

ANALISIS KEPUASAN MEMILIH *TELKOM UNIVERSITY* DENGAN TEORI *UNIVQUAL*: STUDI ALUMNI ANGKATAN 2010-2014

SATISFACTION ANALYSIS OF CHOOSING *TELKOM UNIVERSITY* WITH *UNIVQUAL* THEORY: CLASS 2010-2014 ALUMNI STUDY

¹⁾Fajar Ari R, ²⁾Mahir Pradana.

^{1,2,3)}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

fajararir@student.telkomuniversity.ac.id, mahirpradana@telkomuniversity.ac.id.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut penting yang digunakan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yang akan dimasuki, dalam hal ini memilih mendaftar di *Telkom University*, dimana objek penelitian ini adalah mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2010-2014. Tujuan dari penelitian ini adalah Menggali faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan calon mahasiswa dalam pengambilan keputusan memilih kampus *Telkom University* untuk studi serta mengetahui faktor dominan dalam pemilihan kampus *Telkom University* sebagai tempat untuk studi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Skala instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah alumni *Telkom University*. *Tel-U* memiliki jumlah alumni yang tergabung di Forum Alumni Universitas Telkom (FAST) sebesar 45.743 orang. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kurikulum terhadap peningkatan *skill* mahasiswa *Telkom University*. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan *skill* mahasiswa *Telkom University*. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Peningkatan *Skill* terhadap kepuasan mahasiswa *Telkom University*.

Kata Kunci: kurikulum, Fasilitas dan Pelayanan, Peningkatan *Skill* dan Kepuasan.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the important attributes used by students in choosing universities to enter, in this case choosing to enroll at Telkom University, where the object of this research is the Business Administration students class 2010-2014. The purpose of this study is to explore the factors that are considered by prospective students in making decisions to choose Telkom University campus for study and to find out the dominant factors in choosing the Telkom University campus as a place to study. This research uses a quantitative approach. The scale of the instrument used in this study was the Likert scale. The population in this study were alumni of Telkom University. Tel-U has a total of 45,743 alumni who are members of the Telkom University Alumni Forum (FAST). This study uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling type. The data analysis technique used descriptive analysis. Based on testing hypothesis 1, it can be concluded that there is no significant effect of the curriculum on improving the skills of Telkom University students. Based on testing hypothesis 2, it can be concluded that there is a significant effect of facilities and services on improving the skills of Telkom University students. Based on testing hypothesis 3, it can be concluded that there is a significant effect of Skill Improvement on Telkom University student satisfaction.

Keywords: curriculum, facilities and services, increasing skills and satisfaction.

-
1. Pendahuluan
 - 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan, terlebih jika dikaitkan dengan upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM). Untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas, wadah penciptaan sumber daya manusia memegang peranan penting, seperti jenjang pendidikan terakhir di perguruan tinggi.

Salah satu tujuan universitas adalah mencapai keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya manusia yang profesional. Hal ini menunjukkan bahwa menjadi kompetitif merupakan tantangan baru bagi universitas. Dalam hal ini, kepemimpinan dan manajemen yang menjadi konsekuensi utama dari universitas menjadi harus lebih tanggap terhadap kebutuhan atau tuntutan konsumen. Perguruan tinggi memiliki berbagai jurusan dan fasilitas yang berbeda. Oleh karena itu, calon mahasiswa tidak akan sembarangan dalam memilih perguruan tinggi yang akan ditempati.

Misalnya seperti di benua Asia, Korea tepatnya menurut So Jung Lee dan Hyun Kyung Chatfield (2015) dalam penelitiannya, dimana dalam pemilihan perguruan tinggi di bidang pariwisata dan perhotelan, banyak pertimbangan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kasus ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan mahasiswa, antara lain mahasiswa dalam negeri, mahasiswa luar negeri dan mahasiswa internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa asing mempertimbangkan biaya, fasilitas, dan dukungan keluarga. Hasil menarik juga datang dari media seperti program televisi (TV), media sosial, dan berita yang secara signifikan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi calon mahasiswa dalam memilih universitas. Pengambilan keputusan oleh calon mahasiswa merupakan cara di mana mereka dapat mengidentifikasi pendidikan yang benar-benar mereka butuhkan.

Jika dikaitkan dengan teori model pengambilan keputusan, dimana tahapan dalam pengambilan keputusan dimulai dari pengenalan kebutuhan, apakah pendidikan merupakan salah satu kebutuhan pribadi atau bukan. Kemudian konsumen akan mencari informasi yang perlu disimpan dalam memori (pencarian internal) dan memperoleh informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal). Dalam hal ini konsumen atau calon mahasiswa sedang mencari informasi tentang *Telkom University*. Tahap selanjutnya adalah evaluasi alternatif, dimana terdapat beberapa konsep dasar yang akan membantu memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan. Kedua, cari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan berbeda dalam memberikan manfaat kepuasan. Untuk itu, konsumen dapat menilai seberapa terakreditasi *Telkom University*. Kemudian setelah mengetahui apa dan bagaimana *Telkom University*, maka konsumen akan melakukan pengambilan keputusan.

Setelah pengambilan keputusan akan dilihat bagaimana perilaku konsumen setelah memilih *Telkom University*. Apakah mereka puas atau tidak. Keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada strategi pemasaran perusahaan yang ada. Salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran adalah dengan menggunakan metode analisis faktor pengambilan keputusan dari beberapa pakar yaitu Carl Wagner (2016), A. Kusumawati (2016), Md. Abdullah Al Jamil (2018) dan Dr. Raja Irfan Sabir (2014) yang digabungkan menjadi 12 elemen. 12 elemen tersebut menjadi variabel dalam penelitian ini, yang terdiri dari *Price*, Program pendidikan (gelar), Kedekatan lokasi, Aspek fisik, fasilitas, dan sumber daya, Nilai dan kualitas pendidikan, Reputasi universitas, Sumber informasi kelembagaan; Orang-orang yang berpengaruh; Prospek kerja; Lingkungan kampus; Psikologis (politik mahasiswa); Tes masuk.

Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui atribut-atribut penting yang digunakan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yang akan dimasuki, dalam hal ini memilih mendaftar di *Telkom University*, dimana objek penelitian ini adalah mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2010-2014. Peneliti mengambil judul “Analisis Kepuasan Memilih *Telkom University* dengan Teori UnivQual”.

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Menggali faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan calon mahasiswa dalam pengambilan keputusan memilih kampus *Telkom University* untuk studi.
2. Mengetahui faktor dominan dalam pemilihan kampus *Telkom University* sebagai tempat untuk studi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1.1 Pemasaran (*Marketing Management*)

Kotler dan Keller (2016: 27) menyatakan bahwa pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Selain itu, Swastha (dalam Natakusumah, 2015:17) menyatakan bahwa pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyediakan, dan bertukar penawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat secara umum. keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli.

2.1.2 Definisi *Service*

Menurut Kotler dan Keller (2016: 422) definisi *service* adalah sebagai berikut: "*Service* adalah tindakan atau kinerja apa pun yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun.

Menurut Edward W. Wheatley yang dikutip oleh Buchari Alma (2014: 244), *Service* sendiri memiliki karakteristik, yaitu:

- a) Sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong secara emosional.
- b) Jasa bersifat *intangibile*, berbeda dengan barang yang bersifat *tangible*, bisa dilihat, dicicipi, dicium, memiliki berat dan ukurannya, dan sebagainya.
- c) Barang tahan lama, tetapi *service* tidak. *Service* dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
- d) Barang bisa disimpan, sedangkan *service* tidak bisa disimpan.
- e) Memperkirakan permintaan dalam pemasaran barang merupakan masalah, begitu pula dengan pemasaran jasa.
- f) Bisnis jasa sangat memperhatikan unsur manusia.
- g) Distribusi langsung dari produsen ke konsumen.

2.1.3 Service Quality (SERVQUAL)

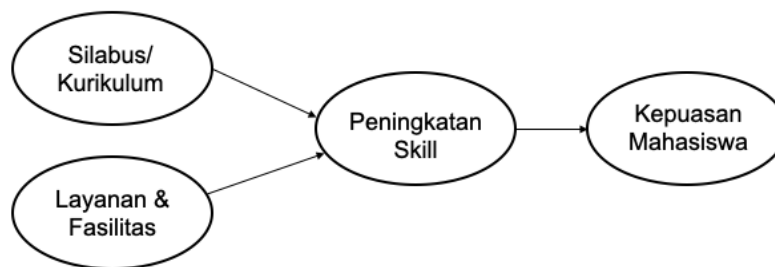
Menurut Ladhari (2009), salah satu metode yang paling populer digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah model *SERVQUAL*. Menurut Parasuraman, Berry, & Zeithaml, (1990, 1985), *SERVQUAL* mengoperasionalkan kualitas pelayanan dengan membandingkan persepsi layanan yang diterima dengan harapan. Sejak metode ini diterbitkan, sejumlah variasi berkembang. Dalam konteks khusus Perguruan Tinggi, Brown dan Mazzarol (2009) mengadaptasi metode *SERVQUAL* dan menemukan bahwa salah satu faktor terpenting dari nilai yang dirasakan adalah citra dari institusi, sedangkan kualitas yang dirasakan dari orang dan proses, infrastruktur dan layanan fisik memiliki dampak yang lemah dan tidak jelas. Lebih lanjut, serangkaian studi meneliti bagaimana kinerja universitas tidak hanya menggunakan metode *SERVQUAL*, tetapi juga membandingkan hasil dengan metode lain.

2.1.4 University Quality (UnivQual)

Marimon et al. (2019) memiliki temuan yang mengungkapkan bahwa mendengarkan suara mahasiswa itu penting, dan bahwa tiga kategori yang termasuk dalam metode *UnivQual* dapat memberikan informasi yang berarti bagi manajer universitas. Jika diproses dengan benar, data yang dikumpulkan bisa sangat berguna untuk membuat keputusan yang lebih tepat. Tidak semua universitas akan memfokuskan upaya dan sumber daya mereka ke arah yang sama. Universitas perlu mengevaluasi diri mereka sendiri terlebih dahulu, melihat kelemahan dan kekuatan mereka dan kemudian menguraikan rencana strategis yang akan menentukan tindakan mereka di masa depan. Marimon dkk. (2019) telah merancang dan memvalidasi metode *UnivQual*, untuk menilai persepsi mahasiswa secara holistik tentang kualitas pelayanan yang diberikan di universitas. Metode ini menyajikan ciri khas sebagai instrumen yang berguna tidak hanya untuk menilai subjek atau individu, tetapi juga untuk menangkap persepsi mahasiswa siswa setelah menyelesaikan studi mereka. Karenanya, di dalamnya terdapat sejumlah *item* yang merujuk pada keseluruhan program akademik. Studi ini mengusulkan metode *UnivQual* untuk mengevaluasi persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan dengan tidak hanya mempertimbangkan komponen akademik dari pengalaman layanan, tetapi juga faktor-faktor yang menjadi bagian dari *service package* sebagai fitur implisit (misalnya layanan umum, fasilitas dan peralatan).

2.2 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka penelitian dalam penelitian ini:



GAMBAR 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN
Sumber: Marimon et al. (2019)

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil pengolahan tersebut kemudian disajikan dalam bentuk numerik sehingga memberikan kemudahan bagi siapa saja yang membutuhkan informasi mengenai penelitian tersebut.

Menurut Ahmad (2015: 48) metode kuantitatif pada dasarnya meliputi penentuan subjek yang akan diminta informasi atau data, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, dan perlakuan yang akan dipilih. Metode kuantitatif juga pada umumnya ingin mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang telah dijelaskan sebelumnya sesuai dengan teori yang menjadi dasar Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.2.1 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018:38) Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah proses pengambilan keputusan.:

3.2.2 Skala Pengukuran

Dalam mengukur variabel operasional dalam penelitian ini, skala instrument yang digunakan adalah skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2017:93), digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah alumni *Telkom University*. *Tel-U* memiliki jumlah alumni yang tergabung di Forum Alumni Universitas Telkom (FAST) per Agustus 2019 sebesar 45.743 orang

3.4 Sampel

Menurut Indrawati (2015:164) sampel adalah anggota-anggota populasi yang terpilih untuk dilibatkan dalam penelitian, baik untuk diamati, diberi perlakuan, maupun dimintai pendapat tentang yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:84). Sedangkan *purposive sampling* yaitu memilih anggota sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili atau dapat memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian (Indrawati, 2015:170). Sampel dari penelitian ini yaitu mahasiswa *Telkom University* angkatan 2010-2014.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Dari 20 item pernyataan kuesioner yang disebar kepada 30 responden, memiliki nilai korelasi (r hitung) diatas 0,361 (r tabel) sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan pada kuesioner di setiap item mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner penulis.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* \geq dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini reliabel atau konsisten yaitu dapat dipercaya atau diandalkan sehingga dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Model Pengukuran

TABEL 4.1
UJI LOADING FAKTOR

Variabel	Indikator	Loading faktor	Keterangan
Kurikulum	K1	0,796	Valid
	K2	0,807	Valid
	K3	0,768	Valid
	K4	0,773	Valid
	K5	0,823	Valid
	K6	0,762	Valid
	K7	0,798	Valid
Fasilitas & Pelayanan	FP1	0,791	Valid
	FP2	0,800	Valid
	FP3	0,815	Valid
	FP4	0,832	Valid
	FP5	0,829	Valid
	FP6	0,871	Valid
Peningkatan <i>Skill</i>	PS1	0,810	Valid
	PS2	0,821	Valid
	PS3	0,865	Valid
	PS4	0,883	Valid
	PS5	0,862	Valid
	PS6	0,896	Valid
Kepuasan	WP1	0,899	Valid
	WP2	0,892	Valid
	WP3	0,898	Valid
	WP4	0,829	Valid
	WP5	0,840	Valid
	WP6	0,898	Valid

4.1.2 Validitas Konvergen dan Reliabilitas (CR)

TABEL 4.2
UJI VALIDITAS KONVERGEN

Variabel	Indikator	Loading faktor	AVE	CR	Keterangan
Kurikulum	K1	0,796	0,624	0,927	Reliabel
	K2	0,807			
	K3	0,768			
	K4	0,773			
	K5	0,823			
	K6	0,762			
	K7	0,798			
Fasilitas & Pelayanan	FP1	0,791	0,678	0,921	Reliabel
	FP2	0,800			
	FP3	0,815			
	FP4	0,832			
	FP5	0,829			
	FP6	0,871			
Peningkatan Skill	PS1	0,810	0,734	0,943	Reliabel
	PS2	0,821			
	PS3	0,865			
	PS4	0,883			
	PS5	0,862			
	PS6	0,896			
Kepuasan	WP1	0,899	0,768	0,952	Reliabel
	WP2	0,892			
	WP3	0,898			
	WP4	0,829			
	WP5	0,840			
	WP6	0,898			

Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa semua variabel laten memiliki nilai AVE di atas 0,5 dan CR diatas 0,7 sehingga dinyatakan reliabel.

4.1.3 Uji Statistik Model Struktural

TABEL 4.3
RANGKUMAN HASIL UJI STATISTIK

Hipotesis	Hubungan	Koefisien Jalur	p-value	T-stat	Keterangan
H1	Kurikulum terhadap peningkatan <i>skill</i>	0,268	0,109	1,604	Valid, namun tidak signifikan
H2	Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan <i>skill</i>	0,837	0,000	20,136	Valid dan signifikan
H3	Peningkatan <i>Skill</i> terhadap kepuasan	0,862	0,000	20,451	Valid dan signifikan

4.1.4 Uji Hipotesis

Pada tahap ini, penulis melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Pada pengujian uji t, memiliki ketentuan sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_1 diterima atau ada pengaruh signifikan.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penerimaan, berarti H_1 ditolak atau tidak ada pengaruh signifikan.

Sedangkan pada pengujian uji F, memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_1 diterima atau ada pengaruh signifikan.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penerimaan, berarti H_1 ditolak atau tidak ada pengaruh signifikan.

Berikut ini diuraikan masing-masing pengujian hipotesis

a. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Kurikulum terhadap peningkatan *skill*.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan oleh Kurikulum terhadap peningkatan *skill*.

Berdasarkan ketentuan yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana diperoleh t-hitung sebesar 1,604 dan pada tingkat signifikansi 5% (2 tailed) diperoleh t tabel 1,96, sehingga t-hitung (1,604) < t-tabel (1,96). Artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka tidak terdapat pengaruh signifikan kurikulum terhadap peningkatan *skill*.

Dilihat dari koefisien jalurnya sebesar 0,268. Koefisien jalur tersebut bertanda positif, artinya terdapat hubungan searah antara variabel Kurikulum terhadap peningkatan *skill*. Hasil ini menunjukkan jika variabel kurikulum nilainya semakin tinggi, maka nilai peningkatan *skill* semakin menurun, dan tidak dalam level signifikan.

b. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan *skill*

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan *skill*

Berdasarkan ketentuan yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana diperoleh t-hitung sebesar 20,136 dan pada tingkat signifikansi 5% (2 tailed) diperoleh t tabel 1,96, sehingga t-hitung (20,136) > t-tabel (1,96). Artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima, maka terdapat pengaruh signifikan Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan *skill*.

Dilihat dari koefisien jalurnya sebesar 0,837. Koefisien jalur tersebut bertanda positif, artinya terdapat hubungan searah antara variabel Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan *skill*.

Hasil ini menunjukkan jika variabel Fasilitas dan Pelayanan meningkat maka akan meningkatkan peningkatan *skill*, demikian pula sebaliknya.

c. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Peningkatan *Skill* terhadap kepuasan.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan Peningkatan *Skill* terhadap kepuasan.

Berdasarkan ketentuan yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana diperoleh t-hitung sebesar 20,451 dan pada tingkat signifikansi 5% (2 tailed) diperoleh t tabel 1,96, sehingga t-hitung (20,451) > t-tabel (1,96). Artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka terdapat pengaruh signifikan Peningkatan *Skill* terhadap kepuasan.

Dilihat dari koefisien jalurnya sebesar 0,862. Koefisien jalur tersebut bertanda positif, artinya terdapat hubungan searah antara variabel Peningkatan *Skill* terhadap kepuasan.

Hasil ini menunjukkan jika variabel Peningkatan *Skill* meningkat maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.

5. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai kepuasan memilih *Telkom University* dengan teori *univqual* pada alumni angkatan 2010-2014, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel silabus termasuk dalam kategori tinggi dengan skor total adalah 83,4%. Hal ini berarti silabus atau kurikulum pembelajaran yang dimiliki *Telkom University* sudah baik.
- b. Variabel fasilitas & layanan berada pada kategori tinggi dengan skor total 69,4%. Hal ini berarti fasilitas dan layanan yang dimiliki *Telkom University* sudah baik.
- c. Variabel peningkatan *skill* berada pada kategori tinggi dengan skor total adalah 80,4%. Hal ini berarti peningkatan *skill* mahasiswa *Telkom University* sudah baik.
- d. Variabel kepuasan berada pada kategori tinggi dengan skor total adalah 76,8%. Hal ini berarti kepuasan mahasiswa *Telkom University* sudah baik.
- e. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kurikulum terhadap peningkatan *skill* mahasiswa *Telkom University*.
- f. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Fasilitas dan Pelayanan terhadap peningkatan *skill* mahasiswa *Telkom University*.
- g. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Peningkatan *Skill* terhadap kepuasan mahasiswa *Telkom University*.

5.2.1 Saran

5.2.2 Saran Bagi Institusi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat saran bagi Institusi yang akan diajukan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel fasilitas & layanan yang memiliki nilai terendah adalah pernyataan “Platform online (kampus virtual) adalah lingkungan yang cocok untuk menghasilkan pengetahuan dan meningkatkan pembelajaran saya”. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran platform online di *Telkom University* ditingkatkan lagi sehingga dapat meningkatkan pembelajaran mahasiswa.
- b. Berdasarkan hasil penelitian dari variabel kepuasan yang memiliki nilai terendah adalah pernyataan “Saya puas karena selalu mengerjakan tugas yang diberikan dengan baik”. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran supaya pengajar dapat memberikan tugas yang tidak hanya meningkatkan proses pembelajaran, tetapi juga dapat menarik minat mahasiswa terhadap hal-hal baru yang tentunya masih berhubungan dengan materi yang diberikan.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran bagi peneliti selanjutnya yang akan diajukan sebagai berikut:

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel kurikulum, fasilitas & layanan, peningkatan *skill* dan kepuasan. Disarankan untuk peneliti selanjutnya meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa di *Telkom University*, contohnya: *school culture*, *job opportunities*. Saran ini diajukan agar memperoleh hasil yang variatif.
- b. Saran selanjutnya berkaitan dengan objek penelitian, peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan ruang lingkup yang berbeda. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian

atau melakukan penelitian pada perusahaan lain.

Daftar Pustaka

Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.

Kotler, P. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Education Limited.

Marimon, F., Mas-Machuca, M., Berbegal-Mirabent, J., & Llach, J. (2019). UnivQual: a holistic scale to assess student perceptions of service quality at universities. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(1-2), 184-200.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.