

ABSTRAKSI

SRI HESTI – 44305110059

KEPUASAN PELANGGAN UNIVERSITAS MERCU BUANA

(xvi-154 halaman; 20 referensi 1989-2007; 46 tabel; 3 gambar; 1 grafik, 1 diagram, 5 lampiran)

Persaingan perguruan tinggi swasta di Indonesia semakin ketat. *Over supply* pun terjadi. Salah satu cara agar tetap bertahan adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian ini ingin melihat peta kepuasan pelanggan serta kesenjangan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan Fikom UMB.

Pengukuran kepuasan pelanggan didasarkan atas kualitas pelayanan (*service quality*) dengan menggunakan model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Model ini menegaskan bahwa bila *attribute performance* meningkat lebih besar dari pada *expectation* atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya. Sementara konsep kepuasan pelanggan diambil dari definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler, yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan performa dengan harapan-harapannya.

Analisa data menggunakan *Important-Performance Analysis* dengan menggabungkan pengukuran factor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dituangkan dalam diagram kartesius. Pengukuran dilakukan terhadap 5 (lima) dimensi kualitas jasa, yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati serta bukti fisik dengan 33 (tiga puluh tiga) indikator pengukuran.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan Fikom UMB. Skor rata-rata tingkat kepentingan 4,5 dan skor rata-rata tingkat kepuasan 3,7 dari skala 1-5. Adapun tingkat kesesuaian mencapai 80,63% dari total 100%. Peta kepuasan yang melalui diagram kartesius menggambarkan indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebar di empat kuadran serta terdapat pula pada titik sentral rata-rata dan pada garis vertical serta horizontal rata-rata.

Rekomendasi praktis, terus ditingkatkannya kualitas pelayanan terutama bukti fisik yang merupakan tingkat kepentingan tertinggi dari mahasiswa. Peningkatan kemampuan karyawan administrasi juga harus menjadi salah satu prioritas utama. Selain itu, merubah paradigma berfikir mahasiswa mengenai pentingnya membangun sebuah iklim belajar yang dinamis dan interaktif. Terakhir, perlu dilakukan peninjauan terhadap kualitas dan proses penerimaan mahasiswa baru.

Rekomendasi akademis dari peneliti adalah adanya penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih detail tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesediaan mahasiswa dalam melakukan *word of mouth communications*.