

**B1.25**

Manajemen Pemasaran

**LAPORAN PENELITIAN HIBAH BERSAING UNTAR**

**PENGEMBANGAN INSTRUMEN KUALITAS  
JASA PENDIDIKAN TINGGI DI JAKARTA**

SPK: NO. 337-LPPI/UNTAR/X/2009



Lerbin R. Aritonang R.

Rodhiah

Heni Mularsih

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JUNI 2010

Jakarta, 26 April 2011

Nomor : --  
Lampiran : --  
Perihal : **Surat Keterangan**

### SURAT KETERANGAN

Benar adanya bahwa Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara telah menerima dan mendokumentasikan hasil karya ilmiah dari :

Nama : Lerbin R. Aritonang R., SE, MM, M.Psi., Dr  
Bagian : Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara  
Judul : **"Pengembangan instrumen kualitas jasa pendidikan tinggi di Jakarta"**. (SPK No. 337-LPPI/Untar/X/2009)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kasubbag. Perpustakaan  
Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara



M. Jarkasih, SS

## ABSTRAK

### ABSTRACT

This research is to develop higher education service quality instrument. This instrument consist of 118 items developed based on 10 dimensions of service quality SERVQUAL of Parasuraman, Zeithaml and Berry. They are reliability, awareness, competency, access, courtesy, communication, credibility, safety, knowledge and physical evidence.

The instrument is given to 539 college students from major private universities in Jakarta. All dimensions have good validity and reliability but convergent validity of the service quality (second-level) is not confirmed.

Key word: instrument, service quality dimensions, higher education

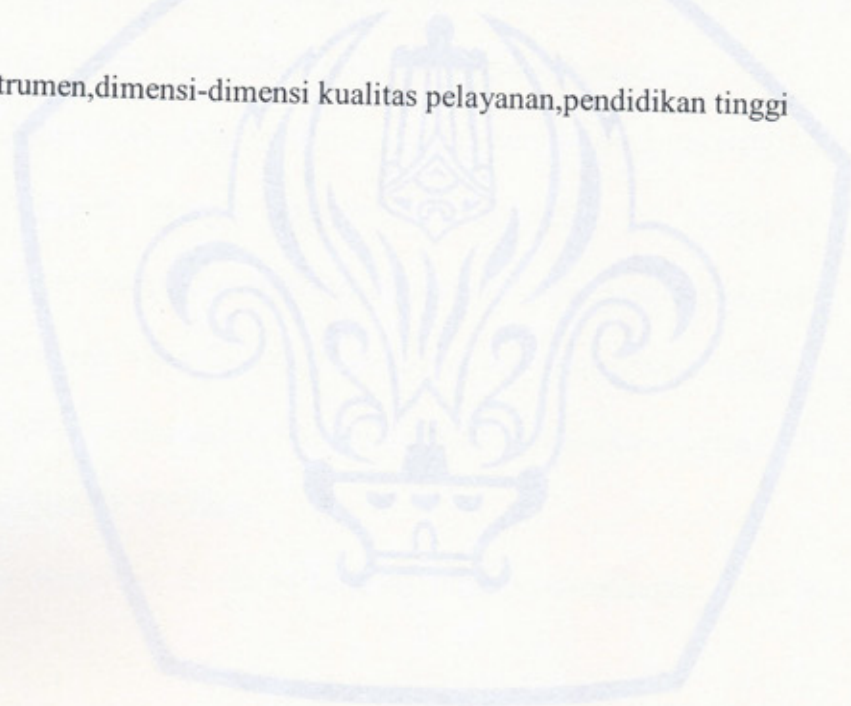


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan instrumen kualitas jasa pendidikan tinggi. Instrumen ini terdiri atas 118 butir item yang dikembangkan berdasarkan 10 dimensi kualitas jasa pelayanan SERQUAL dari Parasuraman, yang terdiri atas reliabilitas, ketanggapan, kompetensi, akses, kesantunan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, pengetahuan, dan bukti fisik.

Kuesioner disebarakan kepada 539 mahasiswa dari 11 perguruan tinggi swasta yang relatif besar di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesepuluh dimensi yang diuji melalui unidimensionalitas dan multidimensionalitas memiliki validitas dan reliabilitas sehingga instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur pelayanan jasa pendidikan tinggi di Indonesia.

Kata kunci: instrumen, dimensi-dimensi kualitas pelayanan, pendidikan tinggi



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat dan berkahnya penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Penelitian ini dilakukan atas dasar keingintahuan peneliti tentang pengembangan instrumen kualitas jasa pendidikan tinggi berdasarkan 10 dimensi-dimensi model SERVQUAL dari parasuraman. Butir butir pernyataan kualitas jasa disebarkan kepada 539 mahasiswa dari 11 perguruan tinggi yang ada di Jakarta. Dengan dihasilkannya instrumen pelayanan jasa pendidikan tinggi yang valid dan reliabel, diharapkan dapat memberikan masukan yang cukup berarti bagi perguruan tinggi dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.

Kami menyadari dapat diselesaikan penelitian ini atas berkat bantuan berbagai pihak baik pada waktu persiapan, proses maupun penyelesaian penelitian ini. Untuk itu, kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para *expert judgement*, dosen maupun mahasiswa yang sudah bersedia menjawab kuesioner yang diberikan, kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah UNTAR beserta Staf, Rektor, Dekan dan Pudek, rekan-rekan dosen maupun karyawan FE UNTAR.

Akhirnya semoga penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu, khususnya bidang pemasaran.

Jakarta, Juni 2010

Peneliti



## DAFTAR ISI

ABSTRACT/ ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	12
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Khusus .....	2
D. Urgensi Penelitian.....	2
<b>BAB II: LANDASAN TEORITIK DAN PENGAJUAN HIPOTESIS</b>	18
A. Definisi Jasa .....	3
B. Karakteristik Jasa .....	3
C. Kualitas Jasa .....	4
1. Kesenjangan .....	4
2. Harapan .....	6
D. Dimensi dan Atribut Jasa .....	6
E. Hal-Hal yang Berkaitan dengan Dimensi Jasa .....	8

1. Konteks .....	8
2. Budaya .....	9
3. Pengalaman dan Faktor Dua Jenjang .....	10

### BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	12
B. Populasi dan Sampel .....	12
C. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	12
D. Instrumen .....	13
E. Validitas dan Reliabilitas .....	14
F. Analisis Data .....	15

### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian .....	18
1. Deskripsi .....	18
2. Tahap Pengujian dan Kriteria yang Digunakan .....	21
3. Hasil Uji Unidimensionalitas .....	23
4. Hasil Uji Multidimensionalitas dan Faktor Dua Tingkat.....	24
5. Perbandingan Berdasarkan Tahun Angkatan .....	32
B. Pembahasan .....	33



**BAB V: Penutup**

**DAFTAR TABEL**

A. Simpulan .....	Hal 35
B. Saran .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	10
<b>LAMPIRAN</b> .....	18
Tabel 4.2.2 Jurusan Mahasiswa .....	19
Tabel 4.2.3 Usia, Semester, dan Indeks Prestasi Kumulatif .....	19
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Butir-Butir yang Reliabel dan Valid .....	19
Tabel 4.4 Kriteria yang Digunakan pada Uji Unidimensionalitas .....	20
Tabel 4.5 Kriteria yang Digunakan pada Uji Dimensionalitas .....	20
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Dimensionalitas .....	22
Tabel 4.7 Koefisien Reliabilitas Butir-Butir pada Lima Dimensi Pertama .....	23
Tabel 4.8 Koefisien Reliabilitas Butir-Butir pada Lima Dimensi Kedua .....	24
Tabel 4.9 Koefisien Validitas dan Nilai t Butir-Butir pada Lima Dimensi Pertama .....	25
Tabel 4.10 Koefisien Validitas dan Nilai t Butir-Butir pada Lima Dimensi Kedua .....	26
Tabel 4.11 Koefisien Reliabilitas Lima Dimensi Pertama .....	26
Tabel 4.12 Koefisien Reliabilitas Lima Dimensi Kedua .....	26
Tabel 4.13 AVE Lima Dimensi Pertama .....	27
Tabel 4.14 AVE Lima Dimensi Kedua .....	27
Tabel 4.15 AVE dan Variansi Dimensi Bersama .....	27
Tabel 4.16 Reliabilitas dan Validitas Variabel .....	27
Tabel 4.17 Hasil Uji-t Tiap Dimensi Berdasarkan Semester .....	32



DAFTAR LAMPIRAN  
DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Kualitas Jasa Pendidikan Tinggi Berdasarkan Negara .....	10
Tabel 4.1	: Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang menjadi Sampel .....	18
Tabel 4.2.1	: Jenis Kelamin .....	19
Tabel 4.2.2	: Jurusan Mahasiswa .....	19
Tabel 4.2.3	: Usia, Semester, dan Indeks Prestasi Kumulatif .....	19
Tabel 4.3	: Statistik Deskriptif Butir-Butir yang Reliabel dan Valid	
Tabel 4.4	: Kriteria yang Digunakan pada Uji Unidimensionalitas	19
Tabel 4.5	: Kriteria yang Digunakan pada Uji Dimensionalitas	
Tabel 3.6	: dan Faktor Dua Tingkat .....	20
Tabel 4.6	: Ringkasan Hasil Uji Dimensionalitas	22
Tabel 4.7	: Koefisien Reliabilitas Butir-Butir pada Lima Dimensi Pertama .....	23
Tabel 4.8	: Koefisien Reliabilitas Butir-Butir pada Lima Dimensi Kedua .....	24
Tabel 4.9	: Koefisien Validitas dan Nilai t Butir-Butir pada Lima Dimensi Pertama .....	25
Tabel 4.10	: Koefisien Validitas dan Nilai t Butir-Butir pada Lima Dimensi Kedua.....	26
Tabel 4.11	: Koefisien Reliabilitas Lima Dimensi Pertama .....	
Tabel 4.12	: Koefisien Reliabilitas Lima Dimensi Kedua ... ..	26
Tabel 4.13	: AVE Lima Dimensi Pertama .....	
Tabel 4.14	: AVE Lima Dimensi Kedua .....	27
Tabel 4.15	: AVE dan Variansi Dimensi Bersama .....	
Tabel 4.16	: Reliabilitas dan Validitas Variabel .....	27
Tabel 4.17	: Hasil Uji-t Tiap Dimensi Berdasarkan Semester .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Sepuluh Dimensi Kualitas Jasa .....	44
Lampiran 2 : Angket Kualitas Pelayanan Pendidikan Tinggi .....	46





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Akhir-akhir ini, perhatian para akademisi dan praktisi mengenai jasa sangat intensif. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan sektor jasa di berbagai bidang termasuk bidang pendidikan tinggi mendapat perhatian yang cukup serius. Di Amerika Serikat, misalnya, sektor jasa mencakup 75% dari produk domestik bruto dan sekitar 80% dari semua pekerjaan (Najjar dan Bishu, 2006). Di Indonesia sendiri, sektor jasa berkontribusi sekitar 48% terhadap perekonomian Indonesia dan merupakan sektor terbesar dalam perekonomian nasional (Pangestu, Jakarta, 27/2/2008, Kominfo – Newsroom).

Berbicara tentang pendidikan tinggi, masalah kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat dominan. Hal ini cukup beralasan karena tantangan dalam dunia pendidikan tinggi menghadapi persaingan yang cukup berat. Oleh karena itu, agar dapat unggul dalam persaingan, perguruan tinggi perlu melakukan berbagai usaha. Salah satunya adalah peningkatan terhadap kualitas pelayanan dengan cara melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dengan menggunakan alat ukur/instrumen yang tepat.

Namun, kenyataannya penelitian tentang kualitas jasa pendidikan tinggi jarang dilakukan sehingga pengembangan dan pengujian instrumennya juga masih relatif sedikit. Selama ini, instrumen tentang kualitas jasa memang sudah ada dan digunakan seperti SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, Berry atau disingkat PZB (1985, 1988, 1994). Namun demikian, SERVQUAL memiliki beberapa

## BAB II

### STUDI PUSTAKA

#### A. Definisi Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2006), pelayanan atau jasa adalah *"A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product."* Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa pelayanan dapat berupa tindakan atau kinerja yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain. Dari definisi tersebut dapat juga diketahui bahwa pelayanan bersifat tidak nyata, tidak dapat dimiliki, dan penyampaianya dapat atau tidak dapat dilakukan tanpa disertai dengan produk secara fisik.

#### B. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2006), komponen kualitas jasa adalah:

##### 1. Tidak berwujud (*intangible*)

Jasa ini bersifat tidak berwujud, tidak dapat dilihat, diraba, didengar, dan dirasakan sebelum membelinya. Dalam hal ini penyedia jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.

##### 2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparable*)

Jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan dan jasa yang ditawarkan tidak terlepas dari penyedia jasa yang sekaligus adalah bagian dari jasa tersebut. Baik penyediaan jasa maupun pelanggan sama-sama mempengaruhi hasil jasa tersebut, sehingga interaksi dari penyediaan jasa dan pelanggan adalah ciri khusus dari pemasaran



### BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

### A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian: Juli 2009 – Juli 2010
2. Tempat penelitian: Universitas Tarumanagara, Trisakti, Atma jaya, Pancasila, UKI, YAI, Guna Dharma, Mercu Buana, Binus, Ukrida, dan Sahid

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. (Azwar, 1997). Populasi dibedakan menjadi populasi sasaran dan populasi terjangkau. Populasi sasaran/target adalah keseluruhan individu dalam area/wilayah/lokasi/kurun waktu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi terjangkau adalah keseluruhan individu yang akan menjadi analisis dalam populasi yang layak dan sesuai untuk dijadikan atau ditarik sebagai sampel penelitian.

Yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi (Azwar, 1997). Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Populasi sasaran : semua mahasiswa FE universitas swasta di DKI
- b. Populasi terjangkau: semua mahasiswa FE dari 11 universitas besar di DKI.

(Universitas Tarumanagara, Trisakti, Atma jaya, Pancasila, UKI, YAI, Guna Dharma, Mercu Buana, Binus, Ukrida, dan Sahid)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini disajikan hasil penelitian empiris yang diperoleh. Hasil itu, secara berurutan, mencakup deskripsi subyek, tahap pengujian dan kriteria yang digunakan, uji dimensionalitas secara terpisah untuk tiap dimensi, uji multidimensi dan dua-tingkat, serta uji perbandingan dimensi berdasarkan tahun angkatan subyek.

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi data

Subyek yang menjadi sampel penelitian ini berasal dari 11 perguruan tinggi swasta yang ada di Jakarta dan sekitarnya, sebagaimana terdapat pada Tabel 4.1. Dari tabel itu dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang paling banyak menjadi sampel penelitian ini adalah dari UNTAR dan paling sedikit dari YAI.

Tabel 4.1. Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang Menjadi Sampel

PTS	Frekuensi	Persen	Persentase Yang Valid	Persentase Kumulatif
BINUS	59	10.9	10.9	10.9
SAHID	32	5.9	5.9	16.9
MERCU BUANA	32	5.9	5.9	22.8
TRISAKTI	75	13.9	13.9	36.7
UNTAR	134	24.9	24.9	61.6
ATMA JAYA	33	6.1	6.1	67.7
PANCASILA	40	7.4	7.4	75.1
YAI	18	3.3	3.3	78.5
GUNA DHARMA	41	7.6	7.6	86.1
UKRIDA	48	8.9	8.9	95
UKI	27	5	5	100
Total	539	100	100	



## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Secara terpisah, kesepuluh dimensi kualitas pelayanan teruji reliabilitas (butir dan dimensi) maupun validitasnya (konvergen butir maupun dimensi dan validitas diskriminan dimensi) .

Dari hasil uji multidimensional dapat disimpulkan bahwa untuk:

1. tiap butir, semua butir memiliki reliabilitas maupun validitas konvergen yang teruji,
2. tiap dimensi, semua dimensi memiliki reliabilitas, validitas konvergen maupun validitas diskriminan yang teruji, dan
3. variabel laten kualitas pelayanan sebagai variabel laten tingkat dua, reliabilitas yang teruji tetapi validitas konvergennya tidak teruji.

Jadi, kualitas pelayanan bukan merupakan variabel laten dua tingkat.

Dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan, hanya lima dimensi yang berbeda secara signifikan antara subyek semester empat dan enam, dengan subyek semester empat memiliki nilai rata-rata hitung yang lebih kecil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angur, Madhukar G., Rajan Nataajan and John S. Jahera Jr. (1999), "Service quality in the banking industry: an assessment in a developing economy", *The International Journal of Bank Marketing*, 17, 3, 116-28
- Anderson, James C. and Gerbing (1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 3: 411-23
- Arbuckle, James L. (1997), *Amos users' guide version 3.6*. Chicago, IL: SmallWaters Corporation
- Aritonang R., Lerbin R. (2000), *Kepuasan konsumen. Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia
- \_\_\_\_\_ (2007), *Riset pemasaran: teori dan praktek*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Azwar (1997). *Validitas dan reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babakus, Emin and Boller, Gregory W. (1992), "An empirical assessment of the SERVQUAL scale", *Journal of Business Research*, 24 (3), 253-70
- Bagozzi, R. and Baumgartner (1994), "The evaluation of structural equation models and hypothesis testing", *Principles of Marketing Research*, R. Bagozzi (ed.), Cambridge, 386-422
- \_\_\_\_\_ and Yi, Y. (1988), "On the evaluation on structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, No. 1: 74-94
- Baumgartner, Hans and Homburg, Christian (1996), "Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: a review", *International Journal of Research in Marketing*, 13 (A-ril), 139-61
- Bentler, Peter M. (1990), "Comparative fit indexes in structural models", *Psychological Bulletin*, 107 (2), 238-46
- Blunt, Peter (1988), "Cultural consequences for organization change in a Southeast Asian State: Brunei", *The Academy of Management Executive*, 2 (3), 235-240
- Bolton, Ruth N. and Drew, James H. (1991), "A multistage model of customers' assessments of service quality and value", *Journal of Consumer Research*, 17 (March), 375-84



- Boshoff, Christo (2007), "A psychometric assessment of E-S-QUAL: a scale to measure electronic service quality", *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(1), 101-14
- Brady, Michael K. and Cronin, J. Joseph, Jr. (2001), "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach", *Journal of Marketing*, 65 (July), 34-49
- Brown, Stephen W. and Swartz, Teresa A. (1989), "A gap analysis of professional service quality", *Journal of Marketing*, 53 (2), 42
- Buttle, Francis (1996), "SERVQUAL: review, critique, research agenda", *European Journal of Marketing*, 30 (1), 8-32
- Byrne, Barbara M. (1998). *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
- Cadote, Ernest R., Robert B. Woodruff, and Roger L. Jenkins (1987), "Expectations and norms in models of consumer satisfaction", *Journal of Marketing Research*, 24, 305-14
- Carman, James M. (1990), "Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions", *Journal of Retailing*, 66 (1), 33-55
- Chin, W. (1998), "Issues and opinions on structural equation modeling", *MIS Quarterly*, Vol. 22 No. 1, pp. 7-16
- Cronin, J. Joseph, Jr. and Taylor, Steven A. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", *Journal of Marketing*, 56 (July), 55-68
- \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_ (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality", *Journal of Marketing*, 58 (January), 125-131
- Donthu, Naveen and Yoo, Boonghee (1998), "Cultural influences on service quality expectations", *Journal of Service Research*, 1 (2), 178-86
- Dutka, Alan (1994), *AMA Handbook for Customer Satisfaction*, Lincolnwood, Illinois: NTC Business Books
- Ennew, C.T., Reed, G.V., Binks, M.R. (1993), "Importance-performance analysis and the measurement of service quality", *European Journal of Marketing*, Vol. 27 No.2, pp.59-70



- Firdaus Abdullah (2006), "Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF", *Marketing Intelligence & Planning*, 24 (1), 31-47
- Ford, Joseph and Joseph (1999), "Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA", *Journal of Services Marketing*, Vol.13, Iss. 2
- \_\_\_\_\_, Neil M., Orville C. Walker, Jr., and Gilbert A. Churchill, Jr. (1975), "Expectation-specific measures of the intersender conflict and role ambiguity experienced by industrial salesmen", *Journal of Business Research*, 3 (April), 95-112
- Fornell, Claes and Larcker, David F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, Feb., Vol. 18, Iss. 1, 39-50
- Furrer, Olivier, Ben Shaw-Ching Liu, and D. Sudharshan (2000), "The relationships between culture and service quality perceptions. Basis for cross-cultural market segmentation and resource allocation", *Journal of Service Research*, 2 (4), 355-71
- Giese, Joan L. and Cote, Joseph A. (2000), "Defining consumer satisfaction", *Academy of Marketing Science Review*, 2000, 1-31
- Gumus, Murat and Koleoglu, Nilay (2002), "Service quality: factor analysis on service attributes of Canakkale municipality", *The TQM Magazine*, 14 (6), 373-5
- Hair, Jr., Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, and Ronald L. Tatham (2006). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hayes, Bob E. (1998), *Measuring customer satisfaction. Survey design, use, and statistical analysis methods*. Milwaukee, Wisconsin: ASQ Quality Press
- Hill, Nigel and Alexander, Jim (2000), "*Handbook of customer satisfaction and loyalty measurement*", England: Gower Publishing Limited
- Hodgetts, Richard M. and Luthans, Fred (2003), *International management. Culture, strategy, and behavior*. Boston: McGraw-Hill
- Hoffman, K. Douglas and Bateson, John E. G. (1997), *Essentials of services marketing*. Toronto: The Dryden Press
- Holdford D, Patkar A.(2003), "Identification of the Service Quality Dimensions of Pharmaceutical Education," *Am J Pharm Educ*. 67(4): article ,108



- Hu, L., T- and Bentler, P. (1999), "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives", *Structural Equation Modeling*, Vol. 6, No. 1: 1-55
- Hunt, H. K. (1993), "CS/D&CB research suggestions and observations for the 1990's", *Journal of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 6, 40-2
- Huseyin Arasli, Salime Mehtap-Smadi, and Salih Turan Katircioglu (2005), "Customer service quality in the Greek Cypriot banking industry", *Managing Service Quality*, 15 (1), 41-57
- Hussey, Michael K. (1999), "Using the concept loss: an alternative SERVQUAL measure", *The Service Industries Journal*, 19 (4), 89-1001
- Jöreskog, Karl and Sörbom, Dag (1993) *LISREL®8: Structural equation modeling with the SIMPLIS™ command language*. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
- \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_ (1996) *LISREL®8: User's reference guide*. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
- Jun, Minjoon, Zhilin Yang, and DaeSoo Kim (2004), "Customers' perceptions of online retailing service quality and their satisfaction", *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 21 (8), 817-40
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2006), *Marketing management*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education
- Lin, Cheryl C. J., Rungting Tu, Ke "Alan" Chen, Pikuei Tu (2007), "The changing expectations of consumers in cross-cultural service encounters", *International Management Review*, 3 (3), 27-35
- Llosa, Sylvie, Jean-Louis Chandon and Chiara Orsingher (1998), "An empirical study of SERVQUAL's dimensionality", *The Service Industries Journal*, 18 (April), 2, 16-42
- Lowe, Anthony Chun-Tung and Corkindale, David R. (1998), "Differences in "cultural values" and their effects on responses to marketing stimuli: a cross-cultural study between Australians and Chinese from the People's Republic of China", *European Journal of Marketing*, 32 (9/10), 843-65
- Malai, Veerapong (2007), "The use of collectivist and individualist culture as an indicator for finding patterns of international tourists", *The Business Review*, 7 (2), 323-6



- Manuel, Gren (2000), "Varied Online Shopping Patterns in Asia May Stem From Economics, Not Culture", *Wall Street Journal*, Jul 31, 1-3
- Mattila, Anna S. (1999), "The role of culture and purchase motivation in service encounter evaluations", *The Journal of Services Marketing*, 13 (4/5), 376-99
- Medsker, Gina J., Larry J. Williams, and Patricia J. Holahan (1994), "A review of current practices for evaluating causal models in organizational behavior and human resource management research", *Journal of Management*, 20 (2), 439-64
- Mels, Gerhard, Christo Boshoff and Deon Nel (1997), "The dimensions of service quality: the original European perspective revisited", *The Service Industries Journal*, 17 (January), 1, 173-89
- Najjar, Lotfollah and Bishu, Ram R. (2006), "Service quality: a case study of a bank", *The Quality Management Journal*, 13 (3), 35-45
- Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill Book Company
- Oliver, Richard L. (1997), *Satisfaction. A behavioral perspective on the consumer*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- \_\_\_\_\_ (1999), "Whence consumer loyalty," *Journal of Marketing*, 63 (Special Issue), 33-44
- Pangestu, Mari. (2008). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta, 27/02/2008. Kominfo-Newsroom
- Paningotan, Firman Sihol, Aritonang R., Lerbin R., dan Hutagalung, Novianta LT. (2008). "Dimensi-dimensi kualitas jasa perbankan di Indonesia", *Finance and Banking Journal*, 10 (2), 114-117.
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, and \_\_\_\_\_ (1988), "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40
- \_\_\_\_\_, Leonard L. Berry, and Valerie A. Zeithaml (1991), "Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale", *Journal of Retailing*, 67 (4), 420-50
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, and \_\_\_\_\_ (1994), "Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research", *Journal of Marketing*, 58 (January), 111-24



- Patterson, Paul G. (1993), "Expectations and product performance as determinants of satisfaction for a high-involvement purchase", *Psychology & Marketing*, 10 (5), 449-64
- Peter, J., G. Churchill, and T. Brown (1993), "Caution in the use of difference scores in consumer research", *Journal of Consumer Research*, 19 (4), 655-62
- Rawwas, Mohammed Y.A. (2001), "Culture, personality and morality A typology of international consumers' ethical beliefs", *International Marketing Review*, 18 (2), 188-205
- Schumacker, Randall E. and Lomax, Richar G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
- Sharma, S., R. Niedrich, and G. Dobbins (1999), "A framework for monitoring customer satisfaction: an empirical illustration", *Industrial Marketing Management*, 28 (3), 231-43
- Sheth, Jagdish N., Banwari Mittal, and Bruce I. Newman (1999), *Customer behavior. Consumer behavior and beyond*. Toronto: The Dryden Press
- Tao Sun, Marty Horn, and Dennis Merritt (2004), "Values and lifestyles of individualists and collectivists: a study on Chinese, Japanese, British and US consumers", *The Journal of Consumer Marketing*, 21 (4/5), 318-31
- Teas, R. Kenneth (1993), "Expectations, performance evaluation, and consumers' perception of quality", *Journal of Marketing*, 57 (October), 18-34
- \_\_\_\_\_ (1994), "Expectations as a comparison standard in measuring service quality: an assessment of a reassessment", *Journal of Marketing*, 58 (January), 132-9
- Walter, Achim, Thilo A. Mueller and Gabriele Helfert (1998), "The impact of satisfaction, trust, and relationship value on commitment: theoretical considerations and empirical results", *Research Report*, Germany: University of Karlsruhe
- Winsted, Kathryn Frazer (1997), "The service experience in two cultures: a behavioral perspective", *Journal of Retailing*, 73 (3), 337-60
- Yavas, Ugur, Martin Benkenstein, and Uwe Stuhldreier (2004), "Relationships between service quality and behavioral outcomes. A study of private bank customers in Germany", *The International Journal of Bank Marketing*, 22 (2/3), 144-57

Zeithaml, Valarie A., Schmalensee Zeithaml, Leonard A. Berry, and A. Parasuraman (1993), "The nature and determinants of customer expectations of service", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21 (1), 1-12

Zhou, Lianxi (2004), "A dimension-specific analysis of performance-only measurement of service quality and satisfaction in China's retail banking", *Journal of Service Marketing*, 18 (7), 534-6





## Lampiran 1. Sepuluh Dimensi Kualitas Jasa (PZB, 1985)

**RELIABILITY** involves consistency of performance and dependability.

It means that the firms performs the service right the first time.

It also means that the firms honors its promises. Specifically, it involves:

- accuracy in billing;
- keeping records correctly;
- performing the service at the designated time.

**RESPONSIVENESS** concerns the willingness or readiness of employees to provide service. It involves timeliness of service:

- mailing a transaction slip immediately;
- calling the customer back quickly;
- giving prompt service (e.g., setting up appointments quickly).

**COMPETENCE** means possession of the required skills and knowledge to perform the service. It involves:

- knowledge and skill of the contact personnel;
- knowledge and skill of operational support personnel;
- research capability of organization, e.g., securities brokage firm.

**ACCESS** involves approachability and ease of contact. It means:

- the service is easily accessible by telephone (lines are not busy and they don't put you on hold);
- waiting time to receive service (e.g., at a bank) is not extensive;
- convenient hours of operations;
- convenient location of service facility.

**COURTESY** involves politeness, respect, consideration, and friendliness of contact personnel (including receptionists, telephone operators, etc.). It includes:

- consideration for the consumer's property (e.g., no muddy shoes on the carpet);
- clean and neat appearance of public contact personnel.

**COMMUNICATION** means keeping customers informed in language they can understand and listening to them. It may mean that the company has to adjust its language for different consumers – increasing the level of sophistication with a well-educated customer and speaking simply and plainly with a novice. It involves:

- explaining the service itself;
- explaining how much the service will cost;
- explaining the trade-offs between service and cost;
- assuring the consumer that a problem will be handled.

**CREDIBILITY** involves trustworthiness, believability, honesty. It involves having the customer's best interest at heart. Contributing to credibility are:



- company name;
- company reputation;
- personal characteristics of the contact personnel;
- the degree of hard sell involved in interactions with the customer.

SECURITY is the freedom from danger, risk, or doubt. It involves:

- physical safety (Will I get mugged at the automatic teller machine?);
- financial security (Does the company know where my stock certificate is?);
- confidentiality (Are my dealings with the company private?).

UNDERSTANDING/KNOWING THE CUSTOMER involves making the effort to understand the customer's needs. It involves:

- learning the customer's specific requirements;
- providing individualized attention;
- recognizing the regular customer.

TANGIBLES include the physical evidence of the service:

- physical facilities;
- appearance of personnel;
- tools or equipment used to provide the service;
- physical representations of the service; such a plastic credit card or a bank statement;
- other customers in the service facility.







48	Dosen mampu memberikan umpan balik yang tepat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
49	Cara dosen mengajar memudahkan mahasiswa/i untuk mengerti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
50	Karyawan/ti menguasai tugasnya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	Jawaban karyawan/ti dapat menyelesaikan masalah mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
52	Karyawan/ti tidak kesulitan melayani mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
53	Karyawan/ti menguasai prosedur administrasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
54	Karyawan/ti menguasai ketentuan yang berlaku di fakultas/universitas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
55	Penjelasan karyawan/ti mudah dimengerti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
56	Informasi yang diberikan karyawan/ti tidak berbelit-belit	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
57	Karyawan/ti terampil dalam melayani mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
58	Mahasiswa/i dilibatkan dalam kegiatan penelitian fakultas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
59	Fakultas melakukan lomba penelitian	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
60	Fakultas memiliki jurnal untuk mempublikasikan penelitian	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
61	Fakultas mengorientasikan mahasiswa/i untuk meneliti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
62	Dosen menyinggung berbagai kegiatan penelitian fakultas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
63	Dosen mudah dihubungi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
64	Mahasiswa/i dapat menghubungi dosen melalui telepon/internet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
65	Karyawan/ti mudah dihubungi melalui telepon/internet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
66	Telepon fakultas/jurusan mudah dihubungi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
67	Pengisian rencana studi mudah dilakukan melalui internet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
68	Nilai ujian dapat diakses melalui internet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
69	Dosen menyediakan pelayanan melalui internet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
70	Dosen memberikan alamat emailnya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
71	Pembayaran SKS dapat dilakukan dengan mudah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
72	Urusan administrasi diselesaikan dengan cepat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
73	Hasil ujian diumumkan dengan segera	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
74	Pelegalisiran slip pembayaran dilakukan dengan cepat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
75	Pengembalian Kartu Studi Mahasiswa dapat dilakukan dengan cepat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
76	Lokasi pelayanan administrasi mudah dijangkau	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
77	Transportasi ke kampus mudah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
78	Lokasi ruang dosen tergolong strategis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
79	Perpustakaan berada di lokasi yang mudah dijangkau	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
80	Tempat foto copy mudah dijangkau	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
81	Tempat warung internet mudah dijangkau	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
82	Dosen bersikap ramah dalam memberikan kuliah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
83	Karyawan/ti bersikap ramah dalam melayani	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
84	Dosen menjawab pertanyaan mahasiswa dengan ramah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
85	Dosen bersikap sopan terhadap mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
86	Karyawan/ti bersikap sopan dalam melayani mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
87	Dosen bersikap sopan dalam menjawab pertanyaan mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
88	Dosen memberikan perhatian secara sungguh-sungguh kepada mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
89	Dosen memperhatikan kesulitan mahasiswa/i dalam perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
90	Karyawan/ti memberi perhatian kepada mahasiswa/i yang dilayani	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91	Dosen mengenal mahasiswa/i-nya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
92	Dosen menghargai mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
93	Dosen menghargai pendapat mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
94	Dosen menghargai pertanyaan yang diajukan mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
95	Karyawan/ti menghargai mahasiswa/i yang dilayaninya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
96	Dosen menjelaskan materi kuliah di awal perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
97	Dosen menjelaskan dengan mudan tugas-tugas perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
98	Mahasiswa/i mengetahui dengan mudah pelayanan yang akan diperolehnya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
99	Buku panduan mengenai pelayanan kepada mahasiswa/i mudah dimengerti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
100	Dosen menerima saran dari mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
101	Dosen memperhatikan ketuntan mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
102	Dosen mengulangi penjelasannya jika diminta mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
103	Informasi mengenai biaya kuliah diberikan dengan jelas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
104	Mahasiswa/i tidak kesulitan untuk menghitung biaya perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
105	Universitas ini terkenal di masyarakat luas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
106	Universitas ini bermutu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
107	Program studi bermutu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
108	Universitas ini mengikuti perkembangan terbaru	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
109	Kebijakan universitas mempertimbangkan kepentingan mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
110	Universitas ini dipercaya oleh masyarakat luas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
111	Universitas ini memiliki lulusan yang dikenal di masyarakat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
112	Kuliah di universitas ini bergensi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
113	Dosen universitas ini handal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
114	Dosen universitas ini memiliki reputasi yang baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
115	Karyawan/ti memiliki reputasi yang baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
116	Dosen universitas ini dikenal di masyarakat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



117	Dosen dapat dipercaya											
118	Dosen bersikap jujur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
119	Karyawan/ti dapat dipercaya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
120	Karyawan/ti bersikap jujur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
121	Dosen suka membantu mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
122	Karyawan/ti suka membantu mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
123	Dosen mengambil keuntungan pribadi dari mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
124	Karyawan/ti mengambil keuntungan pribadi dari mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
125	Hubungan mahasiswa/i dan dosen tergolong baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
126	Hubungan mahasiswa/i dan karyawan/ti tergolong baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
127	Mahasiswa/i merasa aman berada di kampus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
128	Lingkungan kampus tergolong aman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
129	Lingkungan kampus tidak rawan kejahatan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
130	Tempat parkir aman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
131	Tempat pelayanan administrasi aman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
132	Mahasiswa/i tidak akan dirugikan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
133	Kelebihan uang pembayaran akan dikembalikan sepenuhnya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
134	Pembayaran dilengkapi dengan bukti yang dapat dipercaya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
135	Rahasia mengenai kelemahan mahasiswa/i terjamin oleh dosen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
136	Mahasiswa/i yang menyampaikan sesuatu tidak akan terancam	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
137	Mahasiswa/i yang menyampaikan saran dijamin kerahasiannya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
138	Mahasiswa/i yang menyampaikan kritik dijamin kerahasiannya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
139	Mahasiswa/i yang melakukan pengaduan terjamin kerahasiannya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
140	Mahasiswa/i tidak sulit menjelaskan kebutuhannya kepada dosen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
141	Dosen mengetahui kebutuhan mahasiswa/i dalam perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
142	Dosen mengetahui kemampuan mahasiswa/i dalam perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
143	Dosen menanyakan kesulitan mahasiswa/i untuk memahami materi perkuliahan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
144	Dosen mengetahui nama mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
145	Dosen mengetahui daerah asal mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
146	Dosen menegur mahasiswa/i di luar ruang kuliah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
147	Dosen menanyakan perkembangan kuliah mahasiswa/i	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
148	Dosen mengingat mahasiswa/i-nya walaupun telah lulus	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
149	Ruang kuliah bersih	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
150	Ruang kuliah nyaman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
151	Ruang kuliah tidak panas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
152	Ruang kuliah tidak padat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
153	Ruang perpustakaan nyaman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
154	Ruang baca di perpustakaan menyenangkan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
155	Gedung kampus megah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
156	Gedung kampus mewah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
157	Ruangan di dalam kampus bersih	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
158	Ruangan di dalam kampus asri	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
159	Kamar kecil bersih	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
160	Buku di perpustakaan lengkap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
161	Perpustakaan memiliki buku edisi baru	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
162	Jumlah buku di perpustakaan memadai	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
163	Koran, majalah dan terbitan berkala lainnya tersedia di perpustakaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
164	Penampilan dosen rapi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
165	Dosen berpakaian bersih	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
166	Dosen berpakaian sopan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
167	Penampilan karyawan/ti rapi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
168	Karyawan/ti berpakaian bersih	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
169	Karyawan/ti berpakaian sopan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
170	Peralatan yang digunakan dalam perkuliahan tergolong canggih	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
171	Peralatan yang digunakan dalam perkuliahan tergolong moderen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
172	Pengatur udara di ruangan kuliah berfungsi dengan baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
173	Pengatur udara di perpustakaan berfungsi dengan baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
174	Perpustakaan menggunakan teknologi komputer moderen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
175	Kursi dan meja kuliah tergolong baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
176	Kursi dan meja kuliah tidak kumuh	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
177	Ruangan istirahat mahasiswa/i memadai	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
178	Sarana parkir memadai	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
179	Sarana kegiatan ekstra kurikuler mahasiswa/i memadai	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
180	Lingkungan kampus sejuk	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
181	Lingkungan kampus nyaman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	



