



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
ADMISI DAN PROMOSI UNIVERSITAS BAKRIE**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
ARIES WIWIT HANDAYANI

55313120027

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
ADMISI DAN PROMOSI UNIVERSITAS BAKRIE**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Pada Program Magister Teknik Industri**

ARIES WIWIT HANDAYANI

55313120027

PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016

PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisis Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Admisi Dan Promosi Universitas Bakrie
Nama : Aries Wiwit Handayani
N I M : 55313120027
Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Industri
Tanggal : 21 Januari 2016

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Lien Herliani Kusumah, M.T.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur
Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua
Program Studi Magister Teknik Industri



(Dr. Lien Herliani Kusumah, M.T.)

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Admisi Dan Promosi Universitas Bakrie
Nama : Aries Wiiwt Handayani
N I M : 55313120027
Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Industri
Tanggal : 21 Januari 2016

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Teknik Industri Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2016



Aries Wiwit Handayani

PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS

Tesis S2 yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di perpustakaan Universitas Mercu Buana, Kampus Menteng, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh tesis haruslah seizin Direktur Program Pascasarjana UMB.



KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis haturkan atas segala nikmat karunia yang Allah SWT berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Shalawat serta salam kesejahteraan tidak lupa selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW sebagai pembawa risalah akhir zaman.

Dalam perjalanan penyusunan tesis ini, penulis telah melewati banyak tahapan yang menyebabkan penulis harus berhubungan dengan banyak pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini banyak pihak yang telah membantu, sehingga penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Lien Herliani Kusumah, M.T., selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Magister Teknik Industri, terima kasih atas masukan dan bimbingannya.
2. Dr. Sawarni Hasibuan, M.T. selaku penguji 1, terima kasih atas masukannya.
3. Dr. Hernadewita selaku penguji 2, terima kasih atas saran dalam penelitian saya.
4. Jajaran manajemen Universitas Bakrie yang telah mengizinkan penelitian ini dilaksanakan di Universitas Bakrie.
5. Ibu Rochyati dan Mas Calvin Sine selaku anggota *forum discussion* dalam penyusunan tesis ini.
6. Team Admisi dan Promosi Universitas Bakrie, terima kasih atas kerjasamanya
7. Keluarga Besar Martowiyono dan Sudiyono, dukungan moral yang sangat membantu saya untuk segera menyelesaikan tesis ini.
8. Teman-teman seperjuangan MTI-14 Menteng, “masuk sama-sama, keluar sama-sama” saling mendukung dan mengingatkan.
9. Sahabat-sahabat jauh saya namun dekat di hati, terima kasih atas *support-nya*.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan sumbangsuhnya untuk kelancaran tesis ini.

Semoga Allah memberikan balasan dengan yang lebih baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang dapat menyempurnakan sangat penulis harapkan dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Februari 2016

Aries Wiwit Handayani



ABSTRACT

Approach to discover customer expectations is needed to improve the competitiveness of the university. This study aims to determine the characteristics of services which do not satisfy customer expectations and provide advice on improving service quality Admission and Promotion Bureau Universitas Bakrie. This research used ServQual method to measure customer expectations and perceptions. Information was gathered by a questionnaire with Likert scale. Proceed with observation and interviews with Universitas Bakrie management to analyze of the Quality Function Deployment (QFD) by the House of Quality (HOQ) first stage. The results show that 17 indicators in five dimensions ServQual have greater customer expectations of perception. Dimensions tangibles on the first rank of customer dissatisfaction. Generally, the service characteristics in Admission and Promotion Bureau did not meet customer expectations include unoptimal the use of communications technology, registration facilities were inadequate, and service staff Admission and Promotion Bureau did not maximal yet. Then followed sequentially reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The main recommendation in this research is the provision of adequate communication tools to cut the distance between the consumer and Admission and Promotion Bureau and internal member Admission and Promotion Bureau. The findings in this research may help management to enhance service quality to increase customer satisfaction.

Key words: quality, service, admission and promotion, ServQual, QFD, HOQ



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing universitas, diperlukan pendekatan untuk mengetahui harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan karakteristik pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan dan memberikan saran tentang peningkatan kualitas pelayanan Bagian Admisi dan Promosi Universitas Bakrie. Metode yang digunakan adalah ServQual untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Informasi dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert. Kemudian dilanjutkan dengan observasi dan wawancara dengan pihak manajemen untuk analisis *Quality Function Deployment* (QFD) dengan *House of Quality* (HOQ) tahap pertama. Hasil penelitian ini adalah sejumlah 17 indikator dalam 5 dimensi ServQual menunjukkan harapan pelanggan lebih besar dari persepsi. Dimensi bukti langsung menempati urutan pertama ketidakpuasan pelanggan. Kemudian disusul secara berurutan kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Secara umum karakteristik pelayanan di Bagian Admisi dan Promosi yang belum memenuhi harapan pelanggan meliputi penggunaan teknologi komunikasi yang belum optimal, fasilitas pendaftaran yang belum memadai, dan pelayanan staf Bagian Admisi dan Promosi yang belum maksimal. Rekomendasi utama dalam penelitian ini adalah penyediaan alat komunikasi yang memadai untuk mendekatkan antara konsumen dan staf Bagian Admisi dan Promosi maupun sesama staf Bagian admisi dan Promosi. Temuan dalam penelitian ini dapat membantu manajemen dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas, pelayanan, admisi dan promosi, ServQual, QFD, HOQ



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TESIS	ii
PERNYATAAN	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4. Asumsi Dan Pembatasan Masalah.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teori.....	6
2.1.1. Kualitas Pelayanan	6
2.1.2. Kepuasan pelanggan.....	8
2.1.3. Total Quality Management (TQM).....	11
2.1.4. Quality Function Deployment (QFD)	13
2.1.5. Promosi dan Admisi Universitas.....	22

2.2	Kajian Pelitian Sebelumnya	24
2.3	Kerangka Berpikir	25
BAB III METODOLOGI		27
3.1.	Desain Penelitian	27
3.2.	Kebutuhan Data dan Informasi.....	29
3.2.1.	Konsep Variabel Penelitian	29
3.2.2.	Operasional Variable Penelitian	29
3.2.3.	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.	Metode Pengumpulan Data	32
3.4.	Populasi dan Sampel.....	35
3.5.	Metode Analisis Data	36
BAB IV DATA DAN HASIL.....		39
4.1.	Uji Validitas.....	39
4.2.	Uji Reliabilitas.....	40
4.3.	Analisis <i>Gap</i>	41
4.4.	Analisis <i>House of Quality</i> (HOQ)	42
4.4.1.	Mengumpulkan Suara Konsumen (<i>Voice of Customer</i>).....	42
4.4.2.	Menentukan derajat kepentingan relatif atribut jasa pelayanan	43
4.4.3.	Menentukan kinerja atribut jasa pelayanan.....	44
4.4.4.	Menghitung nilai target atribut jasa (<i>goals</i>).....	47
4.4.5.	Menentukan rasio perbaikan	47
4.4.6.	Menentukan <i>sales point</i>	49
4.4.7.	Menentukan bobot taribusat jasa	50
4.4.8.	Menentukan normalisasi atribut jasa.....	51
4.4.9.	Membuat <i>Technical Response</i>	52

4.4.10. Membuat Hubungan Antara Parameter Teknik Dengan Suara Konsumen.....	53
4.4.11. Membuat <i>Technical Correlation</i> Antar <i>Technical Response</i>	57
4.4.12. Membuat Daftar Target untuk <i>Technical Response</i>	58
BAB V PEMBAHASAN	60
5.1. Temuan Utama	60
5.1.1. Karakteristik Kualitas Pelayanan di Bagian Admisi dan Promosi..	60
5.1.2. Perbaikan Kualitas Pelayanan di Bagian Admisi dan Promosi.....	62
5.2. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya.....	65
5.3. Implikasi Industri.....	66
5.4. Keterbatasan Penelitian	69
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1. Kesimpulan.....	70
6.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	121

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan	Arti
HOQ	<i>House of Quality</i>	Diagram matriks, menyerupai rumah yang digunakan untuk menentukan hubungan antara keinginan konsumen dan perusahaan/kemampuan produk.
QFD	<i>Quality function deployment</i>	Suatu alat kualitas yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam karakteristik dan features dari produk (barang dan/atau jasa). Seringkali mencakup pula bagaimana melihat pesaing menawarkan karakteristik dan features dari produk yang sama itu.
ServQual	<i>Service Quality</i>	Kualitas Pelayanan; Salah satu metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.
VoC	<i>Voice of Customer</i>	Suatu istilah yang digunakan untuk melambangkan proses mencari tahu apa yang sebenarnya diinginkan atau diharapkan oleh konsumen mengenai suatu produk.

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Arti
<i>Benchmarking</i>	Studi proses atau sistem dari unit atau perusahaan lain untuk dibandingkan dengan unit atau perusahaan kita agar dapat diadopsi praktek terbaik dari yang terbaik.
Biro Admisi dan Promosi	Bagian dari sebuah universitas yang menangani pendaftaran mahasiswa baru, mulai dari promosi sampai dengan pemberkasan.
Kepuasan pelanggan	Memenuhi atau melebihi kebutuhan pelanggan.
Reliabilitas	Kemampuan suatu item untuk berfungsi di bawah kondisi yang dinyatakan (kondisi tertentu) selama periode waktu yang dinyatakan pula (periode waktu tertentu).
Validitas	Sifat benar menurut bahan bukti yang ada, logika berpikir, atau kekuatan hukum; sifat valid; kesahihan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Customer</i> di Perguruan Tinggi (Quinn <i>et al</i> , 2014).....	8
Tabel 2.2	<i>Improvement ratio</i> (Cohen, 1995).....	17
Tabel 2.3	<i>Sales Point</i> (Cohen, 1995).....	17
Tabel 2.4	Simbol dan Nilai Matrik Interaksi.....	18
Tabel 2.5	Simbol Interaksi Parameter Interaksi.....	19
Tabel 2.6	Penelitian sebelumnya tentang <i>service quality</i>	24
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Turunannya.....	30
Tabel 3.2	Harapan dan Persepsi Calon Mahasiswa terhadap kualitas layanan bagian Admisi dan Promosi.....	34
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Harapan.....	39
Tabel 4.2	Hasil uji Validitas Persepsi.....	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Harapan.....	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi.....	41
Tabel 4.5	<i>Gap</i> Harapan dan Persepsi.....	41
Tabel 4.6	Suara Konsumen.....	43
Tabel 4.7	Derajat Kepentingan Relatif Atribut Jasa Pelayanan.....	45
Tabel 4.8	Kinerja Atribut Jasa Pelayanan.....	46
Tabel 4.9	Nilai Target Pelayanan Admisi dan Promosi.....	47
Tabel 4.10	Rasio Perbaikan Atribut Jasa Pelayanan Admisi dan Promosi.....	48
Tabel 4.11	Persepsi <i>Sales Point</i> Atribut Pelayanan Admisi dan Promosi.....	49
Tabel 4.12	Bobot Atribut Jasa Admisi dan Promosi.....	50
Tabel 4.13	Normalisasi Bobot Atribut Jasa Admisi dan Promosi.....	51
Tabel 4.14	<i>Technical Responses</i>	52
Tabel 4.15	Interaksi Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik (dalam simbol).....	54
Tabel 4.16	Nilai Parameter Teknik.....	55
Tabel 4.17	Kepentingan Relatif Parameter Teknik.....	56

Tabel 4.18	Prioritas Kepentingan Relatif Parameter Teknik.....	56
Tabel 4.19	Daftar Target untuk <i>Technical Response</i>	59
Tabel 5.1	Karakteristik Pelayanan Admisi dan Promosi.....	60
Tabel 5.2	Urutan <i>Gap</i> Suara konsumen.....	61
Tabel 5.3	<i>Gap</i> Dimensi Kualitas.....	62
Tabel 5.2	Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pendaftar Mahasiswa Baru Universitas Bakrie per Tahun.....	3
Gambar 2.1	<i>Theoretical Model</i> Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	9
Gambar 2.2	Sistem Program TQM.....	12
Gambar 2.3	<i>Matriks House of Quality</i>	15
Gambar 2.4	<i>The House of Quality</i>	15
Gambar 2.5	Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 3.1	Desain Penelitian.....	28
Gambar 3.2	<i>The House of Quality</i>	38
Gambar 4.1	Interaksi Antara Parameter Teknik.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2	Data Uji Valididitas dan Reliabilitas Harapan.....	77
Lampiran 3	Data Uji Valididitas dan Reliabilitas Harapan.....	79
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dengan SPSS.....	81
Lampiran 5	Data Hasil kuesioner Harapan.....	90
Lampiran 6	Data Hasil kuesioner Persepsi.....	101
Lampiran 7	Penelitian Sebelumnya Tentang Service Quality.....	112
Lampiran 8	<i>House of Quality</i> Admisi dan Promosi Universitas Bakrie.....	117
Lampiran 9	Berita Acara Forum Diskusi.....	118
Lampiran 10	Berita Acara Hasil Forum Diskusi Penetapan Indikator Penelitian.....	119



UNIVERSITAS
MERCU BUANA