

PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU TERAPAN TELKOM UNIVERSITY
TERHADAP KUALITAS LAYANAN CICIL.CO.ID

*THE EFFECT OF STUDENT PERCEPTION OF APPLIED SCIENCE FACULTY IN TELKOM
UNIVERSITY TOWARDS THE SERVICE QUALITY OF CICIL.CO.ID*

Nabila Safitri¹, Sylvie Nurfebriani, S.Sos, M.Si²

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

safitrinabila1995@gmail.com , sylvienurfebria@gmail.com

Abstrak

Persepsi merupakan proses yang sangat individual berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai, dan harapan setiap orang itu sendiri. Persepsi dapat tumbuh dari interaksi yang datang melalui interpretasi kesan-kesan sensori dari lingkungan sekitar. Kualitas layanan merupakan salah satu kegiatan yang mampu menumbuhkan sebuah persepsi seseorang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa asosiatif (statistik). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Non-Probability sampling jenis purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 94 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi pearson dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pengaruh persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan cicil.co.id. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis bahwa $t_{hitung} (10,372) > t_{tabel} (1,986)$. Berdasarkan nilai koefisien korelasi pearson (r) sebesar 0,734, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Persepsi Mahasiswa dengan Kualitas Layanan. Berdasarkan koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 53,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Mahasiswa memberikan pengaruh terhadap Kualitas Layanan, sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor variabel lain selain Kualitas Layanan yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Persepsi, Kualitas Layanan, Cicil.co.id

Abstract

Perception is a individual process based on the needs, values and expectations of each person. Perception can grow from interactions that come through the interpretation of sensory impressions from the surrounding environment. Service quality is one of the activities that can grow a person's perception. This study uses quantitative associative research. Sampling technique non-probability sampling, with the total number of 94 respondents.

Based on the results of hypothesis testing, the effect of students perception of Applied Science Faculty in Telkom University towards the service quality of cicil.co.id. This is proofed by the t count $(10,372) > t$ table $(1,986)$. Based on the Pearson correlation coefficient (r) 0.734, Based on the value of correlation coefficient pearson (r) 0.734, which means there is a strong relationship between Student Perception and Service Quality. Based on the coefficient of determination obtained value is 53.9%. The results showed that students perception gives influence to the Service Quality, and the remaining 46,1% was influenced by other factors.

Keywords: Perception, Service Quality, Cicil.co.id

Pendahuluan

Kemajuan dari CMC telah banyak memberikan kesempatan diberbagai bidang, terutama di bidang bisnis seperti *e-commerce* (*electronic commerce*) atau yang biasa disebut dengan perdagangan elektronik. Perkembangan pasar *e-commerce* di Indonesia saat ini sudah sangat besar dan mulai terlihat jelas. Banyak orang yang mengalokasikan dana mereka untuk berinvestasi di online sehingga kita bisa lihat banyak sekali toko online atau

e-commerce di Indonesia ini. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai 84 juta orang pengguna atau sekitar 36% dari total penduduk Indonesia, perkembangan *e-commerce* di Indonesia tumbuh cukup pesat tiap tahunnya.

Untuk memudahkan dalam proses pembayaran, dari berbagai macam platform *e-commerce*, *e-commerce* sendiri seringkali menyediakan *e-payment*. *E-payment* adalah sistem pembayaran yang menggunakan fasilitas internet sebagai sarana perantara. Saat ini banyak start up yang memfasilitasi pihak pemberi pinjaman dan peminjam dengan memberikan jaminan keamanan transaksi *e-commerce*.

Cicil.co.id adalah salah satu situs yang menyediakan *e-payment* untuk berbagai macam platform *e-commerce* di Indonesia. Cicil.co.id memberikan layanan jasa finance technology berupa kredit untuk para mahasiswa. Tujuannya adalah memberikan akses kemudahan pembiayaan bagi mahasiswa. Karena lembaga pembiayaan konvensional membutuhkan sejarah kredit atau pendapatan minimum sebagai syarat pengajuan pinjaman, fasilitas pembiayaan mahasiswa sangat terbatas.

Kehidupan mahasiswa telah memasuki tahapan baru yang lebih kompleks. Dalam menjalaninya kita membutuhkan banyak peralatan penunjang seperti laptop, buku, smartphone, dan kamera. Namun, mahasiswa sering menghadapi kendala dalam membeli semua kebutuhan tersebut secara tunai. Pembelian secara kredit bagi mahasiswa saat ini pun tidak memungkinkan, karena bank dan jasa keuangan konvensional mengharuskan peminjam untuk memiliki penghasilan tetap dan riwayat kredit sebagai persyaratan utama, kedua hal tersebut belum dimiliki oleh mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa terpaksa harus meminta bantuan dari orang tua atau menabung uang saku berbulan-bulan sebelum dapat membeli produk-produk kebutuhan belajar mereka yang terhitung mahal.

Melalui cicil.co.id, mahasiswa dapat membeli produk kebutuhan kuliah mereka dari platform *e-commerce* manapun di Indonesia secara cicilan tanpa kartu kredit. Syarat pengajuannya adalah dengan membawa KTP (Kartu Tanda Penduduk) serta KTM (Kartu Tanda Mahasiswa). Mahasiswa juga memiliki fleksibilitas untuk menentukan sendiri uang muka dan jangka waktu pelunasannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU TERAPAN TELKOM UNIVERSITY TERHADAP KUALITAS LAYANAN CICIL.CO.ID”**.

Kajian Literatur

1. Persepsi

Luthans (2005: 194) mendefinisikan persepsi merupakan interpretasi unik dari suatu situasi, bukan rekaman situasi. Singkatnya persepsi merupakan proses kognitif kompleks yang menghasilkan gambaran dunia yang unik, yang mungkin agak berbeda dari realita. Menurut Robbins (2008:175) persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberi arti bagi lingkungan mereka.

Persepsi terdiri dari berbagai macam aspek, menurut Woodworth dan Marquis dalam Walgito (2002: 69) yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Aspek-aspek tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. **Aspek Kognitif**, merupakan komponen sikap yang berisi kepercayaan individu terhadap objek sikap. Komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek sikap tersebut. Kepercayaan itu muncul karena adanya suatu bentuk yang telah terpolakan dalam pikiran individu.
2. **Aspek Afektif**, menyangkut kesan atau perasaan individu dalam menafsirkan stimulus sehingga stimulus tersebut Adisadari. Aspek afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional subjektif dari individu terhadap objek persepsi, berisi perasaan memihak atau tidak memihak, mendukung atau tidak mendukung terhadap objek yang dipersepsi.
3. **Aspek Konatif**, menunjukkan bagaimana perilaku dan kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri individu berkaitan dengan objek sikap yang dihadapi. Komponen konatif meliputi perilaku yang tidak hanya dilihat secara langsung, tetapi meliputi pula bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu objek yang dipersepsi.

2. Kualitas Layanan

Menurut Fandy Tjiptono (2000: 51) menyatakan kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Definisi kualitas layanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibawa dengan keinginan konsumern serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Dimensi-dimensi dari kualitas layanan dibentuk oleh Zeithmal dan Bitner (2006: 116-119) mereka mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas layanan, dimensi tersebut adalah:

1. **Reliability (reliabilitas)** yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.
2. **Responsiveness (daya tanggap)** yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam penanganan keluhan pelanggan.
3. **Assurance (jaminan)** yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. **Empathy (empati)** yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Metode Penelitian

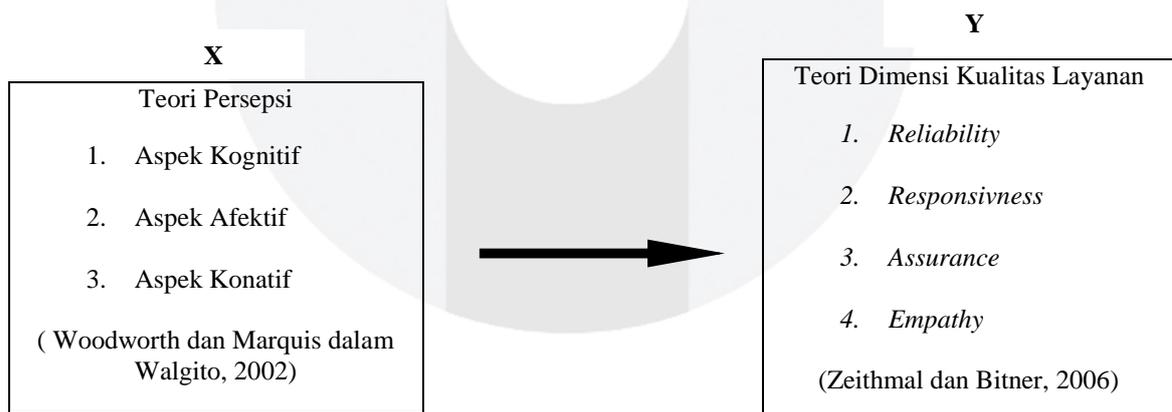
Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian studi kuantitatif. Menurut Suryani & Hendryadi (2015: 109) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka, seperti persentase tingkat pengangguran, kemiskinan, data rasio keuangan, dan lain sebagainya.

Penelitian ini mengungkap hubungan dari variabel-variabel yang ada, dimana pada penelitian ini terdapat dua variabel independen (variabel yang mempengaruhi), dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id

Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan dalam memahami permasalahan yang diteliti dan disajikan dalam bentuk skema menunjukkan hubungan masing-masing variabel, maka peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran



(Sumber: Olahan Penulis, 2018)

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov koreksi Lilliefors. Dengan bantuan *software SPSS 21* diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.3.3.1 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37178043
	Absolute	,116
Most Extreme Differences	Positive	,051
	Negative	-,116
Kolmogorov-Smirnov Z		1,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,157

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, maka data di atas dapat digunakan karena variabel residu berdistribusi normal.

b. Analisis Korelasi Pearson

Berikut ini adalah hasil pengolahan *software SPSS 21* untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Persepsi Mahasiswa dengan Kualitas Layanan.

**Tabel 4.3.3.2 Analisis Korelasi Pearson
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 ^a	,539	,534	,37380

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,734, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Persepsi Mahasiswa dengan Kualitas Layanan.

c. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan

Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan, maka penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

**Tabel 4.3.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,833	,258		3,231	,002
X	,736	,071	,734	10,372	,000

a. Dependent Variable: Y

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika Persepsi Mahasiswa (X) bernilai nol atau Kualitas Layanan (Y) tidak dipengaruhi oleh Persepsi Mahasiswa, maka rata-rata Kualitas Layanan bernilai 0,833. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Persepsi Mahasiswa (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Kualitas Layanan (Y) akan meningkat sebesar 0,736. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Persepsi Mahasiswa memberikan pengaruh positif terhadap Kualitas Layanan (semakin tinggi/kuat Persepsi Mahasiswa, maka semakin meningkat Kualitas Layanan).

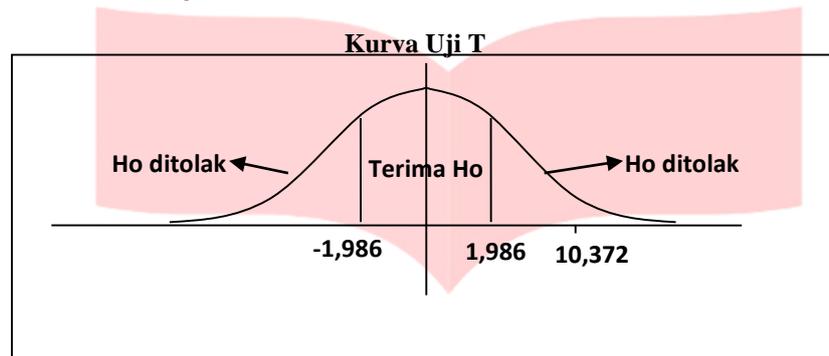
2. Uji Hipotesis

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis menggunakan uji t student, yaitu :

$$\begin{aligned} t_{hit} &= \frac{b}{Se(b)} \\ &= \frac{0,736}{0,071} \\ &= 10,372 \end{aligned}$$

Dengan $\alpha = 5\%$ dan $dk = 94 - 1 - 1 = 92$ diperoleh nilai t tabel sebesar $\pm 1,986$.

Berdasarkan kriteria uji berikut:



Gambar 4.3.4 Kurva Uji T
(Sumber: Olahan Penulis, 2018)

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 10,372. Karena nilai t hitung ($10,372 > t$ tabel ($1,986$)), maka H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan *cicil.co.id*.

3. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan, ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,734)^2 \times 100\% \\ &= 53,9\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 53,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Mahasiswa memberikan pengaruh sebesar 53,9% terhadap Kualitas Layanan, sedangkan sisanya sebesar 46,1% Kualitas Layanan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Analisis Responden Terhadap Persepsi (X)

Berdasarkan hasil analisis responden terhadap persepsi bahwa secara keseluruhan termasuk ke dalam kategori cukup baik. Dari 10 pernyataan, variabel Persepsi (X) 80,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa termasuk ke dalam kategori tinggi, berdasarkan hasil analisa atau rekapitulasi tanggapan responden mengenai Persepsi (X), peneliti mendapati bahwa aspek afektif persentase skor yang paling tinggi yaitu 64,7%, diikuti oleh aspek kognitif 64,7% dan yang terakhir aspek konatif dengan persentase 63,2%. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh persepsi terhadap kualitas layanan.

Analisis Responden Terhadap Kualitas Layanan (Y)

Berdasarkan hasil analisis responden terhadap kualitas layanan secara keseluruhan termasuk ke dalam kategori baik. Dari 18 pernyataan, variabel Kualitas Layanan (Y) mendapatkan skor sebesar 78,8%. Hal ini menunjukkan bahwa *cicil.co.id* telah berhasil menciptakan kualitas layanan dengan baik, dilihat dari dimensi-dimensi kualitas layanan yang sejalan dengan persepsi mahasiswa.

Dari empat dimensi yang ada pada variabel Kualitas Layanan (Y) yang mendapatkan nilai tertinggi dengan persentase sebesar 64,2% terdapat pada dimensi Assurance (jaminan). Hal ini menunjukkan bahwa cicil.co.id memberikan keamanan dan jaminan kepada para peminjamnya, serta mampu memberikan cicilan dengan jelas dan secara transparan. Selanjutnya diikuti oleh dimensi Reliability (reliabilitas), dan Responsivness (daya tanggap) dengan persentase skor 63%, hal ini menunjukkan bahwa cicil.co.id mampu melayani peminjam dengan cepat dan tanggap, serta memiliki jam operasional yang fleksibel dan tepat waktu. Yang terakhir adalah dimensi Emphaty (empati) dengan skor persentase 62,2%.

Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil analisis data mayoritas responden dalam penelitian ini bahwa persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id pada katagori baik sebanyak 53,9%, hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pihak cicil.co.id sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para peminjam. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil observasi awal yang menemukan bahwa dimensi kualitas layanan berkaitan dengan persepsi para peminjam. Karena nilai t hitung $(10,372) > t$ tabel $(1,986)$. Artinya, terdapat pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan cicil.co.id. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan mempengaruhi persepsi. Faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati dari cicil.co.id dalam melayani para mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id

Tanggapan responden mengenai persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id termasuk dalam kategori baik. Hal ini dilihat dari besarnya persepsi yaitu 80,9% dan besarnya kualitas layanan yaitu 78,8%. Peneliti mendapati bahwa aspek kognitif, afektif, konatif mempengaruhi persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id. Setiap mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University memiliki persepsi yang berbeda-beda pada kualitas layanan yang diberikan cicil.co.id saat melakukan transaksi tersebut.

2. Besar pengaruh persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University terhadap kualitas layanan cicil.co.id

Pada hasil penelitian, peneliti mendapati bahwa besar pengaruh persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Telkom University secara simultan terhadap kualitas layanan cicil.co.id ialah sebesar 53,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi (X) dan Kualitas Layanan (Y) secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh sebesar sebesar 53,9% sedangkan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh faktor variabel lain selain Persepsi (X) dan Kualitas Layanan (Y) yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Arikunto, S. 2002. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- [1] Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama
- [1] Kanuk, Schiffman. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.
- [1] Parasuraman, A., V.A Zeithmal dan Berry. 2006. *Journal Of Marketing: A Conceptual Model Service Quality And Implications For Future Research*.
- [1] Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- [1] Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. INDEKS
- [1] Schiffman, Leon. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT INDEKS
- [1] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [1] Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publisng.
- [1] Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : ANDI
- [1] Walgito, Bimo. 2002. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta : ANDI