

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA  
PADA SEKOLAH TINGGI AGAMA BUDDHA NEGERI  
SRIWIJAYA**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RENDI PRASETIA**

**20150500091**

**JURUSAN MANAJEMEN  
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN**



**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG  
2019**

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA  
PADA SEKOLAH TINGGI AGAMA BUDDHA NEGERI  
SRIWIJAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana Pada Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Buddhi Dharma Tangerang  
Jenjang Pendidikan Strata 1**

**Oleh :**

**RENDI PRASETIA**

**20150500091**



**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG  
2019**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

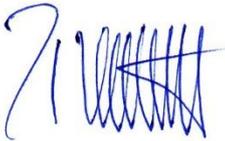
**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Rendi Prasetya  
NIM : 20150500091  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Menyetujui,  
Pembimbing,



**Pujiarti, S.E., M.M.**  
NIDN : 0419096601

Tangerang, 19 Februari 2019

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



**Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Rendi Prasetya

NIM : 20150500091

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen (S.M.)**.

Menyetujui,  
Pembimbing,



**Pujiarti, S.E., M.M.**  
NIDN : 0419096601

Tangerang, 3 Mei 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan,



**Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pujiarti, S.E., M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Rendi Prasetya

NIM : 20150500091

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Jurusan : Manajemen

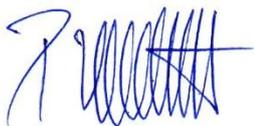
Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,

Pembimbing,



**Pujiarti, S.E., M.M.**  
NIDN : 0419096601

Tangerang, 3 Mei 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan,



**Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Rendi Prasetya  
NIM : 20150500091  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**SANGAT MEMUASKAN**” oleh Tim Penguji pada hari Selasa, tanggal 30 Juli 2019.

**Nama Penguji**

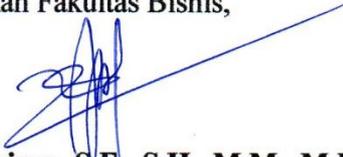
**Tanda Tangan**

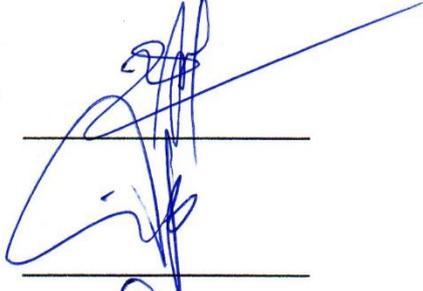
Ketua Penguji : **Sutrisna, S.E., S.H., M.M., M.Kn.**  
NIDN : 0421077402

Penguji I : **Heri Satrianto, S.E., M.M.**  
NIDN : 0403027206

Penguji II : **Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.**  
NIDN : 0401016810

Dekan Fakultas Bisnis,

  
**Sutrisna, S.E., S.H., M.M., M.Kn.**  
NIDN : 0421077402


## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana di Universitas Buddhi Dharma.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti : buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data primer, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Jurusan atau Dekan atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan Keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 3 Mei 2019

Yang membuat pernyataan,



Rendi Prasetya

NIM: 20150500091

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dibuat oleh,

NIM : 20150500091  
Nama : Rendi Prasetya  
Jenjang Studi : S1  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: “Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 30 Juli 2019

Penulis



( Rendi Prasetya )

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN  
MAHASISWA PADA SEKOLAH TINGGI AGAMA BUDDHA NEGERI  
SRIWIJAYA**

**ABSTRAK**

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan mahasiswa pada STABN Sriwijaya. Sampel penelitian ini berjumlah 94 responden adalah mahasiswa STABN Sriwijaya pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan data penelitian ini menggunakan SPSS versi 22. Teknik sampling yang dipakai adalah rumus Slovin. Model penelitian yang digunakan yaitu model penelitian deskriptif dimana menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai faktor-faktor yang diteliti. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dengan nilai  $r_{hitung}$  dan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil dari pengolahan data diperoleh persamaan linear berganda  $Y = 7,665 + 0,561 X_1 + 0,208 X_2$ , artinya setiap peningkatan atau penurunan fasilitas sebesar 1 poin, maka kepuasan mahasiswa pada STABN Sriwijaya akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,561, dan setiap peningkatan atau penurunan lokasi sebesar 1 poin, maka kepuasan mahasiswa pada STABN Sriwijaya akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,208.

Selain menghitung pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat, pada penelitian ini dihitung pula hubungan antar variabel. Korelasi antara fasilitas dengan kepuasan mahasiswa sebesar 0,716 dan korelasi antara lokasi dengan kepuasan mahasiswa sebesar 0,549. Maka dapat dikatakan hubungan fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa adalah kuat dan positif, sedangkan hubungan antara lokasi terhadap kepuasan mahasiswa adalah sedang dan positif.

Dari hasil uji F, model 1 didapat nilai 96,531 dan model 2 didapat nilai 53,985 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,10, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil uji t didapat  $t_{hitung}$  fasilitas sebesar 6,931, dan  $t_{hitung}$  lokasi sebesar 2,469, dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,98609, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan mahasiswa.

**Kata Kunci : Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Mahasiswa**

**THE INFLUENCE OF FACILITIES AND LOCATIONS ON STUDENT  
SATISFACTION AT THE HIGH SCHOOL OF RELIGION BUDDHISM  
SRIWIJAYA**

**ABSTRACT**

*The writing of this thesis aims to determine the effect of facilities and locations on student satisfaction at STABN Sriwijaya. The sample of this study amounted to 94 respondents who were STABN Sriwijaya students. Data collection was done through questionnaires and data processing of this study using SPSS version 22. The sampling technique used was slovin formula. The research model used is a descriptive research model which describes systematically and accurately about the factors studied. The data testing technique used in this study is the validity test with a calculated value and reliability test with Cronbach's Alpha. The analysis used is multiple linear regression analysis to test and prove the research hypothesis.*

*The results of data processing obtained multiple linear equations  $Y = 7.665 + 0.561 X_1 + 0.208 X_2$ , meaning that every increase or decrease in facilities of 1 point, results in student satisfaction at Sriwijaya STABN will experience an increase or decrease of 0.561, and for each increase or decrease in location is 1 points, then student satisfaction at STABN Sriwijaya will increase or decrease by 0.208.*

*In addition to calculating the influence between independent variables and dependent variables, the relationship between variables is also calculated in this study. Correlation between facilities with student satisfaction is 0.716 and correlation between location and student satisfaction is 0.549. It can be said that the relationship between facilities and student satisfaction is strong and positive, while the relationship between location and student satisfaction is being and positive.*

*From the results of the F test, model 1 obtained a value of 96.531 and model 2 was obtained by 53.985 where the value was greater than  $F_{table}$  of 3.10, then  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted. From the results of the t test, the  $t_{count}$  facility is 6.931, and the  $t_{count}$  location is 2.469, where the value is greater than  $t_{table}$  of 1.98609, then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning there is a significant influence between facilities and location on student satisfaction.*

**Keywords : Facilities, Location, Student Satisfaction**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulisan skripsi yang disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam jenjang Pendidikan Strata 1 di Universitas Buddhi Dharma yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya”** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan doa, dorongan, petunjuk, bimbingan dan saran yang diberikan selama penulisan skripsi ini. Ucapan ini ditunjukkan kepada :

1. Bapak Dr. Sofian Sugioko, M.M., CPMA. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
2. Bapak Sutrisna, S.E., S.H., M.M., M.Kn. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
3. Bapak Eso Hernawan, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
4. Ibu Pujiarti, S.E., M.M. selaku Pembimbing yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan.

5. Bapak Sapardi, S.Ag., M.Hum. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Buddha Sriwijaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh staf akademik dan non-akademik, serta teman-teman di Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya yang telah membantu memberikan informasi dan data yang diperlukan selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai dan staf Perpustakaan Universitas Buddhi Dharma yang telah banyak membantu dalam mencari referensi buku selama ini.
9. Orang tua saya Bapak Oktin dan Ibu Aan serta keluarga yang selama ini menyayangi, mendukung, mendoakan dan memberikan pendidikan yang layak bagi penulis.
10. Natalia Gunawan, Edward Ronaldo, Oman, Gerdy, Yudi Friyanto , Arishandi, Guntur Tanu Wijaya, Keyren Agatha, Chintia Dewi, serta teman-teman yang telah membantu, mendukung dan memberikan doa dalam penulisan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat ditulis satu persatu disini, terima kasih atas bantuan dan dukungannya dalam segi apapun kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun dari pembaca maupun dari pihak-pihak yang terkait dalam usaha penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan dapat memberikan sumbangsih bagi Almamater, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Tangerang, 19 Februari 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rendi Prasetya', written in a cursive style.

Penulis  
(Rendi Prasetya)

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>JUDUL LUAR</b>	
<b>JUDUL DALAM</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b>	
<b>REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7

E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Gambaran Umum Teori .....	11
1. Pemasaran .....	11
a. Pengertian Pemasaran .....	11
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
c. Pengertian Pemasaran Jasa.....	13
d. Pengertian Bauran Pemasaran .....	14
e. Variabel Bauran Pemasaran .....	15
f. Karakteristik Jasa .....	17
2. Fasilitas.....	18
a. Pengertian Fasilitas .....	18
b. Desain Fasilitas Jasa .....	19
c. Tata Letak Fasilitas Jasa .....	23
3. Lokasi .....	24
a. Pengertian Lokasi .....	24
b. Dimensi Lokasi .....	25
4. Kepuasan .....	27
a. Pengertian Kepuasan .....	27
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan .....	28
c. Elemen Kepuasan Konsumen.....	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	32
C. Kerangka Pemikiran .....	34
D. Perumusan Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Jenis Penelitian .....	36
B. Objek Penelitian .....	37
1. Sejarah Singkat STABN Sriwijaya .....	37
2. Visi dan Misi STABN Sriwijaya.....	38

3. Struktur Organisasi .....	40
4. Uraian Tugas STABN Sriwijaya .....	41
C. Jenis dan Sumber Data .....	47
1. Jenis Data .....	47
2. Sumber Data .....	48
D. Populasi dan Sampel .....	48
1. Populasi .....	48
2. Sampel .....	49
E. Teknik Pengumpulan Data .....	50
1. Teknik Pengumpulan Data Primer .....	50
2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder .....	50
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	51
1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	51
2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ).....	51
G. Teknik Analisis Data .....	54
1. Statistik Deskriptif .....	54
2. Uji Frekuensi .....	54
3. Uji Validitas .....	55
4. Uji Reliabilitas .....	56
5. Uji Asumsi Klasik .....	57
a. Uji Multikolinieritas .....	57
b. Uji Heteroskedastisitas .....	57
c. Uji Normalitas .....	58
6. Uji Hipotesis Penelitian .....	58
a. Regresi Linear Berganda .....	58
b. Analisis Korelasi Berganda .....	59
c. Analisis Koefisien Determinasi .....	60
d. Uji t .....	61
e. Uji F .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	64

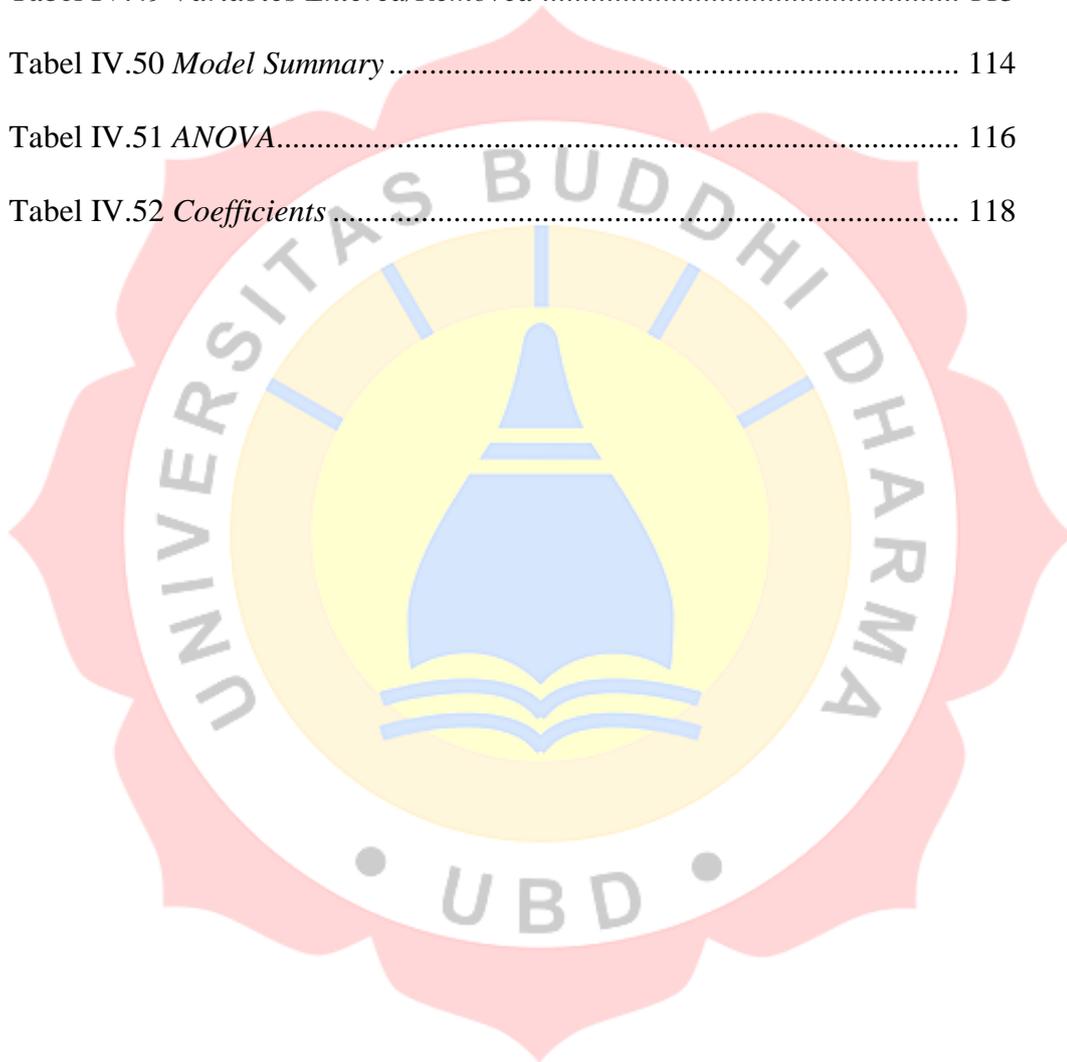
1. Statistik Deskriptif .....	65
2. Frekuensi Data Responden .....	66
3. Frekuensi Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	69
4. Frekuensi Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ).....	89
B. Analisa Hasil Penelitian .....	99
1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Fasilitas (X1) ...	99
2. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Lokasi (X2) .....	102
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y).....	105
4. Uji Asumsi Klasik .....	108
C. Pengujian Hipotesis .....	111
D. Pembahasan .....	120
1. Hasil Analisis Data Reponden.....	120
2. Hasil Analisis variabel X1 terhadap Y .....	121
3. Hasil Analisis variabel X2 terhadap Y .....	121
4. Hasil Analisis variabel X1 dan X2 terhadap Y .....	122
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	123
A. Kesimpulan .....	123
1. Kesimpulan Umum .....	123
2. Kesimpulan Khusus.....	124
B. Implikasi .....	126
1. Implikasi Teoritis .....	126
2. Impikasi Manajerial .....	126
3. Implikasi Metodologi .....	127
C. Saran .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	130
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	132
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel III.2 Operasional Variabel.....	52
Tabel III.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	60
Tabel IV.4 Analisis Deskriptif .....	65
Tabel IV.5 Frekuensi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel IV.6 Frekuensi Data Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel IV.7 Frekuensi Data Responden Berdasarkan Semester.....	68
Tabel IV.8 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 1 .....	69
Tabel IV.9 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 2 .....	70
Tabel IV.10 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 3 .....	71
Tabel IV.11 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 4 .....	72
Tabel IV.12 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 5 .....	73
Tabel IV.13 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 6 .....	74
Tabel IV.14 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 7 .....	75
Tabel IV.15 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 8 .....	76
Tabel IV.16 Frekuensi Fasilitas Pernyataan 9 .....	77
Tabel IV.17 Frekuensi Lokasi Pernyataan 10 .....	78
Tabel IV.18 Frekuensi Lokasi Pernyataan 1 .....	79
Tabel IV.19 Frekuensi Lokasi Pernyataan 2 .....	80
Tabel IV.20 Frekuensi Lokasi Pernyataan 3 .....	81
Tabel IV.21 Frekuensi Lokasi Pernyataan 4 .....	82

Tabel IV.22 Frekuensi Lokasi Pernyataan 5 .....	83
Tabel IV.23 Frekuensi Lokasi Pernyataan 6 .....	84
Tabel IV.24 Frekuensi Lokasi Pernyataan 7 .....	85
Tabel IV.25 Frekuensi Lokasi Pernyataan 8 .....	86
Tabel IV.26 Frekuensi Lokasi Pernyataan 9 .....	87
Tabel IV.27 Frekuensi Lokasi Pernyataan 10 .....	88
Tabel IV.28 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 1 .....	89
Tabel IV.29 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 2 .....	90
Tabel IV.30 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 3 .....	91
Tabel IV.31 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 4 .....	92
Tabel IV.32 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 5 .....	93
Tabel IV.33 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 6 .....	94
Tabel IV.34 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 7 .....	95
Tabel IV.35 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 8 .....	96
Tabel IV.36 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 9 .....	97
Tabel IV.37 Frekuensi Kepuasan Mahasiswa Pernyataan 10 .....	98
Tabel IV.38 <i>Case Processing Summary</i> Fasilitas (X1) .....	99
Tabel IV.39 <i>Reliability Statistics</i> Fasilitas (X1) .....	100
Tabel IV.40 <i>Item-Total Statistics</i> Fasilitas (X1) .....	101
Tabel IV.41 <i>Case Processing Summary</i> Lokasi (X2) .....	102
Tabel IV.42 <i>Reliability Statistics</i> Lokasi (X2) .....	103
Tabel IV.43 <i>Item-Total Statistics</i> Lokasi (X2) .....	104
Tabel IV.44 <i>Case Processing Summary</i> Kepuasan Mahasiswa (Y) .....	105

Tabel IV.45 <i>Reliability Statistics</i> Kepuasan Mahasiswa (Y).....	106
Tabel IV.46 <i>Item-Total Statistics</i> Kepuasan Mahasiswa (Y).....	107
Tabel IV.47 Uji Multikolinearitas.....	108
Tabel IV.48 <i>Correlations</i> .....	111
Tabel IV.49 <i>Variables Entered/Removed</i> .....	113
Tabel IV.50 <i>Model Summary</i> .....	114
Tabel IV.51 <i>ANOVA</i> .....	116
Tabel IV.52 <i>Coefficients</i> .....	118



## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan II.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Bagan III.2 Struktur Organisasi .....	40



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Heteroskedastisitas Analisis Grafik .....	109
Gambar IV.2 Normalitas Analisis Grafik .....	110



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	Kuesioner
Lampiran 2 .....	Hasil Jawaban Responden
Lampiran 3 .....	Tabel r
Lampiran 4 .....	Tabel t
Lampiran 5 .....	Tabel f



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat berkembang pesat, dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membuat semua bidang bisnis yang ada di Indonesia mengalami perkembangan dan persaingan di semua bidang usaha tersebut, terutama dalam bidang industri jasa. Industri jasa meliputi banyak hal yaitu jasa pendidikan, hiburan, transportasi, pariwisata dan lainnya. Pada penelitian ini penulis akan membahas mengenai bidang jasa dalam dunia pendidikan. Pendidikan sudah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia, sehingga manusia berusaha untuk mendapatkan pendidikan yang setinggi-tingginya sebagai bekal untuk bersaing di dunia kerja.

Pendidikan berfungsi sebagai pembentukan pribadi manusia dan mengembangkan potensi diri, kepribadian, kecerdasan, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat. Peran pendidikan sangat penting dalam membentuk baik atau buruknya pribadi manusia. Menyadari akan hal tersebut, pemerintah sangat serius untuk menangani pendidikan agar pendidikan tersebut benar-benar dapat diterima dengan baik, dengan hal tersebut diharapkan muncul generasi penerus bangsa yang berkualitas serta

dapat menyesuaikan diri untuk hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan formal, khususnya pendidikan tinggi, menjadikan perguruan tinggi sangat diharapkan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang bermutu. Semakin maraknya perguruan tinggi yang membuat dunia pendidikan mengalami situasi yang penuh dengan persaingan antar perguruan tinggi, sehingga banyak cara yang dilakukan manajemen dalam organisasi untuk mempertahankan serta menarik minat calon mahasiswa baru seperti, mempertahankan citra lembaga yang baik, meningkatkan kualitas perguruan tinggi baik dari segi kualitas pengajar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi yang strategis, keamanan, kenyamanan, dan melakukan promosi baik itu dari iklan brosur atau spanduk dan lain sebagainya, sehingga lembaga pendidikan tinggi mampu serta unggul dalam persaingan tersebut. Suatu lembaga pendidikan haruslah dapat melihat dan memahami setiap kebutuhan dan keinginan para konsumennya dalam hal ini adalah mahasiswa agar mereka benar-benar merasa puas baik dari segi kualitas jasa pendidikan, kualitas pelayanan, aspek lokasi, harga, fasilitas, dan aspek-aspek lainnya yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tersebut.

Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas yang merupakan salah satu aspek yang sering digunakan oleh beberapa institusi dalam membujuk konsumen untuk memilih jasanya. karena dengan fasilitas yang baik maka dapat berpotensi menarik calon mahasiswa baru

yang akan mendaftar namun jika fasilitas kurang baik maka sangat kecil kemungkinan calon mahasiswa baru akan tertarik untuk mendaftar, fasilitas memberikan dukungan terhadap berbagai kegiatan dalam berbagai bidang. Dalam institusi pendidikan, dukungan fasilitas yang diharapkan memberikan kontribusi besar terhadap proses operasional yang dilakukan. Fasilitas lengkap membantu kegiatan akademik dan proses belajar mengajar akan semakin mudah dengan fasilitas lengkap yang tersedia pada perguruan tinggi. Dukungan fasilitas menjadi penunjang berbagai strategi manajemen dan berbagai kebijakan yang diciptakan untuk mencapai tujuan dari perguruan tinggi tersebut.

Pada beberapa perguruan tinggi, masih ditemukan minimnya fasilitas yang ada, baik dari sisi sarana dan prasarana maupun program-program pendukung kegiatan akademik di perguruan tinggi, mahasiswa merasa tidak di fasilitasi terhadap kebutuhan akademik mereka sehingga menghasilkan persepsi yang buruk terhadap perguruan tinggi tempat mereka melakukan kegiatan proses belajar mengajar tersebut. Fasilitas sangatlah penting guna kenyamanan para pengguna, sarana untuk melancarkan pelaksanaan tugas dan fungsi, serta memberikan kemudahan dalam berbagai proses yang dilakukan. Dengan fasilitas yang baik akan mendapat nilai positif yang diberikan oleh penggunanya.

Selain fasilitas yang lengkap dan sesuai dengan apa yang diharapkan, hal lain yang perlu diperhatikan adalah aspek lokasi dalam pendidikan itu sendiri. Lokasi merupakan bagian penting terhadap keberlangsungan

institusi dunia pendidikan untuk sekarang dan yang akan datang. Lokasi yang strategis merupakan keharusan agar pegguaan jasa dalam hal ini mahasiswa merasa puas dengan apa yang mereka inginkan.

Lokasi yang strategis akan membuat mahasiswa merasa aman dan nyaman untuk menuntut ilmu di lembaga pendidikan tersebut. Kemudahan jalan untuk diakses tentu akan mendapatkan respon positif dari konsumen, dalam hal ini lokasi terdapat petunjuk jalan untuk menuju lokasi tersebut, serta lokasi yang mudah dijangkau dan kondisi lingkungan di sekitar lembaga pendidikan yang dapat mendukung berbagai kegiatan mahasiswa, dengan kondisi tersebut akan membuat mahasiswa dapat meraih prestasi yang optimal dengan suasana lingkungan belajar yang kondusif dan menciptakan rasa yang nyaman dan tenang di sekitar lingkungan baik dari ruang kelas atau lokasi lembaga pendidikan. Lokasi yang terlalu dekat dengan keramaian, seperti pasar, pabrik, jalan raya cenderung mengganggu konsentrasi mahasiswa dalam kegiatan belajar dan membuat suasana belajar menjadi tidak kondusif.

Kemudahan dan kenyamanan dalam lokasi yang di dapat oleh mahasiswa tentu akan menciptakan kepuasan bagi para mahasiswa. Setelah mahasiswa merasa puas dengan lokasi maupun kualitas jasa yang diterima, mereka akan membandingkan kualitas jasa yang telah diterimanya. Apabila mahasiswa merasa benar-benar puas, mereka akan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa pada perguruan tinggi tersebut, dan lebih lanjut akan membentuk daya kompetitif yang tinggi antar

perguruan tinggi, serta tercapainya visi dan misi perguruan tinggi yang telah ditetapkan.

Perguruan tinggi harus dapat melakukan langkah antisipasi untuk menghadapi persaingan yang kompetitif serta bertanggung jawab untuk menggali dan meningkatkan segala aspek kualitas jasa yang dimiliki, karena sebuah kualitas jasa yang dimiliki oleh lembaga tertentu akan menjadi gambaran dari baik atau buruknya lembaga tersebut, jika kualitas jasa yang diberikan menurut masyarakat itu baik maka sebuah lembaga pendidikan tersebut bisa dikatakan baik. Tetapi sebaliknya jika kualitas jasa yang dimiliki suatu lembaga pendidikan buruk maka lembaga pendidikan tersebut akan dikatakan buruk.

Mengingat masih ada lembaga pendidikan tinggi yang juga mengalami permasalahan pada aspek lokasi seperti lahan parkir, fasilitas umum yang ada di sekitar lokasi, kondisi lingkungan sekitar, dan faktor-faktor lainnya, sehingga mahasiswa merasa tidak puas dengan yang mereka dapatkan dan mereka harapkan dari lembaga pendidikan tersebut serta tidak terfasilitasi dengan maksimal. Masih terdapat keluhan mahasiswa berkaitan dengan hal tersebut. Semakin bertambahnya kebutuhan akan pendidikan khususnya pendidikan tinggi pihak perguruan tinggi tetap membangun persepsi yang baik dengan meningkatkan kualitas jasa pendidikan, fasilitas dan aspek lokasi yang baik agar dapat memenuhi keinginan dan selera para konsumennya. Maka dari latar belakang tersebut perlu disadari pentingnya menciptakan kepuasan konsumen untuk proses kelangsungan hidup suatu

lembaga atau perusahaan, karena kepuasan dianggap dipengaruhi oleh fasilitas pada organisasi itu sendiri dan lokasi serta faktor lainnya yang dapat menunjang kegiatan pada perguruan tinggi tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk memilih hal tersebut dalam penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA SEKOLAH TINGGI AGAMA BUDDHA NEGERI SRIWIJAYA”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa faktor penyebab timbulnya masalah utama dalam Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya, yaitu :

1. Fasilitas kesehatan masih minim di kawasan STABN Sriwijaya.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan STABN Sriwijaya belum maksimal.
3. Fasilitas sarana dan prasarana masih perlu ditambah oleh pihak STABN Sriwijaya.
4. Lokasi lingkungan di sekitar STABN Sriwijaya masih kurang kondusif.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya?
3. Apakah fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui seberapa besar fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada STABN Sriwijaya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar lokasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada STABN Sriwijaya.
3. Untuk mengetahui seberapa besar fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada STABN Sriwijaya.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain :

### **1. Bagi Penulis**

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu untuk dapat menambah wawasan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Universitas Buddhi Dharma pada program studi manajemen khususnya jurusan pemasaran tentang fasilitas, lokasi, dan kepuasan mahasiswa dan sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana.

### **2. Bagi Pihak STABN Sriwijaya**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah pedoman bagi institusi pendidikan, khususnya STABN Sriwijaya sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam mengambil keputusan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan masukan bagi divisi Marketing dalam menentukan kebijakan meningkatkan kebutuhan dan kepuasan mahasiswa.

### **3. Bagi Pembaca**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang baik dibidang pemasaran. Hasil penelitian ini juga memberikan pemahaman bagaimana pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara singkat dan jelas tentang susunan dan isi skripsi yang akan dibuat secara keseluruhan oleh penulis. Sistematika ini terdiri dari lima bab di dalamnya dan dibagi menjadi beberapa sub bab. Adapun isi tiap bab tersebut adalah :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi gambaran umum teori yang terkait variable independen dan variabel dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

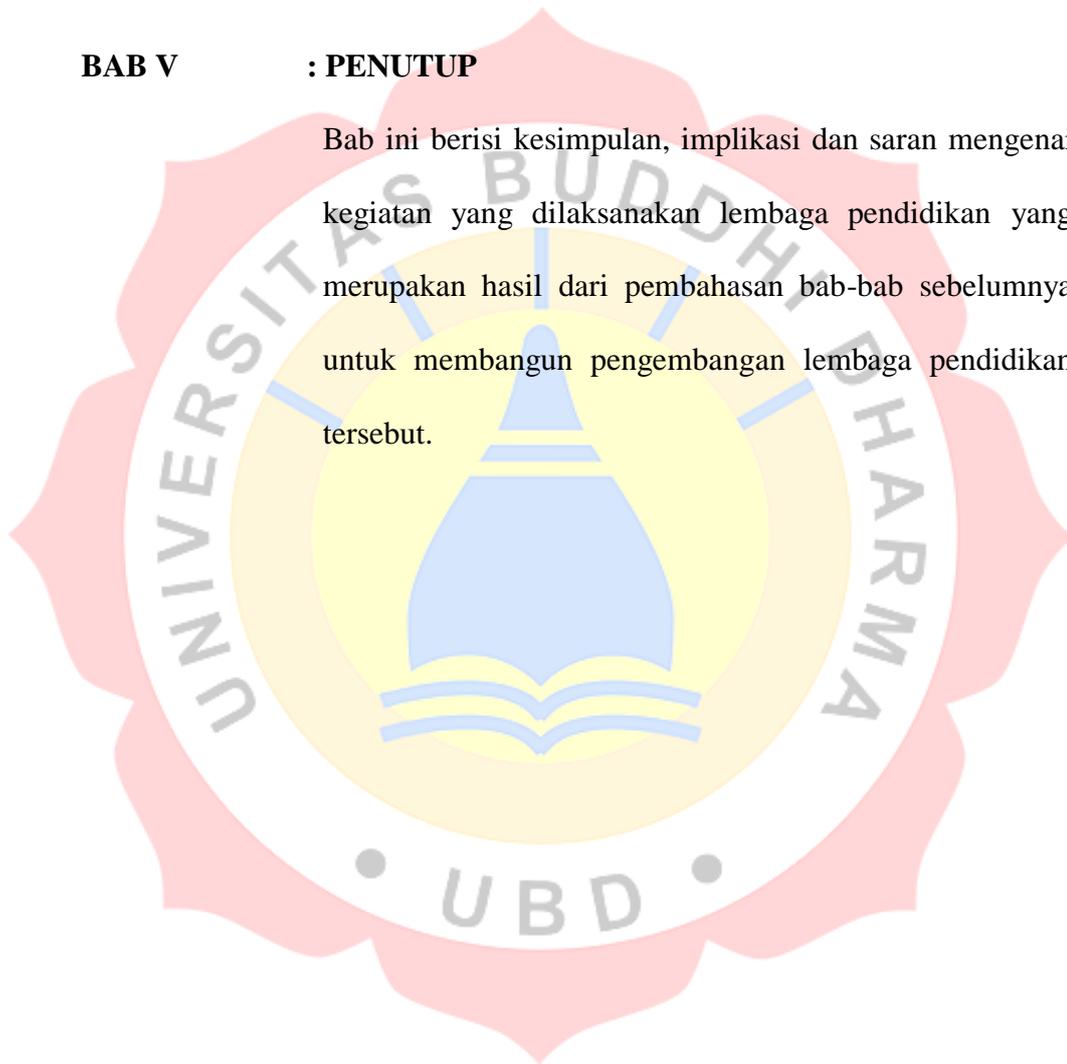
Bab ini berisi sejarah singkat lembaga pendidikan, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi deskripsi data hasil penelitian variabel independen dan variabel dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi dan saran mengenai kegiatan yang dilaksanakan lembaga pendidikan yang merupakan hasil dari pembahasan bab-bab sebelumnya untuk membangun pengembangan lembaga pendidikan tersebut.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Gambaran Umum Teori**

##### **1. Pemasaran**

###### **a. Pengertian Pemasaran**

Menurut (William J. Stanton dan Charles Futrell yang dalam buku Danang Sunyoto 2013, 11) mengatakan bahwa :

“Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi”.

Menurut (Deliyanti Oentoro 2012, 1) mengatakan bahwa :

“Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

Menurut (*American Marketing Association* dalam buku Kotler & Keller 2015, 5) mengatakan bahwa :

“Pemasaran adalah adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa Pemasaran adalah serangkaian kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran barang atau jasa dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan .

#### **b. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Menurut (Sofjan Assauri 2015, 12) mengatakan bahwa :

“Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

Menurut (Deliyanti Oentoro 2012, 13) mengatakan bahwa :

“Manajemen pemasaran adalah alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang didesain untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi”.

Menurut (Kotler dan Keller 2015, 5) mengatakan bahwa ::

“Manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran adalah merupakan suatu perencanaan yang mencakup proses, pengendalian, dan komunikasi serta menciptakan nilai yang ditunjukkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga diharapkan dapat menimbulkan suatu keuntungan bagi perusahaan.

### c. Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut (Kotler dan Keller dalam buku Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra 2017, 351) mengatakan bahwa :

“Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Menurut (Lupiyoadi dalam buku Donni Juni Priansa 2017, 36) mengatakan bahwa :

“Pemasaran jasa merupakan setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun”.

Menurut (Lovelock dan Wirtz dalam buku Donni Juni Priansa 2017, 36) mengatakan bahwa :

“Pemasaran jasa adalah bagian dari system jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan konsumennya, mulai dari

pengiklanan hingga penagihan, hal itu mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa”.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa Pemasaran Jasa merupakan segala sesuatu yang ditawarkan dari pihak produsen kepada konsumen yang tidak berwujud fisik dalam arti yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba sebelum jasa tersebut dikonsumsi.

#### **d. Pengertian Bauran Pemasaran**

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 41) mengatakan bahwa :

“Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan”.

Menurut (Danang Sunyoto 2013, 27) mengatakan bahwa :

“Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat elemen pokok yang terdapat dalam program pemasaran perusahaan meliputi *product, price, place, promotion*”.

Menurut (Sofjan Assauri 2015, 198) mengatakan bahwa :

“Strategi acuan / bauran pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya”.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa Bauran Pemasaran merupakan suatu kombinasi dari beberapa faktor seperti produk, harga, tempat, dan promosi yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan membentuk suatu sistem pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan pada pasar sasaran.

#### **e. Variabel Bauran Pemasaran**

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 42) mengatakan bahwa variabel bauran pemasaran jasa adalah sebagai berikut :

##### **1) Produk (*Products*)**

Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

##### **2) Harga (*Pricing*)**

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran. dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan.

##### **3) Promosi (*Promotion*)**

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan,

promosi penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*.

#### **4) Tempat (*Place*)**

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa.

#### **5) Orang (*People*)**

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Setiap organisasi jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan.

#### **6) Bukti Fisik (*Physical Evidence*)**

Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat risiko tersebut dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa.

#### **7) Proses (*Process*)**

Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high contact services*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co - producer* jasa bersangkutan.

## **8) Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)**

Makna layanan pelanggan berbeda antar organisasi. Dalam sektor jasa, layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan.

### **f. Karakteristik Jasa**

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 28) jasa memiliki 5 karakteristik utama yang membedakan dengan barang, yaitu :

#### **1) Tidak Berwujud (*Intangibility*)**

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau suatu benda maka jasa adalah sesuatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

#### **2) Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)**

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

### 3) Beragam (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung ada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

### 4) Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

*Perishability* berarti bahwa jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak bisa disimpan. Bila permintaan bersifat konstan, kondisi ini tidak menjadi masalah, karena staf dan kapasitas penyedia jasa bisa direncanakan untuk memenuhi permintaan.

### 5) Tidak Ada Perpindahan Kepemilikan (*Lack of Ownership*)

*Lack of Ownership* merupakan perbedaan dasar antara jasa barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya.

## 2. Fasilitas

### a. Pengertian Fasilitas

Merurut (Fandy Tjiptono 2014, 161) mengatakan bahwa :

“lingkungan dan *setting* tempat penyampaian jasa merupakan aspek yang tidak kalah pentingnya dan tidak boleh diabaikan dalam desain jasa. Presepsi pelanggan terhadap suatu jasa dapat dipengaruhi oleh atmosfer (suasana) yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas jasa bersangkutan”

Menurut (Rambat Lupiyoadi 2013, 120) mengatakan bahwa:

“Lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu”.

Menurut (Martin. M dan Nurhatatti Fuad 2016, 21) mengatakan bahwa:

“Pengadaan sarana dan prasarana pendidikan adalah kegiatan penyedia semua jenis sarana dan prasarana sesuai kebutuhan dalam rangka mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya”.

Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan tentang pengertian Fasilitas yaitu kebutuhan yang diperlukan untuk memudahkan, melancarkan, dan menunjang dalam melakukan kegiatan agar lebih efektif dan efisien dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas kegiatannya sehingga sesuai dengan hasil yang diharapkan.

#### **b. Desain Fasilitas Jasa**

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 160) faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan desain fasilitas jasa meliputi :

### **1) Sifat dan tujuan organisasi jasa**

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh, desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruangan peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman (dilengkapi TV, tersedia cukup tempat untuk “selonjor” atau untuk berbaring), kamar pasien yang bersih dan nyaman, ruang dokter dan kamar praktik yang bisa menjamin privasi, dan seterusnya. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya perusahaan mudah dikenal dan desain eksterior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa di dalamnya. Banyak organisasi jasa yang memperoleh manfaat langsung dari desain khusus yang disesuaikan dengan sifat dan tujuannya. Contohnya, restoran makanan Jepang yang mendesain ruang makannya dengan arsitektur Jepang, hal ini akan menciptakan suasana restoran seolah-olah seperti di Jepang.

### **2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat**

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya perlu mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti kemampuan finansial, ketersediaan tanah, peraturan pemerintah berkenaan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain. Dengan ini ketersediaan tanah sangat terbatas (apalagi di lokasi-lokasi strategis) dan kalau pun ada, harganya

sangat mahal. Oleh sebab itu, setiap perusahaan perlu memanfaatkan tanah dan ruang yang tersedia seefisien dan seefektif mungkin, kecenderungan yang ada adalah perusahaan membuat bangunan bertingkat (ekspansi vertikal).

### **3) Fleksibilitas**

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keusangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan secara mudah dan memperhitungkan pula kemungkinan perkembangan di masa datang. Memasukkan unsur fleksibilitas ke dalam desain memang dapat meningkatkan biaya inisiasi (*initial costs*) dan biaya operasi suatu fasilitas. Akan tetapi, usaha untuk menyesuaikan suatu desain yang tidak fleksibel dengan perubahan yang terjadi saat desain bersangkutan telah diwujudkan, malah justru akan membutuhkan biaya yang jauh lebih besar. Bahkan mungkin pula dalam beberapa situasi, penyesuaian tidak mungkin dilakukan.

### **4) Faktor estetis**

Fasilitas jasa yang tertera secara rapi, menarik, dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa. Selain itu, sikap karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerja juga dapat meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek, misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi

jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekor interior.

#### **5) Masyarakat dan lingkungan sekitar**

Masyarakat (terutama yang memperhatikan masalah social dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peran penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam. Sebagai contoh, gelanggang olahraga (untuk pertandingan olahraga dan pertunjukan musik) wajib mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti ketersediaan tempat paker, jumlah pintu masuk dan pintu keluar, ventilasi dan tata suara, lokasi yang tidak terlalu berdekatan dengan permukiman penduduk, rumah sakit, tempat ibadah, dan tempat umum lainnya. Ketersediaan jumlah karyawan bagian kebersihan (*cleaning service*) untuk membersihkan sampah-sampah yang biasanya menumpuk setiap event pertandingan atau pertunjukan musik dan sebagainya.

#### **6) Biaya konstruksi dan operasi**

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya kontruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

### **c. Tata Letak Fasilitas Jasa**

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 161) ada enam faktor yang harus dipertimbangkan secara cermat menyangkut tata letak fasilitas jasa :

#### **1) Perencanaan Spasial**

Aspek-aspek seperti proporsi, simetri, tekstur, dan warna perlu diintegrasikan dan dirancang secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun respon emosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya. Respon semacam inilah yang dipersepsikan sebagai kualitas visual. Kualitas ini dapat dimanipulasi atau dikendalikan perancangan untuk menciptakan lingkungan tertentu yang mampu mendorong terbentuknya respon pelanggan sebagaimana dikehendaki penyedia jasa.

#### **2) Perencanaan Ruang**

Faktor ini merupakan perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.

#### **3) Perlengkapan/Perabot**

Perlengkapan atau perabot memiliki beberapa fungsi, di antaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

#### **4) Tata Cahaya**

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari, warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan didalam ruangan, tingkat ketajaman penglihatan, dan suasana yang diinginkan (tenang, damai, segar, riang gembira dan lain-lain).

#### **5) Warna**

Banyak orang yang menyatakan bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat menstimulasi perasaan dan emosi spesifik.

#### **6) Pesan-pesan yang Disampaikan Secara Grafis**

Aspek penting yang saling terkait dalam faktor ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu (misalnya, petunjuk arah atau tempat, keterangan atau informasi, dan sebagainya).

### **3. Lokasi**

#### **a. Pengetian Lokasi**

Menurut (J. Paul Petter dan Jerry C. Olson 2014, 268) mengatakan bahwa :

“Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran. Lokasi yang bagus memudahkan akses ke toko, menarik banyak konsumen, dan dapat mengubah pola belanja konsumen secara signifikan”.

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 43) mengatakan bahwa:

“Keputusan distribusi meyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa”

Menurut (Rambat Lupiyoadi 2013, 157) mengatakan bahwa:

“Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan”.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa Lokasi merupakan sebuah tempat yang digunakan untuk menjalankan kegiatan pemasaran dan perlu memperhatikan lingkungan sekitar, aksesibilitas, dan strategis tempat usaha agar dapat menarik pihak konsumen berdasarkan lokasi yang tepat.

#### **b. Dimensi Lokasi**

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 159) pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor berikut :

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (*traffic*) menyangkut dua pertimbangan utama :
  - a. banyak orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impuls buying* yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b. kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulans.
- 4) Tempat parkir, luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 5) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Kompetisi yaitu lokasi pesaing. Menariknya, dalam sejumlah industri jasa, justru ada kecenderungan perusahaan sejenis menempati lokasi berdekatan.
- 8) Peraturan Pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang bengkel kendaraan bermotor terlalu dekat dengan pemukiman penduduk.

## 4. Kepuasan

### a. Pengertian Kepuasan

Menurut (Kotler dan Keller dalam buku Donni Juni Priansa 2017, 196) mengatakan bahwa :

“kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan”.

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 353) mengatakan bahwa :

“Kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*” yang bearti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang bearti melakukan atau membuat”.

Menurut (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah 2013, 181) mengatakan bahwa :

“Kepuasan konsumen sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen”.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa Kepuasan adalah suatu tingkatan perasaan dimana keinginan dan harapan terhadap produk, barang, maupun jasa yang diterima sesuai dengan yang diinginkan.

## **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen**

Menurut (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra dalam buku Donni Juni Priansa 2017, 209) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu :

### **1) Produk**

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi : jenis produk, mutu, atau kualitas produk, dan persediaan produk.

### **2) Harga**

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

### **3) Promosi**

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

#### **4) Lokasi**

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penelitian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

#### **5) Pelayanan Karyawan**

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan, dan ketepatan.

#### **6) Fasilitas**

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar pemilihan meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

#### **7) Suasana**

Merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri meliputi sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

### c. Elemen Kepuasan Konsumen

Menurut (Donni Juni Priansa 2017, 210) lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

#### 1) Harapan (*Expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

#### 2) Kinerja (*Peformamce*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

#### 3) Perbandingan (*Comparison*)

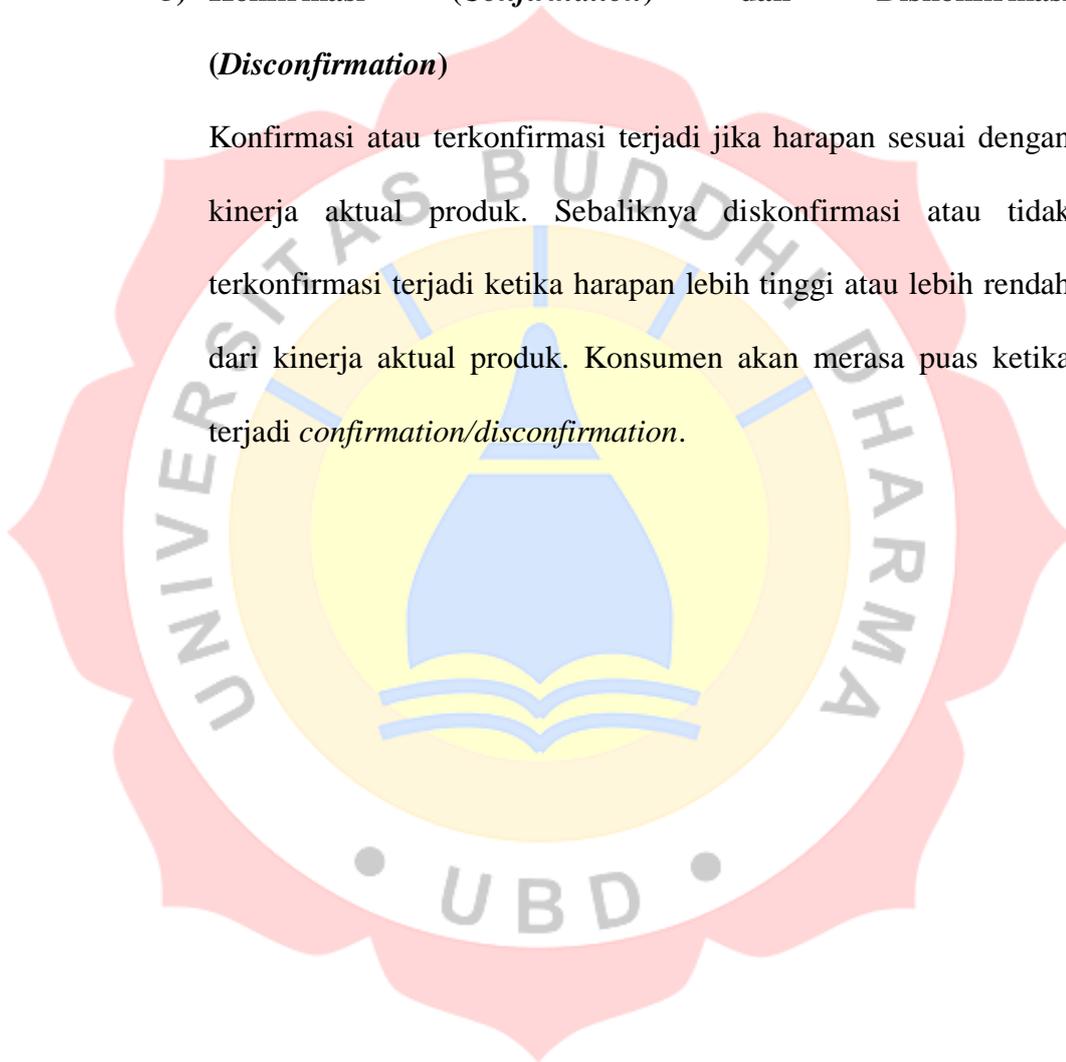
Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

#### 4) **Pengalaman (*Experience*)**

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka yang di evaluasi terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

#### 5) **Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)**

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.



## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel II.1

### Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis dan Tahun	Judul Skripsi	Hasil Penelitian
1.	Tony Ngadimun, 2016	Hubungan Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apartemen Serpong Green View.	Koefisien determinasi antara lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar 50,8%.
2.	Indra Firdiyansyah, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.	Lokasi dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 58,4%.
3.	Lusianah, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada	Korelasi hubungan antara Fasilitas Pendidikan dengan Kepuasan Mahasiswa adalah sebesar 0,680

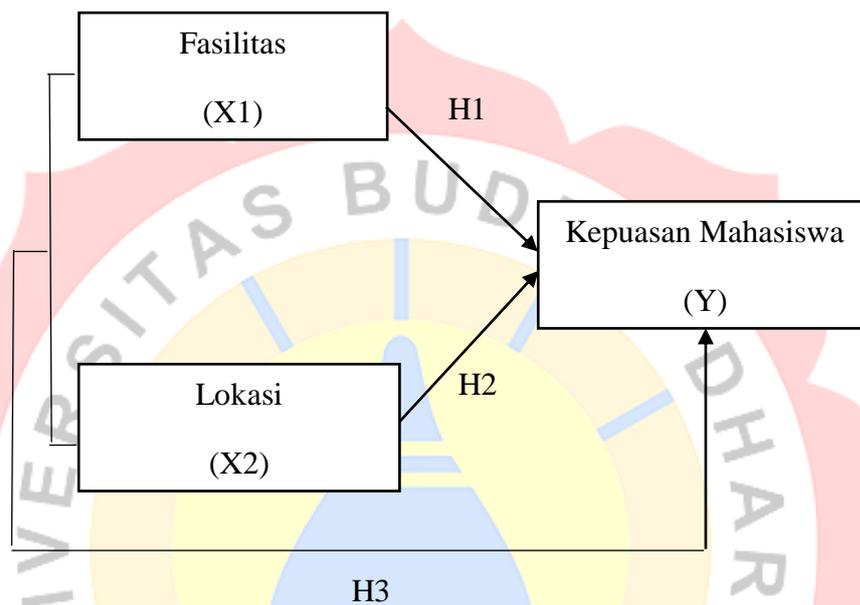
		Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya.	yang berarti kuat dan positif.
4.	Henry Solihin, 2018	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pendidikan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid TK-SD Setia Bhakti.	Fasilitas mempengaruhi kepuasan orang tua murid sebesar 62,8%.
5.	Deny Hananto, 2018	Analisis Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Alfamart Pabelan, Kartasura 2017)	Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan tabel II.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu, tahun melakukan penelitian, variabel yang digunakan dalam penelitian, hasil dari penelitian, dan objek penelitian.

### C. Kerangka Pemikiran

Bagan II.1

Kerangka Pemikiran



Pengaruh Variabel X1 dan X2 Terhadap Y :

H1 : Diduga terdapat pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).

H2 : Diduga terdapat pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).

H3 : Diduga terdapat pengaruh Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).

#### **D. Perumusan Hipotesis**

Menurut (Sugiyono 2017, 105) mengatakan bahwa :

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan sementara yang memungkinkan masih dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

H1 : Fasilitas (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa (Y).

H2 : Lokasi (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa(Y).

H3 : Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa (Y)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisa penelitian mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan mahasiswa pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya yaitu menggunakan model penelitian deskriptif. Menurut (V. Wiratna Sujawerni 2014, 11) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Dalam melakukan penelitian mengenai masalah yang akan dibahas, metode yang dipilih adalah survei, dimana dalam metode ini, informasi atau data-data dikumpulkan dari setiap responden melalui kuesioner.

## **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah di Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya (STABN Sriwijaya) yang beralamat di jalan Edu Town BSD City Serpong Tangerang, kel. Pagedangan, kec. Pagedangan, Kab. Tangerang, Provinsi Banten, Tlp. 0811889116. STABN Sriwijaya merupakan Perguruan Tinggi Keagamaan Buddha (PTKB) Negeri di Indonesia.

### **1. Sejarah Singkat STABN Sriwijaya**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya (STABN Sriwijaya) berlokasi di jalan Edu Town BSD City Serpong Tangerang, merupakan kawasan pendidikan modern yang sangat mendukung terhadap kegiatan pendidikan guna menghasilkan Sumber Daya Manusia yang selaras dengan perkembangan dan kemajuan jaman. STABN Sriwijaya merupakan Perguruan Tinggi Negeri yang ditetapkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 76 Tahun 2005 tanggal 29 Desember 2005. STABN Sriwijaya berupaya menjadi pusat pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat sebagaimana tujuan dari Tridharma Perguruan Tinggi. Sistem penyelenggaraan pendidikan pada Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya Tangerang Banten, dibangun, dikembangkan dan berwawasan ke-indonesia-an, keilmuan yang berlandaskan Buddha Dharma. Azas-azas tersebut ditransformasikan pada seluruh unit kelembagaan, administrasi, proses manajemen, proses

pembelajaran, perpustakaan, kurikulum, ketenagaan, kemahasiswaan serta proses-proses lainnya.

Dalam kurun waktu perjalanan yang masih sangat muda, STABN Sriwijaya Tangerang Banten mempersiapkan peserta didik (mahasiswa) menjadi bagian dari masyarakat yang memiliki kemampuan professional serta dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperolehnya dalam pembelajaran.

## **2. Visi dan Misi STABN Sriwijaya**

### **a. Visi**

Menjadi Perguruan Tinggi Buddha terkemuka berciri kenusantaraan

### **b. Misi**

Mencetak lulusan yang unggul dan berkarakter melalui:

- 1) Pendidikan dan pengajaran yang berkualitas dan berdaya saing.
- 2) Penelitian dibidang pendidikan, agama, dan keagamaan berbasis kenusantaraan.
- 3) Pengabdian kepada masyarakat berdasarkan nilai-nilai ajaran Buddha.
- 4) Kerjasama dengan lembaga pendidikan dan non pendidikan.

Jurusan dan progam studi STABN Sriwijaya yang beroperasi pada saat ini terdiri dari 2 progam studi dengan 2 jurusan, yaitu progam studi Pendidikan Agama Buddha dengan jurusan Dharmacarya sedangkan progam studi Kepenyuluhan dengan jurusan Dharmaduta.

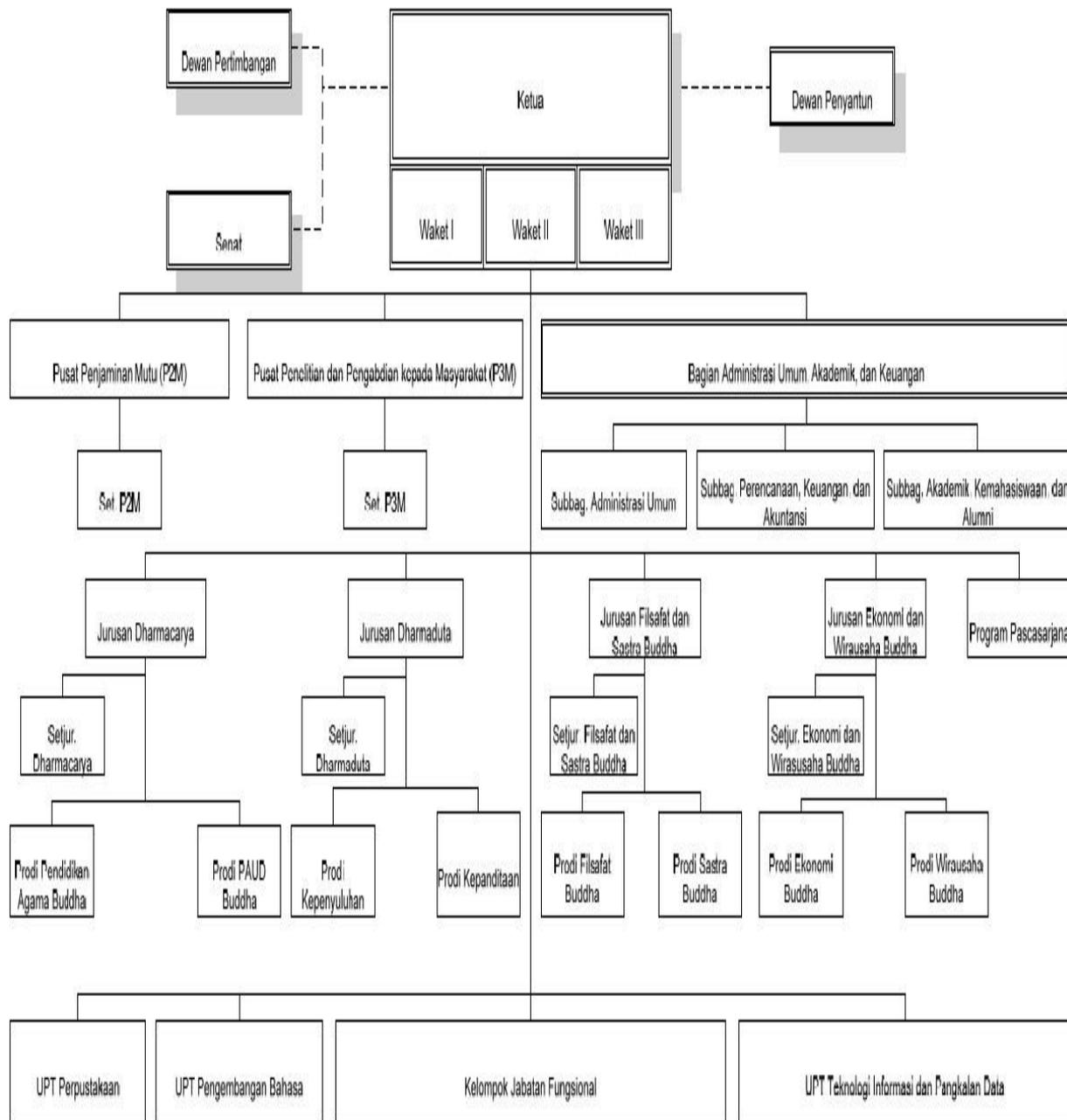
Jumlah dosen pada STABN Sriwijaya seluruhnya terdiri dari dosen tetap, dosen tetap terdiri dari Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan dosen tetap non-PNS. Jumlah dosen tetap terdiri dari 24 dosen. Mahasiswa STABN Sriwijaya berjumlah 156 mahasiswa, yang berdistribusi pada 2 jurusan yaitu *Dharmacarya* dan *Dhamaduta*.



### 3. Struktur Organisasi

Bagan III.2

#### Struktur Organisasi STABN Sriwijaya



Sumber : Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya

#### 4. Uraian Tugas STABN Sriwijaya

##### a) Ketua

- 1) Menyiapkan Rencana Pengembangan Sekolah Tinggi.
- 2) Melaksanakan otonomi perguruan tinggi bidang manajemen organisasi, akademik, kemahasiswaan, sumber daya manusia, sarana prasarana dan keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Mengelola pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
- 4) Mengangkat dan memberhentikan pejabat di bawah Ketua, Pimpinan Jurusan, dan pimpinan unit lain yang berada di bawahnya sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 5) Melaksanakan fungsi manajemen sekolah tinggi.
- 6) Membina dan mengembangkan hubungan baik sekolah tinggi dengan lingkungan dan masyarakat pada umumnya.
- 7) Mengusulkan pembukaan, penggabungan, dan penutupan jurusan dan program studi yang dipandang perlu, atas persetujuan Senat kepada Menteri.
- 8) Menyampaikan pertanggung jawaban kinerja dan keuangan sekolah tinggi kepada Menteri.

**b) Wakil Ketua**

- 1) Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga mempunyai tugas membantu Ketua dalam bidang akademik, dan pengembangan lembaga.
- 2) Wakil Ketua Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan memiliki tugas membantu Ketua dalam bidang administrasi umum, perencanaan dan keuangan.
- 3) Wakil ketua Bidang Kemahasiswaan bekerjasama bertugas membantu Ketua dalam bidang kemahasiswaan dan kerjasama.

**c) Senat**

- 1) Memberikan pertimbangan calon Ketua.
- 2) Memberikan pertimbangan kenaikan jabatan akademik Dosen ke rektor kepala dan profesor.
- 3) Menetapkan norma dan ketentuan akademik serta mengawasi penerapannya.
- 4) Memberikan pertimbangan/masukan kepada Ketua dalam menyusun dan mengubah Rencana Pengembangan Sekolah Tinggi atau Rencana Kerja Tahunan (RKT) dalam bidang akademik.
- 5) Memberi pertimbangan pada Ketua terkait dengan pembukaan, penggabungan, atau penutupan jurusan, dan program studi.

- 6) Mengawasi kebijakan dan pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi yang telah ditetapkan dalam Rencana Pengembangan Sekolah Tinggi.
- 7) Mengawasi kebijakan dan pelaksanaan penjaminan mutu akademik.

**d) Satuan Pengawas Internal**

Merupakan unsur pengawas yang melaksanakan fungsi pengawasan non-akademik untuk dan atas nama Pimpinan perguruan tinggi.

**e) Dewan Penyantun**

Adalah badan non-struktural yang mempunyai fungsi pemberian saran dan pertimbangan di bidang non-akademik kepada Ketua. Dewan penyantun terdiri dari tokoh masyarakat yang mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan di bidang non-akademik kepada Ketua.

**f) Organ Pengelola**

Ketua, Wakil Ketua, Jurusan, Pascasarjana, Bagian Administrasi Umum, Akademik, dan Keuangan, Pusat, dan Unit Pelaksana Teknis.

**g) Jurusan**

- 1) Pelaksanaan pendidikan akademik, vokasi, dan/atau profesi di lingkungan jurusan.

- 2) Pelaksanaan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- 3) Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
- 4) Pelaksanaan pembinaan sivitas akademika.
- 5) Pelaksanaan administrasi dan pelaporan.

#### **h) Pascasarjana**

Merupakan unsur pelaksana akademik yang mempunyai tugas menyelenggarakan pendidikan Program Magister dalam bidang Ilmu Pengetahuan Keagamaan Buddha. Pascasarjana dipimpin oleh seorang Direktur yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Ketua. Direktur bertugas memimpin dan melaksanakan penyelenggaraan pendidikan berdasarkan kebijakan Ketua.

#### **i) Bagian Administrasi umum, Akademik, dan Keuangan (Bagian AUAK)**

- 1) Penyusunan dan pelaksanaan rencana, evaluasi program dan anggaran, serta pelaporan.
- 2) Pelaksanaan administrasi umum yang meliputi pelaksanaan ketatausahaan, kearsipan, pengelolaan barang milik negara, dokumentasi dan publikasi, serta kerumahtanggaan.
- 3) Pelaksanaan penataan organisasi dan tata laksana, kepegawaian, hukum dan peraturan perundang-undangan.

- 4) Pelaksanaan perbendaharaan, akuntansi, dan pelaporan keuangan.
- 5) Pengelolaan informasi dan administrasi akademik, kemahasiswaan, pemberdayaan alumni, serta kerjasama perguruan tinggi.
- 6) Penyiapan pelaporan sekolah tinggi.

**j) Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) dan Pusat Penjaminan Mutu (P2M).**

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan, mengkoordinasikan, memantau, dan menilai kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan kebijakan ketua. Dalam melaksanakan tugas tersebut, P3M menyelenggarakan fungsi sebagai berikut :

- 1) Pelaksanaan penyusunan rencana, evaluasi program dan anggaran, serta pelaporan.
- 2) Pelaksanaan penelitian ilmiah murni dan terapan.
- 3) Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat
- 4) Pelaksanaan publikasi hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- 5) Pelaksanaan administrasi pusat.

Pusat Penjaminan Mutu (P2M) memiliki tugas melaksanakan, mengkoordinasikan, mengaudit, memantau, menilai, dan mengembangkan mutu penyelenggaraan kegiatan

akademik. Dalam melaksanakan tugasnya, P2M menyelenggarakan fungsi :

- 1) Pelaksanaan penyusunan rencana, evaluasi program dan anggaran, serta pelaporan.
- 2) Pelaksanaan pengembangan mutu akademik.
- 3) Pelaksanaan audit, pemantauan, dan penilaian mutu akademik.
- 4) Pelaksanaan administrasi pusat.

**k) Unit Pelaksana Teknis**

Merupakan unsur penunjang dalam penyelenggaraan pendidikan di lingkungan sekolah tinggi, yang terdiri atas Unit Perpustakaan, Unit Teknologi Informasi dan Pangkalan Data, dan Unit Pengembangan bahasa. Unit Perpustakaan memiliki tugas melaksanakan pelayanan, pembinaan, dan pengembangan kepastakaan, mengadakan kerjasama antar perpustakaan, mengendalikan, mengevaluasi, dan menyusun laporan kepastakaan. Unit Perpustakaan dipimpin oleh seorang kepala unit yang diangkat oleh ketua, berada di bawah dan bertanggung jawab Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan lembaga. Unit Teknologi Informasi Pangkalan Data memiliki tugas pengelolaan dan pengembangan sistem teknologi informasi dan pangkalan data di lingkungan sekolah tinggi. Unit Teknologi Informasi dan Pangkalan Data dipimpin oleh seorang Kepala Unit yang diangkat

oleh Ketua, berada di bawah dan bertanggung jawab wakil Ketua Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan. Unit Pengembangan Bahasa memiliki tugas melaksanakan pembinaan dan pengembargan kemampuan bahasa bagi sivitas akademika sekolah tinggi. Unit Pengembangan Bahasa dipimpin oleh seorang Kepala Unit yang diangkat oleh Ketua, berada di bawah dan bertanggung jawab Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga.

#### **1) Kelompok Jabatan Fungsional**

Terdiri dari Dosen, Peneliti, Pustakawan, Laboran, dan jabatan fungsional lainnya yang diangkat dengan kebutuhan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Masing-masing kelompok jabatan fungsional dipimpin oleh seorang pejabat fungsional senior sebagai koordinator yang ditetapkan oleh Ketua. Kelompok jabatan fungsional melaksanakan tugas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Jenis Data**

##### **a. Data Primer**

Data yang diperoleh secara langsung dari kegiatan observasi, wawancara, dan kuesioner.

**b. Data Sekunder**

Data yang diperoleh dari buku-buku referensi dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan variabel peneliti.

**2. Sumber Data**

Sumber data adalah tempat diperolehnya data yang diinginkan. Pengetahuan tentang sumber data merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sumber data dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

**a. Sumber data primer**

Yaitu sumber data langsung dari objek penelitian yaitu STABN Sriwijaya, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa.

**b. Sumber data sekunder**

Yaitu sumber data yang terdapat pada buku-buku referensi dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

**D. Populasi dan Sampel****1. Populasi**

Menurut (Sugiyono 2017, 136) mengatakan bahwa :

“populasi adalah wilayah generalisi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STABN Sriwijaya pada semester 2, 4, 6, dan 8 yang berjumlah 123 orang.

## 2. Sampel

Menurut (Sugiyono 2017, 137) mengatakan bahwa :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Jumlah sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampling

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan sampel 5% (0,05)

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{123}{1 + 123(0,05^2)}$$

n = 94.07

maka dibulatkan menjadi 94 responden.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono 2017, 220) Terdapat tiga teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

### **1. Teknik Pengumpulan Data Primer**

#### **a. Interview (Wawancara)**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

#### **b. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

#### **c. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

### **2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder**

Merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

## F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono 2017, 66) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini telah ditemukan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

### 1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Menurut (Sugiyono 2017, 68) Variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Fasilitas dan Lokasi.

### 2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Menurut (Sugiyono 2017, 68) Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independen*). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Mahasiswa. Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel III.2

## Operasional Variabel

Variabel	Sub variabel	Indikator	Skala
Fasilitas (X1)	1. Perencanaan spasial 2. Perencanaan ruangan 3. Perlengkapan/perabotan 4. Tata cahaya 5. Warna	1. Ruang kelas 2. Kenyamanan ruangan 3. Peralatan memadai 4. Fasilitas laboratorium 5. Fasilitas perpustakaan 6. Fasilitas tempat ibadah 7. Fasilitas asrama 8. Fasilitas internet 9. Fasilitas tempat parkir 10. Kebersihan lingkungan	Ordinal
Sumber : Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Fandy Tjiptono 2014, 161)			
Lokasi (X2)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Kompetisi	1. Akses mudah 2. Transportasi umum 3. Mudah dijangkau 4. Mudah diingat 5. Kepadatan lalu lintas 6. Perluasan 7. Lingkungan sekitar	Ordinal

Variabel	Sub variabel	Indikator	Skala
	8. Peraturan pemerintah	8. Bencana alam 9. Persaingan 10. keamanan	
Sumber : Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Fandy Tjiptono 2014, 159)			
Kepuasan (Y)	1. Harapan 2. Kinerja 3. Perbandingan 4. Pengalaman 5. Konfirmasi/ diskonfirmasi	1. Kualitas jasa sesuai harapan 2. Kinerja merupakan penentu kepuasan 3. Pelayanan yang baik 4. Tanggap terhadap keluhan 5. Puas terhadap kualitas dosen 6. Proses belajar mengajar 7. Materi kuliah yang sesuai 8. Metode pembelajaran 9. Sarana dan prasarana 10. Akses lokasi	Ordinal
Sumber : Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer (Donni Juni Priansa 2017, 210)			

## **G. Teknik Analisis Data**

Menurut (Sugiyono 2017, 232) Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

### **1. Statistik Deskriptif**

Menurut (Sugiyono 2017, 232) mengatakan bahwa :

“Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”.

### **2. Uji Frekuensi**

Uji frekuensi merupakan analisis data yang mencakup gambaran frekuensi data secara umum seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan tanggapan responden berdasarkan pernyataan-pernyataan dari kuisisioner. Menurut (Sudaryono 2014, 66) Distribusi Frekuensi adalah susunan data menurut kelas-kelas interval tertentu atau menurut kategori tertentu dalam sebuah daftar.

### 3. Uji Validitas

Validitas adalah suatu bauran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut (Uhar Suharsaputra 2012, 102), uji validitas menggunakan rumus *Korelasi Product Moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

$r$  : Koefisien korelasi (validitas).

$n$  : Jumlah individu dalam sampel.

$X$  : Skor yang diperoleh subyek dalam setiap item.

$\sum X$  : Jumlah skor dalam variabel X.

$\sum Y$  : Jumlah skor dalam variabel Y.

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat masing-masing skor X.

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat masing-masing skor Y.

$\sum XY$  : Jumlah skor perkalian X dan Y.

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk taraf signifikan 0,05 atau 5% dengan *degree of freedom* (df) =  $n-2$  dan merupakan ukuran standar yang sering dipakai dalam penelitian, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir-butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan *valid* dan apabila  $r_{hitung} <$  kecil dari  $r_{tabel}$  maka butir-butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

#### 4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat memberikan informasi yang diinginkan dan dapat dipercaya serta mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bilamana dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama, dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator (variabel-variabel teramati) mempunyai konsistensi yang tinggi dalam mengukur latennya.

Menurut (V. Wiratna. Sujawerni 2014, 85) uji realibilitas dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach*, menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) 1 - \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r : Koefisien realibilitas.

k : Jumlah butir pertanyaan.

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir.

$\sigma_t^2$  : Total varians.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan, jika  $> 0.60$  maka reliabel.

## 5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi berganda sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi :

### a. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali 2016, 103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi, dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya :

1. Jika Nilai VIF ( Variance Inflation Factor) tidak lebih dari 10, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.
2. Jika Nilai Tolerance tidak kurang dari 1, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Priyatno 2017, 167) mengatakan bahwa :

“Heteroskedistisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedistisitas.”

Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu :

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **c. Uji Normalitas**

Menurut (Ghozali 2016, 103), Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik probability plot. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebab plot akan berada disekitar dan disepanjang garis 45 derajat.

## **6. Uji Hipotesis Penelitian**

### **a. Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal 2.

Menurut (Sugiyono 2017, 305) berikut adalah rumus regresi linear berganda.

Rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y : Kepuasan mahasiswa.

$\alpha$  : Konstanta.

$\beta_1 \beta_2$  : Koefisien regresi.

$X_1$  : Fasilitas.

$X_2$  : Lokasi

#### b. Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Nilai besar R berkisar antara 0-1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat dan sebaliknya nilai yang mendekati 0, maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Rumus :

$$R_{y \cdot x_1 \cdot x_2} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

Keterangan :

$r_{y \cdot x_1 \cdot x_2}$  : Korelasi antara variabel X1 dengan X2 secara bersama-sama dengan variabel Y.

$r_{yx_1}$  : Korelasi *product moment* antara X1 dengan Y.

$r_{yx_2}$  : Korelasi *product moment* antara X2 dengan Y.

$r_{x_1x_2}$  : Korelasi *product moment* antara X1 dengan X2.

Menurut (Sugiyono 2017, 278) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah :

Tabel III.3

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

### c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Rumus:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Ada dua kemungkinan hasil yang diperoleh, yaitu:

1. Jika  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika  $R^2 = 1$ , maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

**d. Uji t**

Untuk menguji keterkaitan koefisien, maka melalui uji t dan untuk menghitung uji t, penulis menggunakan alat bantu berupa SPSS versi 22. Adapun rumus untuk menguji hipotesis menurut (Sugiyono 2017, 278) rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : Pengujian hipotesis

r : Koefisien korelasi

$r^2$  : Koefisien determinasi

n : Jumlah responden

Perumusan hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  :  $P = 0$  (tidak ada hubungan antara X dan Y).

$H_a : P > 0$  (ada hubungan positif antara X dan Y).

$H_a : P < 0$  (ada hubungan negatif antara X dan Y).

$H_a : P \neq 0$  (ada hubungan antara X dan Y).

Untuk menguji hipotesis nol ( $H_0$ ) kriterianya adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Bila nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dalam pengujian menggunakan tingkat kepercayaan (*degree of freedom* =df) sebesar 95%, sedangkan  $\alpha = 5\%$ ,  $df = n-2$ .

**e. Uji F**

Analisis varian dapat digunakan apabila varian ketiga kelompok data tersebut homogen. Oleh karena itu, sebelum analisis varian digunakan untuk pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian homogenitas varian terlebih dahulu dengan uji F.

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai hubungan secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Menurut (Sugiyono 2017, 284) rumus uji F yaitu sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Variabel Terbesar}}{\text{Variabel Terkecil}}$$

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R : Koefisien korelasi ganda.

k : Jumlah variabel independen.

n : Jumlah anggota sampel.

Untuk menghitung pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F pada tabel dengan cara :

1. Menghitung F penelitian yang didapatkan melalui kolom F pada tabel *Anova* yang didapat dari *output* program SPSS versi 22.
2. Menghitung nilai  $F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi tertentu menggunakan kriteria hitotesis sebagai berikut :
  - a) jika nilai  $F_{hitung} >$  dari nilai  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - b) jika nilai  $F_{hitung} <$  dari nilai  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
3. Mengambil keputusan apakah  $H_0$  atau  $H_a$  yang diterima.