marvel, Melisa Yuliana, Nadya Putri, dan Dave Ringo sebagai teman penulis yang selalu mendoakan dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Felina Nathania, Cecilia Christanti, Gladys Irawan, Chandra Wijaya, Elvina Felicia, Annebelle Limarga, Marisha Bianca, dan Alvin Christian sebagai teman penulis yang telah membantu dan menyemangati penulis agar penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Cindy Melisa sebagai teman seperjuangan beda kota dan kampus yang telah menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Felicia Halim sebagai teman dekat penulis yang selalu mendengarkan curhatan dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.
14. Seluruh teman dan keluarga yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, tetapi telah menyemangati, mendukung, membantu, menghibur, dan menemani penulis baik selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan peformanya dan bagi para pembaca untuk menambah wawasan serta referensi untuk penelitian selanjutnya. Akhir kata, terima

kasih atas semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.

Bandung, 14 Januari 2020

Penulis,

Ivonne Patrica

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.6 Hipotesis	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Persepsi.....	10
2.2 Mahasiswa	11
2.3 <i>Service Quality</i>	11
2.3.1 Dimensi <i>Service Quality</i>	12
2.3.2 <i>Service Quality</i> di Perguruan Tinggi	18
2.4 Niat Rekomendasi.....	23
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	24
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	24
3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3 Variabel dan Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	28
3.5.1 Pengolahan Data Secara Kuantitatif (<i>Multiple & Simple Regression Analysis</i>)	28
3.6 Pengukuran Variabel	30
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	31

3.8. Objek Penelitian	32
3.8.1. Unit Analisis.....	32
3.8.2. Profil Perusahaan.....	32
BAB 4 HASIL PEMBAHASAN	35
4.1. Analisa Kualitatif Variabel X (<i>Service Quality</i>)	35
4.1.1. Analisis Persepsi Mahasiswa pada Dimensi <i>Tangible</i> (X1)	35
4.1.2. Analisis Persepsi Mahasiswa pada Dimensi <i>Emphaty</i> (X2)	37
4.1.3. Analisis Persepsi Mahasiswa pada Dimensi <i>Reliability</i> (X3).....	38
4.1.4. Analisis Persepsi Mahasiswa pada Dimensi <i>Assurance</i> (X4).....	40
4.1.5. Analisis Persepsi Mahasiswa pada Dimensi <i>Responsiveness</i> (X5)	41
4.2. Analisis Kualitatif Variabel Y (Niat Rekomendasi Mahasiswa)	42
4.3. Analisa Kuantitatif	43
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	43
4.3.1.1 Uji Normalitas untuk Regresi Berganda Variabel X Terhadap Variabel_Y	43
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas untuk Regresi Berganda Variabel X Terhadap Variabel Y	45
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas untuk Regresi Berganda Variabel X Terhadap Variabel Y	47
4.3.2 Uji Analisis Model Regresi Berganda	49
4.3.1.1 Analisis Model Regresi Berganda X (X1, X2, X3, X4, X5) Terhadap Y	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	1-1
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Persepsi Mahasiswa Jurusan Manajemen di UNPAR.....	2
Tabel 2.1. 10 Dimensi <i>Service Quality</i>	13
Tabel 2.2. 10 Dimensi <i>Service Quality</i>	14
Tabel 2.3. Teori Dimensi <i>Service Quality</i> Menurut Jurnal	16
Tabel 2.4. Dimensi <i>Service Quality</i> di Perguruan Tinggi	20
Tabel 2.5. Teori Dimensi <i>Service Quality</i> di Perguruan Tinggi Menurut Jurnal	21
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel.....	26
Tabel 3.2. Tabel Pertanyaan Niat Rekomendasi	31
Tabel 3.3. Tabel hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.1. Analisa Kualitatif Variabel X (<i>Service Quality</i>)	35
Tabel 4.2. Analisis Persepsi Mahasiswa pada Dimensi <i>Emphaty</i> (X2).....	37
Tabel 4.3. Persepsi Mahasiswa Terhadap Tingkat Kinerja Dimensi <i>Reliability</i> di Universitas Katolik Parahyangan	38
Tabel 4.4. Persepsi Mahasiswa Terhadap Tingkat Kinerja Dimensi <i>Assurance</i> di Universitas Katolik Parahyangan	40
Tabel 4.5. Persepsi Mahasiswa Terhadap Tingkat Kinerja Dimensi <i>Responsiveness</i> di Universitas Katolik Parahyangan	41
Tabel 4.6. Persepsi Mahasiswa Terhadap Dimensi Niat Rekomendasi di Universitas Katolik Parahyangan	42
Tabel 4.7. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnof	45
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Glejser.....	48
Tabel 4.10. Variabel Entered/Removed Variabel X	49
Tabel 4.11. Hasil Metode Stepwise (<i>Excluded Variables</i>).....	50
Tabel 4.12. Model Summary Variabel X Terhadap Y	50
Tabel 4.13. ANOVA (F-Test) Variabel X Terhadap Y.....	51
Tabel 4.14. Coefficients (T-Test) Variabel X Terhadap Y.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Artikel Mengenai Masalah WiFi UNPAR	4
Gambar 1.2. Keluhan Beberapa Fasilitas yang Ada di UNPAR.....	5
Gambar 1.3. Model Konseptual / Kerangka Konseptual	8
Gambar 2.1. Proses Terjadinya Persepsi.....	10
Gambar 3.1. Universitas Katolik Parahyangan	32
Gambar 3.2. Lambang Universitas Katolik Parahyangan	34
Gambar 4.1. Histogram Kepuasan Konsumen.....	44
Gambar 4.2. Hasil Uji P-plot.....	44
Gambar 4.3. Scatterplot Kepuasan Konsumen	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket Penelitian: Universitas Katolik Parahyangan

Lampiran 2: Tabulasi Data

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan kebudayaan (Ikhsan, 2003:2). Disamping itu, pendidikan memiliki peran yang sangat penting untuk menyiapkan SDM (Sumber Daya Manusia) bagi pembangunan bangsa dan negara. Maka dari itu, pendidikan secara informal telah ditanamkan sejak dini oleh orang tua di dalam keluarga dan pendidikan secara formal oleh guru di sekolah. Setelah lulus dari jenjang pendidikan sekolah menengah atas, rata-rata orang tua akan mendaftarkan anak-anaknya untuk memasuki jenjang perkuliahan.

Pemilihan perguruan tinggi sangatlah penting sehingga perlu adanya pencarian informasi sebelum menentukan perguruan tinggi mana yang akan dipilih. Pada umumnya, calon mahasiswa akan memilih universitas berdasarkan informasi yang didapat baik melalui iklan maupun opini dari orangtua, kerabat, teman dekat, alumni, dan lainnya. Oleh karena itu, niat rekomendasi memiliki peran penting bagi calon mahasiswa untuk menentukan universitas yang akan dipilih.

Selain itu, niat rekomendasi memiliki peran penting untuk mengukur sejauh mana loyalitas konsumen terhadap perusahaan dan niat rekomendasi dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap suatu produk maupun jasa. Pada saat ini, konsumen bahkan dapat membagikan pengalaman mereka melalui unggahan di media sosial yang tentu dapat mempengaruhi persepsi lebih banyak orang tanpa saling mengenal terlebih dahulu.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan *preliminary research* terhadap 20 orang mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2015 di Universitas Katolik Parahyangan. Akan tetapi, terdapat 18 orang mahasiswa yang memilih pasti tidak untuk merekomendasikan Universitas Katolik Parahyangan. Penulis pun menggali lebih lanjut alasan mengapa mereka tidak bersedia merekomendasikan Universitas Katolik Parahyangan dan ditemukan beberapa alasan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Persepsi Mahasiswa Jurusan Manajemen di UNPAR

<p>Dimensi Service Quality</p>	<p>Persepsi Mahasiswa Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan</p>
<p><i>TANGIBLE</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Toilet kurang bersih pada beberapa lantai tertentu • Perlengkapan yang ada di toilet kurang lengkap • Tampilan gedung tidak menarik karena sudah lama tidak pernah di renovasi • Lahan parkir sempit khususnya untuk lahan parkir mobil • Kantin kurang bersih dan kurang luas • Jumlah meja dan kursi yang ada di kantin kurang banyak dan banyak yang sudah harus diperbaiki • Tombol lift untuk naik dan turun yang ada pada beberapa lantai tidak dapat berfungsi • Perlengkapan yang ada di toilet seringkali tidak di refill seperti tissue dan sabun • Aqua yang disediakan seringkali tidak di refill • Wi-Fi yang ada di UNPAR kadang tidak bisa diakses terutama untuk pengguna laptop sulit untuk mengakses Wi-Fi UNPAR
<p><i>EMPHATY</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cara pengajaran yang masih <i>based on book</i> sedangkan pada saat ini metode pembelajaran lebih ke arah praktik • Informasi yang diberikan oleh beberapa dosen terkadang kurang jelas (contoh: ketika mahasiswa bertanya akan tetapi jawaban yang diberikan dosen tidak dapat menjawab pertanyaan mahasiswa)

Dimensi Service Quality	Persepsi Mahasiswa Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan
<i>RELIABILITY</i>	<ul style="list-style-type: none"> • IDE UNPAR yang dibuat untuk mempermudah mahasiswa dalam mengerjakan tugas dan quiz terkadang tidak berfungsi secara optimal • Informasi yang diberikan oleh tata usaha/dosen kadang tidak akurat
<i>ASSURANCE</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya keamanan pada lahan parkir yang ada di UNPAR • Informasi yang diberikan oleh beberapa dosen terkadang kurang jelas (contoh: ketika mahasiswa bertanya akan tetapi jawaban yang diberikan dosen tidak dapat menjawab pertanyaan mahasiswa)
<i>RESPONSIVENESS</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dosen sulit untuk ditemukan saat diluar waktu mengajar (walaupun telah membuat janji sebelumnya) • Belum adanya tindakan perbaikan Wi-Fi

Sumber: hasil olahan penulis

Universitas Katolik Parahyangan merupakan salah satu universitas swasta terbaik di Kota Bandung dan telah memiliki citra yang baik di masyarakat. Salah satu upaya untuk menjaga nama baik Universitas Katolik Parahyangan adalah dengan memberikan kualitas jasa yang baik dan optimal. Dampak yang muncul dengan memberikan kualitas jasa yang baik dan optimal adalah adanya peningkatan niat rekomendasi yang tentu saja dapat menguntungkan bagi Universitas Katolik Parahyangan. Namun, dari hasil *preliminary research* yang penulis lakukan ditemukan bahwa *service quality* yang diberikan oleh Universitas Katolik Parahyangan masih belum maksimal sehingga niat rekomendasi pun masih rendah.

Menurut (Kotler & Keller, 2007), niat rekomendasi merupakan keinginan konsumen untuk melakukan komunikasi atas suatu produk atau jasa tertentu yang berguna untuk memberikan informasi secara personal. Hal ini memberi dampak positif bagi Perguruan Tinggi untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa dan untuk menarik minat calon mahasiswa yang akan mendaftarkan dirinya di Perguruan Tinggi. Selain melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan, penulis pun melakukan observasi. Penulis menemukan beberapa keluhan melalui artikel pendukung sebagai berikut:

Gambar 1.1
Artikel Mengenai Masalah WiFi UNPAR

79 DARI 111 Access Point Telah Usang, WiFi Unpar Tidak Bekerja Optimal

5-6 minutes

STOPPRESS, MP – Keluhan mahasiswa Unpar mengenai keterbatasan akses dan lambatnya internet sudah ditampung oleh Badan Teknologi dan Informasi (BTI) sejak tahun lalu. WiFi Unpar tidak bekerja optimal karena 79 dari 111 access point Unpar sudah selayaknya diganti. Dana yang besar menjadi hambatan pergantian access point yang dapat memaksimalkan WiFi Unpar.

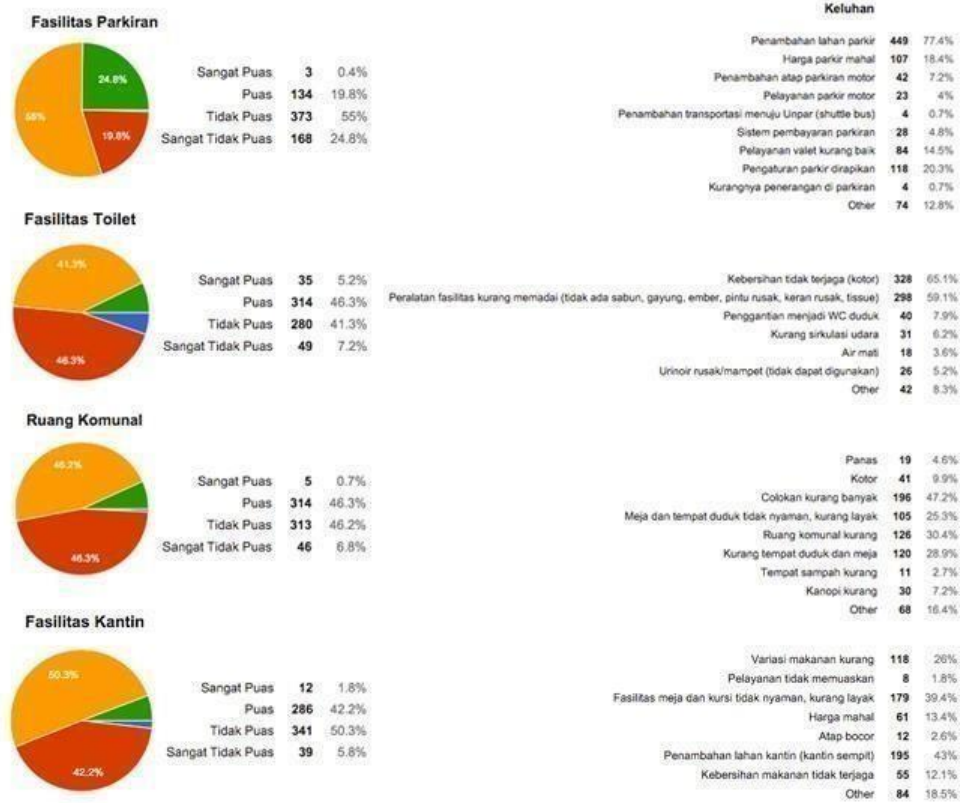
Berdasarkan hasil survei Aku Mau Bersuara (Kumur) yang diadakan oleh divisi pengembangan masyarakat HMPSIHI, sebanyak 66,67 % mahasiswa HI Unpar berpendapat wifi menjadi fasilitas yang perlu ditingkatkan. Survei yang terjadi pada pertengahan bulan Oktober lalu, diadakan selama dua hari. Nydia Anjani, selaku koordinator divisi pengembangan masyarakat HMPSIHI mengatakan bahwa terdapat 120 koresponden yang berpartisipasi dalam survei tersebut.

Sumber: <https://mediaparahyangan.com/79-dari-111-access-point-telah-usang-wifi-UNPAR-tidak-bekerja-optimal/2018/11/>

Artikel pada Gambar 1.1 tersebut menceritakan bagaimana WiFi UNPAR telah usang sehingga tidak dapat digunakan secara optimal. Dikarenakan dari 111 *access point* yang ada 79 diantaranya sudah selayaknya untuk diganti karena 79 Wi-Fi yang

diinstalasi di UNPAR merupakan hasil instalasi sekitar 8 tahun yang lalu dimana 79 *access point* tersebut telah kadaluarsa. Hal ini menyebabkan banyaknya mahasiswa yang melakukan komplain kepada pihak UNPAR akan tetapi hingga saat ini tidak ada penindakan yang lebih lanjut.

Gambar 1.2
Keluhan Beberapa Fasilitas yang Ada di UNPAR



Sumber: <https://pm.UNPAR.ac.id/kajian-dan-olah-aspirasi/>

Data diatas merupakan data yang diambil melalui kuesioner berupa angket yang dilakukan oleh Lembaga Kepresidenan Mahasiswa UNPAR. Data tersebut diambil pada tahun 2015 dimana hasil dari aspirasi tersebut menyatakan bahwa fasilitas lahan parkir, toilet, ruang komunal dan kantin yang ada di UNPAR tidak memuaskan.

Dari hasil *preliminary research* yang telah dilakukan oleh penulis dan didukung oleh data-data yang penulis temukan selama melakukan observasi tersebut meyakinkan penulis bahwa Universitas Katolik Parahyangan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan dibuatnya penelitian ini, penulis berharap pihak Universitas Katolik Parahyangan akan mendapatkan saran yang tepat untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya dan penulis pun berharap agar

hasilnya nanti dapat digunakan untuk membuat Universitas Katolik Parahyangan menjadi lebih baik lagi. Pada akhirnya, peneliti merumuskan judul “**Pengaruh Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi (Prodi Manajemen 2015) Pada *Service Quality* terhadap Niat Rekomendasi di Universitas Katolik Parahyangan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa manajemen 2015 pada *service quality* di UNPAR?
2. Bagaimana niat rekomendasi mahasiswa manajemen 2015 di UNPAR?
3. Bagaimana pengaruh persepsi mahasiswa manajemen 2015 pada *service quality* terhadap niat rekomendasi di UNPAR?
4. Bagaimana besar pengaruh masing-masing dimensi terhadap niat rekomendasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui persepsi mahasiswa manajemen 2015 pada *service quality* di UNPAR.
2. Mengetahui niat rekomendasi mahasiswa manajemen 2015 di UNPAR
3. Mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa manajemen 2015 pada *service quality* terhadap niat rekomendasi di UNPAR.
4. Mengetahui besar pengaruh masing-masing dimensi terhadap niat rekomendasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan kepada pihak-pihak terkait. Adapun kegunaan yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Bagi Penulis
Menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima ke dalam penelitian

yang sebenarnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa pada *service quality* yang diberikan perusahaan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan atau memperbaiki kinerja perusahaan yang akan berdampak pada niat rekomendasi.

1.5 Kerangka Pemikiran

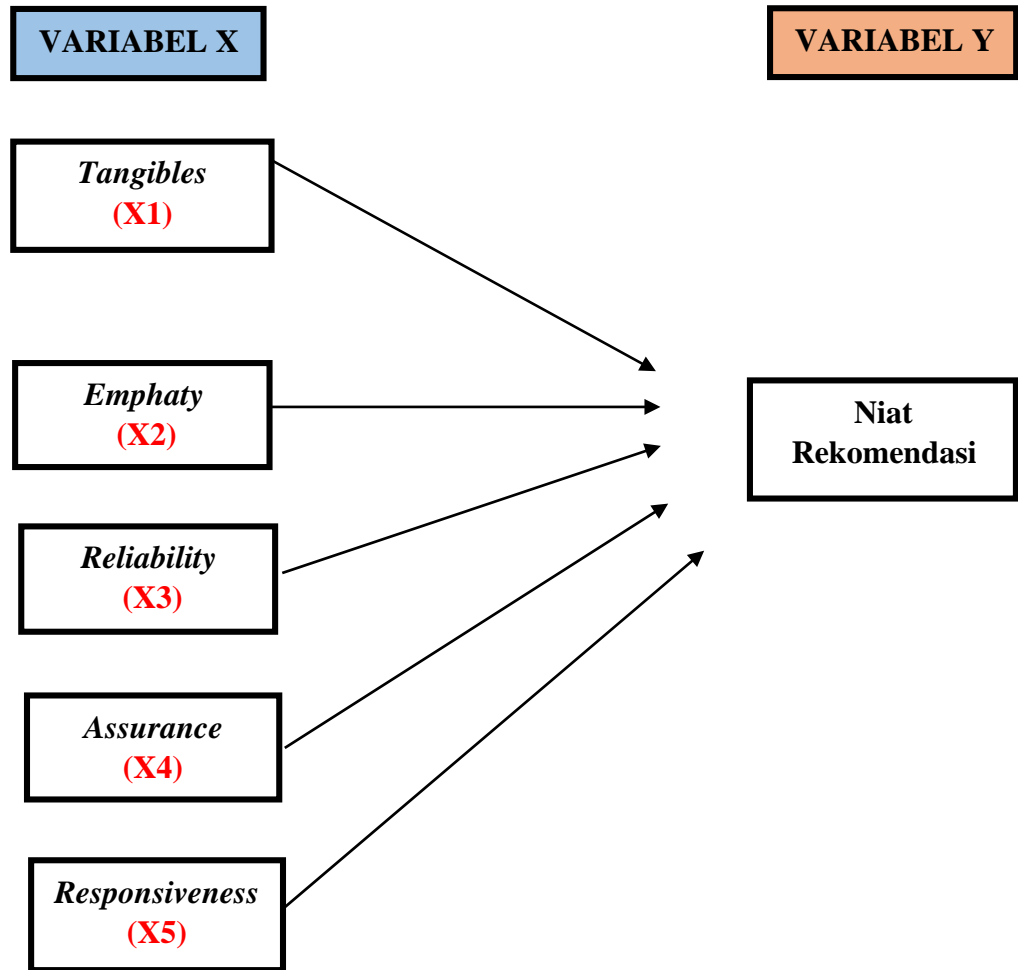
Kunci utama yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa merupakan kualitas pelayanan dengan dimensi TERAR (*Tangible, Emphaty, Reliability, Assurance, Responsiveness*) pada fasilitas-fasilitas yang disediakan pada lembaga pendidikan tersebut. Dengan kualitas pelayanan yang baik dari sebuah lembaga pendidikan, diyakini dapat membuat mahasiswa untuk merekomendasikan lembaga pendidikan tersebut.

Jika Universitas Katolik Parahyangan ingin mahasiswanya untuk merekomendasikan UNPAR, maka dalam penelitian ini saya menggunakan teori *service quality* agar kedepannya Universitas Katolik Parahyangan dapat menjadi lebih baik dan niat rekomendasi terhadap UNPAR pun dapat meningkat.

Seperti yang telah disebutkan di paragraf sebelumnya, terdapat 5 dimensi dalam *service quality* pada perguruan tinggi menurut Leonnard (2017):

1. *Tangibles*: berkaitan dengan kondisi fisik dan ketersediaan fasilitas dan sumber daya manusia.
2. *Reability*: berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan
3. *Responsiveness*: berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
4. *Assurance*: berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan karyawan penyedia layanan
5. *Empathy*: berkaitan dengan perhatian pribadi yang diberikan oleh penyedia layanan kepada konsumen

Gambar 1.3
Model Konseptual / Kerangka Konseptual



Sumber: Data Olahan Penulis

1.6 Hipotesis

Berdasarkan penguraian diatas dan model penelitian, maka hipotesis penelitian yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

“ Terdapat pengaruh positif persepsi mahasiswa manajemen (angkatan 2015) pada *service quality* terhadap niat rekomendasi di Universitas Katolik Parahyangan. ”