

# PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

**Kelik Purwanto**  
Universitas Dharmas Indonesia (Undhari)  
[iwatarhamadani@gmail.com](mailto:iwatarhamadani@gmail.com)

## ABSTRACT

*In this study, there are two variables, namely: the independent variable is the perception of price (X1) and service (X2) then the dependent variable is student satisfaction (Y). The research subjects were active students at the Dharmas University of Indonesia and the research object was the Dharmas Indonesia University. The purpose of this study is to analyze the effect of perceived price and service quality on student satisfaction at Dharmas University of Indonesia. Indicators of perceived price (X1), affordability, price suitability while service (X2) are Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. and student satisfaction (Y), reliability, responsiveness, certainty, empathy, tangibility. The sample of this research is active students who study at the Indonesian Dharmas University. Then this research uses data collection techniques using a questionnaire, which is a data collection technique carried out by giving a set of questions to other people who are respondents in the study, so that that person can provide answers to the questions given.*

**Keyword :** *perception of price, service quality and satisfaction, students,*

## PENDAHULUAN

Di Indonesia perguruan tinggi sudah berkembang dan semakin maju, terbukti dengan sangat mudahnya saat sekarang ini untuk menemukan perguruan tinggi baik perguruan tinggi negeri maupun swasta yang sudah tersebar diseluruh wilayah dan daerah yang ada di Indonesia, Meskipun berbeda pihak dalam pendirian sebuah perguruan tinggi, namun keduanya sama-sama saling bersaing dalam meningkatkan mutu dan kualitas dari setiap perguruan tinggi

yang mereka dirikan dengan tujuan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Mengukur tingkat kualitas pelayanan perguruan tinggi tidaklah semudah mengukur suatu barang yang sudah memiliki nilai sendiri, mengingat karena hal ini berhubungan langsung dengan persepsi konsumen. Setiap konsumen pasti akan memberikan tanggapan positif jika kualitas pelayanan yang mereka dapatkan memenuhi bahkan melebihi dari yang mereka harapkan. Menurut Supranto (2006), kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, pendapat Pasuraman dalam Indrawati (2011) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu : Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Kemudahan akses (*empaty*), Penampilan fisik (*tangible*).

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan setelah produk itu terjual ke konsumen. (Kurniawan, 2014:34), sedangkan menurut Kotler (2009), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Universitas dharma indonesia adalah salah satu perguruan tinggi yang didirikan oleh pihak swasta yang bernaung dibawah yayasan amanah ampang kurangi yang terletak di kabupaten dharma raya provinsi sumatera barat yang berbatasan langsung dengan provinsi jambi. Letak Kabupaten Dharma raya yang strategis dan potensi sumber daya manusia yang berkeinginan untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi sangat banyak, maka dimanfaatkanlah oleh perguruan tinggi yang ada di pulau

Sumatera dan Pulau Jawa membuka kampus kelas jauh di Dharma raya. Untuk memfasilitas para generasi muda yang ada di dharma raya untuk kuliah diperguruan tinggi yang resmi dan berizin dari kementerian pendidikan tinggi republic Indonesia.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa.
2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa.

### **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi bagi universitas dharma indonesia sebagai sebuah lembaga pendidikan dalam upaya memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk

1. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pimpinan untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan.
2. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pimpinan agar dapat lebih

mengatahui factor-faktor yang berdampak pada kepuasan mahasiswa

## **PEMBAHASAN**

### **1. Persepsi Harga**

Harga merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan pada konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang dan jasa ( Winardi ( 2004 : 5 ). Dalam konteks pemasaran menurut Kotler dan Gary Amstrong (2008:345) istilah harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai konsumen dalam pertukaran untuk mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Simamora(2002:102)

mendefinisikan persepsi adalah“bagaimana kita melihat dunia sekitar kita” atau secara formal, merupakan suatu proses dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh. Sedangkan menurut Solomon (2007:49) persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur dan menafsirkan manfaat, kemudian, berfokus pada apa yang kita perbuat dalam menambahkan sesuatu yang mentah untuk memberi mereka makna.

Kotler dan Keller (2009:67) menjelaskan harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

Dalam menyusun kebijakan penetapan harga, perusahaan mengikuti prosedur tahap penetapan harga yaitu:

- a. Memilih tujuan penetapan harga
- b. Penentuan permintaan..
- c. Memperkirakan biaya
- d. Menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing
- e. Memilih metode penetapan harga

### **2. Pelayanan**

Kualitas jasa menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2011) adalah sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa”. Pengertian ini dialandasi pada tiga landasan konseptual utama, yaitu: 1) Kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen dibandingkan kualitas barang. 2) Persepsi terhadap kualitas jasa merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja actual jasa dan 3) Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang

berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

Menurut Supranto (2006) kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan. Zeithaml dan Bitner (2006) kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuisioner. Teknik SERVQUAL dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

SERVQUAL memiliki 5 dimensi antaranya adalah:

**a. *Tangibles***

*Tangibles* adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan.

**b. *Reliability***

*Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan.

**c. *Responsiveness***

*Responsiveness* adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

**d. *Assurance***

*Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan.

**e. *Empathy***

*Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan.

### **3. Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono, (2011) kepuasan pelanggan sudah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Terciptanya kepuasan

konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya (Tjiptono, 2004:78) :

- a. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan reputasi perusahaan di mata konsumen.

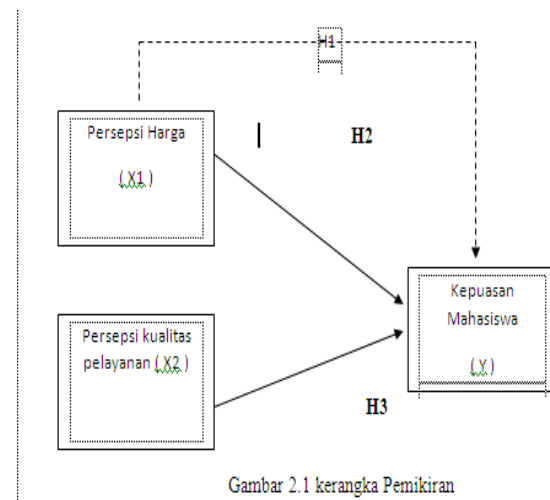
Husein Umar (2003:15) menyatakan 6 konsep yang umum dipakai dalam mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan..
2. Dimensi kepuasan pelanggan.
3. Konfirmasi Harapan.
4. Minat pembelian ulang.
5. Kesiediaan untuk merekomendasi.
6. Ketidakpuasan pelanggan.

Tjiptono (2011) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. Survei kepuasan konsumen
- c. *Ghost shopping*
- d. *Lost customer analysis*

## Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada kajian teori dan kerangka pemikiran diatas maka dapat dikemukakan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara simultan berpengaruh baik persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia
2. Persepsi harga, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa Univesitas Dharmas Indonesia

## METODOLOGI PENELITIAN

### 1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang

menunjukkan nilai atau besaran variabel yang diwakilinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber (Sekaran,2006).

## 2. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. *Convenience sampling* adalah cara mengumpulkan informasi dari elemen-elemen populasi yang tersedia dengan tidak perlu susah payah. Sampel penelitian ini yaitu, mahasiswa aktif yang melakukan studi di universitas dharmas indonesia.

Sampel adalah proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi yang mencukupi dan dapat mewakili populasi tersebut (Masngudi, 2012). Sampel juga merupakan bahagian dari populasi yang akan mewakili karakteristik populasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2013) yang mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari karakteristik yang mewakili populasi.

## 3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Teknik ini menunjukkan suatu cara yang sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui

angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, dan sebagainya, Sekaran (2006). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### **Kuisisioner**

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan-pertanyaan kepada orang lain yang dijadikan responden. Sekala yang digunakan adalah sekala likert. Menurut Sugiyono (2015) sekala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai seperti dibawah ini: (1.)Sangat setuju (SS) : 5 (2) Setuju (S) : 4 (3) Netral(N) : (3) Tidak setuju (TS) : 2 (5) Sangat tidak setuju(STS): 1

## 4. Definisi oprasional variabel penelitian

Definisi oprasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang diamati, Sugiyono (2011). Definisi oprasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Adapun definisi oprasional dalam penelitian ini adalah

Variabel	Indikator
Harga (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga.</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas layanan.</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat. (Kotler dan Armstrong, 2008).</li> </ol>
Kualitas Pelayanan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangible.</i></li> <li>2. <i>Reliability</i></li> <li>3. <i>Responsiveness.</i></li> <li>4. <i>Assurance</i></li> <li>5. <i>Empathy.</i></li> </ol>
Kepuasan Mahasiswa (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Daya tanggap</li> <li>3. Kepastian,</li> <li>4. Empati,</li> <li>5. Berwujud</li> </ol>
--	---

## 5. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut Sekaran (2006).

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil.

## 6. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel

terhadap satu buah variabel. Variabel yang mempengaruhi sering disebut variabel bebas, variabel independen atau variabel penjelas. Sugiyono (2015). Regresi linear berganda sebagai alat analisis data yang dioperasikan menggunakan program komputer SPSS.2.0

Persamaan matematis analisis regresi linier berganda dituliskan sebagai berikut :  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$  Dimana :  $Y$  = kepuasan konsumen  $a$  = konstanta  $\beta_1, \beta_2$  = koefisien regresi  $X_2$  = kualitas pelayanan  $X_1$  = persepsi harga  $e$  = eror

## 2. Uji Hipotesis

1) Uji F ( pengujian secara silmultan )  
 Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (silmultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Uji t ( pengujian secara persial ) Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel penjelas yaitu persepsi Harga ( $X_1$ ), dan persepsi kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dalam menerangkan variasi variabel dependennya itu kepuasan mahasiswa.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Gambaran Umum Responden

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Teknik ini menunjukkan suatu cara yang sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi, dan

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Dharmasraya Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner langsung kepada mahasiswa aktif di Universitas Dharmasraya dengan cara *Convenience Sampling*. *Convenience sampling* adalah cara mengumpulkan informasi dari elemen-elemen populasi yang tersedia dengan tidak perlu susah payah. Total kuesioner yang disebarkan kepada responden sebanyak 115 kuesioner, kemudian kuesioner yang kembali berjumlah 115, kuesioner yang tidak kembali 0, kuesioner yang tidak memenuhi syarat 0, dan kuesioner yang dapat diolah 115.

Berikut ini dalam tabel 4.1 disajikan profil responden sebagai berikut :



### Profil Responden

No	Karakteristik	Jumlah	
1.	Umur	115	
	a. 18-27		
	b. 28-37		
	c. 38-47		
	TOTAL	115	
2.	Jenis Kelamin	53	
	a. Laki		
	Laki		62
	b. Perempuan		
	TOTAL	115	

Sumber : Data primer

### 2.Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan item dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Apabila didapatkan nilai *Pearson Correlation* yang positif dan signifikan, maka item tersebut valid. Uji validitas dan reliabilitas menggunakan IBM SPSS 2.0 Uji Validitas Persepsi Harga, Persepsi kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Hasil uji validitas instrumen persepsi harga dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dalam tabel

### Uji Validitas Instrumen Menggunakan SPSS 2.0

Uji Validitas Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)			
Item Ke	P	$\alpha < 0,05$	Status
1. X1.1	0,000	0,05	Valid
2. X1.2	0,000	0,05	Valid
3.X1.3	0,000	0,05	Valid
4. X1.4	0,000	0,05	Valid
5.X1.5	0,000	0,05	Valid
6.X1.6	0,000	0,05	Valid
7.X1.7	0,000	0,05	Valid
8.X1.8	0,000	0,05	Valid
9.X1.9	0,000	0,05	Valid
10.X1.10	0,000	0,05	Valid
11.X1.11	0,000	0,05	Valid
12.X1.12	0,000	0,05	Valid
13.X1.13	0,000	0,05	Valid
14.X1.14	0,000	0,05	Valid
15.X1.15	0,000	0,05	Valid
Uji Validitas Persepsi Harga (X2)			
Item Ke	P	$\alpha < 0,05$	Status
1.X2.1	0,000	0,05	Valid
2.X2.2	0,000	0,05	Valid
3.X2.3	0,000	0,05	Valid

Uji Validitas Kepuasan Mahasiswa (Y)			
Item Ke	P	$\alpha < 0,05$	Status
1.Y1.1	0,000	0,05	Valid
2.Y1.2	0,000	0,05	Valid
3.Y1.3	0,000	0,05	Valid
4.Y1.4	0,000	0,05	Valid
5.Y1.5	0,000	0,05	Valid

Sumber :

Berdasarkan hasil pengujian *Person Correlation* pada tabel 4.2 diketahui bahwa masing-masing memiliki nilai signifikan  $\text{Sig.}(2\text{-tailed}) < 0,05$  yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan dalam instrumen kepercayaan valid. Jadi kesimpulannya bahwa seluruh item yang terdapat pada setiap variabel memiliki hasil signifikan validitas yang baik.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas masing – masing instrumen akan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha*, instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,06$  (Sekaran, 2006), hasil analisis data diperoleh *Cronbach's Alpha* untuk masing – masing variabel pada tabel

### Uji Reliabelitas Instrumen Menggunakan Program IBM SPSS 2.0

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kualitas Pelayanan	0,939	Reliabel
Persepsi Harga	0,836	Reliabel
Kepuasan Mahasiswa	0,908	Reliabel

Pada tabel diatas, dapat ditunjukkan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan reliabel atau alat yang digunakan dapat dipercaya/dapat diandalkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang dimiliki masing – masing variabel  $> 0,60$ . Jadi kesimpulannya bahwa seluruh item pada variabel memiliki kekosinsistenan yang tinggi, bahkan jika diuji berulang-ulang dalam subyek dan kondisi yang sama.

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda didasari pada hubungan kasual dari dua atau lebih variabel dependen. Analisis regresi linear berganda ini akan dilakukan bila jumlah variabel independennya terdapat minimal dua atau lebih. Berikut ini adalah hasil perhitungan

analisis regresi linear berganda yang menggunakan SPSS versi 2.0

**Hasil Uji Regresi Linear  
Berganda antara Variabel  
Independen dengan Variabel  
Dependen**

Variabel	Standardized Coefficient Beta
Persepsi Kualitas Pelayanan	0,443
Persepsi Harga	0,406

Berdasarkan tabel diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 2.0 didapat hasil sebagai berikut:

- a. Variabel persepsi kualitas pelayanan diperoleh nilai *standardized coefficient beta* arah positif sebesar 0,443, sehingga kepuasan mahasiswa yang tinggi akan memperkuat atau meningkatkan persepsi kualitas pelayanan.
- b. Variabel persepsi harga diperoleh nilai *standardized coefficient beta* arah positif sebesar 0,406, sehingga kepuasan mahasiswa yang tinggi akan memperkuat atau meningkatkan persepsi harga.

Berikut dibawah ini merupakan rumus regresi linear berganda dalam penelitian ini berdasarkan tabel 4.4:

$$Y=0,443X_1+0,406X_2$$

**5. Pengujian Hipotesis Silmutan ( F )**

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui hipotesis yang diajukan yaitu : ada pengaruh signifikan antara variabel Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa terbukti kebenarannya atau tidak dengan menggunakan uji F. pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh X1 dan X2 terhadap Y secara bersama-sama.

**Hasil Uji F**

F hitung	Sig
94,560	,000

Dari hasil uji F pada tabel diperoleh F hitung sebesar 94,560 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\% (0,000 < 0,05)$ , maka H1 diterima, atau dapat disimpulkan persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga secara silmutan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, dengan demikian hipotesis terbukti.

**6.Uji Persial ( Uji t )**

Selanjutnya untuk meyakinkan bahwa masing – masing variabel yaitu : Persepsi

Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa akan dilakukan pengujian secara parsial.

### Hasil Uji t

Variabel	T	Sig	Keterangan
Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)	5,140	,000	Signifikan
Persepsi Harga (X2)	4,719	,000	Signifikan

a. Pengujian variabel persepsi kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan nilai positif signifikan variabel persepsi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,000( $0,000 < 0,05$ ). Artinya persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan proses studi di Universitas dharma Indonesia. Hipotesis 2 diterima/terbukti.

b. Pengujian variabel persepsi harga (X2)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan nilai positif signifikan variabel persepsi harga (X2) sebesar 0,000( $0,000 < 0,05$ ). Artinya persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

dalam melakukan proses studi di Universitas dharma Indonesia. Hipotesis 3 diterima/terbukti.

### 7. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Perhitungan koefisien determinasi disajikan pada tabel berikut:

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 <sup>a</sup>	.628	.621	2.626

Nilai *adjusted R Square* sebesar 0,621 menunjukkan variabel-variabel Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga menjelaskan perubahan pada Kepuasan Mahasiswa sebesar 62,1% sedangkan sisanya yaitu 37,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

### Pembahasan (Interpretasi)

1. Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan persepsi kualitas pelayanan

dan persepsi harga mempunyai pengaruh simultan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas dharmas indonesia. Dengan keualitas pelayanan yang baik dan harga yang ditetapkan terjangkau menurut persepsi mahasiswa dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Dengan demikian pengujian hipotesisi pertama antara persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

## 2. Persepsi Kualitas Pelayanan

Pengujian hipotesis ke dua menyatakan bahwa Persepsi Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Hasil regresi pada tabel regresi linear menunjukkan bahwa Persepsi Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikan 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa sehingga terbukti hipotesis ke dua diterima.

Kualitas Pelayanan yang diberikan Universitas dharmas indonesia berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Mahasiswa, dikarenakan Kualitas Pelayanan yang diberikan memiliki standar yang baik dan sesuai dengan harapan mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

yang diberikan dengan baik akan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Hal ini juga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan semakin baik sehingga kepuasan yang dirasakan mahasiswa akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Nguyen Minh Tuan ( 2012), Sylvana (2006), Wahyudi *et al* (2015), dan Sumaedi *et al* (2011) dari masing-masing penelitian yang telah dilakukan bahwa Kualitas Pelyanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

## 3. Persepsi Harga

Pengujian hipotesis ke tiga menyatakan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa. Hasil regresi menunjukkan bahwa Persepsi Harga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa sehingga hipotesis dua diterima. Selain kualitas pelayanan , faktor lain yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah harga, keterjangkauan harga yang ditetapkan Universitas membantu mahasiswa untuk memperoleh tingkat pendidikan yang lebih baik dan berkualitas, dengan demikian maka

tingkat kepuasan yang dirasakan mahasiswa akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Nguyen Minh Tuan (2012) dan Sumaedi *et al* (2011) dari masing-masing penelitian yang telah dilakukan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan studi di Universitas dharma Indonesia.
2. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan studi di Universitas dharma Indonesia.
3. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan studi di Universitas dharma Indonesia.

### **Saran**

1. Untuk Universitas dharma Indonesia agar lebih meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan serta menyesuaikan

harga, sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan mahasiswa.

2. Untuk penelitian selanjutnya dianjurkan menggunakan variabel lain untuk mengukur kepuasan mahasiswa, karena variabel persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga belum cukup kuat untuk mengukur kepuasan mahasiswa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Basu Swatsha dan Irawan, 2005. *Asas-asas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Charlie Bernardo Halomoan Samosir Arief Bowo Prayoga K "Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *ENERVON-C*
- Dzara Ivoni<sup>1</sup>, I Wayan Santika<sup>2</sup>, Alit Suryani<sup>3</sup>, Jurnal Pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Merek, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli *Fashion ONLINE*
- Ghozali, Imam, 2009. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Januar Efendi Panjaitan <sup>1</sup>, Ai Lili Yuliati <sup>2</sup>, Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang BANDUNG
- Kurniawan, A. (2014). *Total Marketing*. Yogyakarta: PT. BUKU KITA.

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*. Selamba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008.*Prinsip-prinsip*.Jilid 2 Edisi kedelapan.Dialih bahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. L, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Erlangga, : Jakarta.
- Linda Nur Susila,Jurnal “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kantor Kelurahan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kelurahan Jagalan Kecamatan Jebres Kota Surakarta
- Lilian Yulia Abadi, “ Jurnal Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual dalam Bisnis Gourmet Land Cafe
- Masngundi, Prof,DR. H. (2012). *Buku Metodologi Penelitian*.Jakarta: Trianandra Universiti Press
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&Q*. ALFABETA. Bandung.
- Supranto. 2006., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga . Rineka Cipta: