



LAPORAN PENELITIAN

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KUALITAS PELAYANAN,
DAN FASILITAS BELAJAR TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
STIE GICI BUSINESS SCHOOL**

Oleh:

Ketua : Herman Susilo SE, MM
Anggota : Jhonson Sitanggang, SP, MM

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA ANGGARAN
PENDAPATAN DAN BELANJA STIE GICI TAHUN AKADEMIK
2024/2025. NOMOR KONTRAK: 312/LPPM-GBS/III/2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI “GICI”
2024**

SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN

Nomor : 312/LPPM-GBS/III/2024

Pada hari ini, Senin, tanggal Empat bulan Maret tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat (04-03-2024), kami yang bertanda tangan di bawah ini:

- 1) Herman Susilo, SE, MM.
Selaku Ketua LPPM STIE “GICI” untuk Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “GICI”, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
- 2) Herman Susilo SE, MM
Selaku Peneliti, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**; menyatakan bersepakat untuk membuat perjanjian kontrak penelitian sebagai berikut.

Pasal 1 JUDUL PENELITIAN

PIHAK PERTAMA dalam jabatannya tersebut di atas, memberikan tugas kepada **PIHAK KEDUA** untuk melaksanakan penelitian yang berjudul:

“Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Belajar terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI Business School”

Pasal 2 WAKTU DAN BIAYA PENELITIAN

- 1) Waktu penelitian adalah 6 bulan, dari 04 Maret 2024 sampai dengan 26 Agustus 2024.
- 2) Biaya pelaksanaan penelitian ini dibebankan pada pos Anggaran Pendapatan dan Belanja (APB) Jurusan Peneliti bersangkutan tahun 2024/2025 dengan nilai kontrak sebesar **Rp. 1.900.000 (Satu Juta Sembilan Ratus Ribu Rupiah)**.

Pasal 3 PERSONALIA PENELITIAN

Susunan personalia penelitian ini sebagai berikut :

Ketua : Herman Susilo SE, MM
Anggota : Jhonson Sitanggang, SP, MM

Pasal 4 CARA PEMBAYARAN

Pembayaran biaya penelitian diberikan sesuai dengan aturan dan tata cara yang telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI”, yaitu:

- 1) Tahap I sebesar 70% dari nilai kontrak yang diterimakan paling cepat dua minggu setelah surat perjanjian kontrak penelitian ini ditandatangani oleh kedua belah pihak melalui Bendahara STIE “GICI”.
- 2) Tahap II sebesar 30% dari nilai kontrak yang diterimakan setelah **PIHAK KEDUA** menyelesaikan seluruh kewajiban pekerjaan penelitian

Pasal 5

KEASLIAN PENELITIAN DAN KEBEBAS-IKATAN DENGAN PIHAK LAIN

- 1) **PIHAK KEDUA** bertanggung jawab atas keaslian judul penelitian sebagaimana disebutkan dalam pasal 1 Surat Perjanjian Kontrak Penelitian ini (bukan duplikat/jiplakan/plagiat) dari penelitian orang lain.
- 2) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bebas dari ikatan dengan pihak lain atau tidak sedang didanai oleh pihak lain.
- 3) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bukan merupakan penelitian yang SEDANG ATAU SUDAH selesai dikerjakan, baik didanai oleh pihak lain maupun oleh sendiri.
- 4) Apabila di kemudian hari diketahui ketidak benaran pernyataan ini, maka kontrak penelitian dinyatakan batal, dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana yang telah diterima.

PASAL 6

PEMBIMBING/KONSULTAN PENELITIAN LATIHAN

- 1) Setiap Peneliti Latihan harus menunjuk seorang Pembimbing/Konsultan yang bertugas membimbing pelaksanaan penelitiannya.
- 2) Peneliti Latihan diharuskan berkonsultasi dengan pembimbingnya berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan serta laporan hasil penelitiannya.
- 3) *Honorarium* Pembimbing/Konsultan (untuk peneliti dari mahasiswa) ditanggung oleh institusi STIE "GICI" di luar nilai kontrak penelitian sesuai ketentuan yang berlaku, dan akan dibayarkan setelah laporan hasil penelitian beserta kelengkapannya diserahkan ke LPPM melalui Bendahara STIE "GICI".

Pasal 7

MONITORING PENELITIAN

- (1) **PIHAK PERTAMA** berhak untuk:
 - a) Melakukan pengawasan administrasi, monitoring, dan evaluasi terhadap pelaksanaan penelitian.
 - b) Memberikan sanksi jika dalam pelaksanaan penelitian terjadi pelanggaran terhadap isi perjanjian oleh Peneliti.
 - c) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.
- (2) Pemantauan kemajuan penelitian dilakukan oleh **PIHAK PERTAMA** bersama dengan *Reviewer*, dan Pembimbing Penelitian untuk Penelitian Latihan.
- (3) **PIHAK KEDUA** diharuskan membuat dan menyampaikan Laporan Kemajuan atas pelaksanaan penelitiannya kepada **PIHAK PERTAMA** sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- (4) Pelaksanaan kemajuan penelitian dijadwalkan pada bulan ke-3 setelah Kontrak Penelitian ditanda tangani (Mei 2024).
- (5) Format Laporan Kemajuan dan Teknis pelaksanaannya akan diatur kemudian.

Pasal 8

LAPORAN SEMENTARA DAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

- 1) **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan laporan hasil penelitian sementara kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat pada 28 Agustus 2024 sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- 2) Laporan sementara itu digunakan sebagai bahan seminar hasil penelitian yang penyelenggaraannya menjadi tanggung jawab **PIHAK PERTAMA**.
- 3) Ketua Peneliti diwajibkan hadir untuk mempresentasikan hasil penelitiannya pada seminar hasil penelitian.
- 4) Pelaksanaan teknis seminar hasil penelitian akan diatur tersendiri oleh **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 9
LAPORAN AKHIR PENELITIAN

- 1) Setelah seminar hasil penelitian sebagaimana dimaksud pada pasal 8 Perjanjian ini, **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan revisi laporan penelitiannya dalam waktu paling lambat dua minggu.
- 2) Revisi laporan penelitian yang sudah diseminarkan harus mendapat pengesahan dari *reviewer* dan dijilid dalam satu kesatuan dengan laporan.
- 3) Berkas-berkas laporan meliputi:
 - (a) Laporan lengkap penelitian terdiri dari: (A) Laporan Hasil Penelitian, (B) Naskah Publikasi, dan (C) Sinopsis Penelitian Lanjutan (jika ada kelanjutan).
 - (b) Laporan akhir penelitian rangkap 4 (empat) dengan perincian 1 eks. Untuk LPPM, 1 eks. Untuk Perpustakaan STIE “GICI”, 1 eks. Untuk Jurusan.
 - (c) Naskah publikasi dalam bentuk *feature* sebanyak 2 eksemplar yang terpisah dari laporan akhir hasil penelitian. Naskah *feature* (dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*) ini disiapkan untuk publikasi di media massa.
 - (d) Disket atau CD berisi *file* laporan lengkap dan naskah publikasi bentuk *feature* sebanyak 1 keping.
- 4) Format laporan hasil penelitian sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dan telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI” dan suplemen ralatnya baik dalam hal warna sampul, tata tulis maupun urutan masing-masing komponen.
- 5) Pada sampul bagian tengah dituliskan nama Peneliti atau Tim Peneliti lengkap dengan gelar masing-masing, sedangkan pada bagian bawah dari laporan tersebut harus dituliskan pernyataan yang berbunyi:

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA
ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA STIE “GICI”
TAHUN AKADEMIK 2024/2025
Nomor Kontrak : 312/LPPM-GBS/III/2024**

Pasal 10
HAK KEPEMILIKAN ATAS BARANG/PERALATAN PENELITIAN

Segala barang atau alat yang dibeli atas biaya penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti yang bersangkutan. Pengaturan kepemilikannya sebagai berikut :

- 1) Barang atau alat berupa *catridge*, *printer*, alat perekam, akses internet, dan sejenisnya selama masih dapat menggunakan fasilitas STIE “GICI” pada dasarnya tidak dianggarkan dalam biaya penelitian.
- 2) Kamera, alat perekam, dan semacamnya yang dapat dipakai ulang, Buku, Jurnal, CD, VCD, DVD, *cassete*, dan sejenisnya yang merupakan *software*, program, alat atau referensi penelitian yang didapatkan (dibeli) dari anggaran penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti.
- 3) Pemindehan hak kepemilikan barang atau alat sebagaimana tersebut dilakukan melalui **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 11
INSTITUSIONAL FEE

Dalam rangka penyeragaman dan efisiensi administrasi pelaporan penelitian, **PIHAK PERTAMA** melakukan pemotongan terhadap dana penelitian yang telah disetujui sebesar 5% dengan alokasi pemanfaatan antara lain untuk :

- 1) Penggandaan laporan akhir penelitian sebanyak 4 eksemplar.
- 2) Kegiatan penunjang penelitian bagi dosen/pengusul penelitian.

Pasal 12
SANKSI

Segala kelalaian baik disengaja maupun tidak, sehingga menyebabkan keterlambatan menyerahkan laporan hasil penelitian dengan batas waktu yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 Perjanjian ini akan mendapatkan sanksi sebagai berikut :

- 1) Diberhentikannya bantuan keuangan, dan **PIHAK KEDUA** diwajibkan mengembalikan dana yang sudah diterima kepada STIE “GICI” melalui **PIHAK PERTAMA**, atau
- 2) tidak diperbolehkan mengajukan usulan penelitian pada periode tahun anggaran tersebut bagi Ketua dan Anggota Peneliti.

Pasal 13
PENUTUP

Perjanjian ini berlaku sejak ditanda tangani dan disetujui oleh **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**.

Depok, 04 Maret 2024,

PIHAK PERTAMA,

PIHAK KEDUA,



Herman Susilo, SE, MM

Ketua LPPM

Herman Susilo, SE, MM

Peneliti

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN STIE “GICI”**

Judul Penelitian : Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Belajar terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI Business School

Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Herman Susilo SE, MM
- b. Jenis Kelamin : Laki - Laki
- c. NIDN : 0401128604
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jurusan : Manajemen
- f. Nomor Handphone : 08158768186
- g. Alamat E-mail : hersusilo72@gmail.com

Anggota Tim

- a. Nama Anggota 1/Jurusan : Jhonson Sitanggang, SP, MM
- b. Nama Anggota 2/Jurusan :

Lokasi Penelitian

- Alamat :
- Penelitian : 6 (Enam) Bulan
- Biaya yang diperlukan : Rp. 1.900.000
- Sumber Pendanaan : LPPM GICI
- Sumber Lain :

Depok, 19 Mei 2025

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Ketua Peneliti

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

NIDN: 0416076506

Herman Susilo SE, MM

NIDN: 0401128604

Menyetujui,
Ketua LPPM STIE GICI



LPPM
GICI BUSINESS SCHOOL
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

Herman Susilo, SE, MM

NIDN: 0401128604

ABSTRAK

Judul Penelitian : Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Belajar terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI Business School

Ketua Peneliti : Herman Susilo SE, MM

Anggota : Jhonson Sitanggang, SP, MM

Kata Kunci : Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Belajar, Kepuasan Mahasiswa.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan seperti STIE GICI Business School kualitas pelayanan menjadi satu bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam pelayanan kepada mahasiswa karena berkaitan dengan kepuasan mahasiswa. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh mahasiswa dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan. Pelayanan adalah sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahmataman yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Belajar terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI Business School. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (explanatory) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 96 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 76,2% faktor-faktor kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kecerdasan emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas belajar sedangkan sisanya 23,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kecerdasan emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas belajar secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (102,139) > F_{tabel} (2,700)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kecerdasan emosional menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,129)$, variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,510)$ dan variabel fasilitas belajar menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,676)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School adalah kecerdasan emosional.

ABSTRACT

Judul Penelitian : *The Influence of Emotional Intelligence, Service Quality, and Learning Facilities on STIE GICI Business School Student Satisfaction*

Ketua Peneliti : Herman Susilo SE, MM

Anggota : Jhonson Sitanggang, SP, MM

Kata Kunci : *Emotional Intelligence, Quality of Service, Learning Facilities, Student Satisfaction.*

For companies engaged in education such as STIE GICI Business School, service quality is one part that cannot be separated in service to students because it is related to student satisfaction. By understanding what students want and expect from the quality of services provided, it will get a separate added value for the company. Service is a service or service delivered by the service owner in the form of convenience, speed, relationship, ability and hospitality aimed at through attitudes and traits in providing services for student satisfaction.

The purpose of this study is to find out and analyze the Influence of Emotional Intelligence, Service Quality and Learning Facilities on STIE GICI Business School Student Satisfaction. The type of research used is explanatory research with a research method in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was carried out by purposive sampling. The sample totaled 96 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 76.2% of student satisfaction factors could be explained by emotional intelligence, quality of service, and learning facilities while the remaining 23.8% were explained by other factors that were not studied in this study. Meanwhile, the results of the F test showed that simultaneously the variables of emotional intelligence, service quality, and learning facilities simultaneously had a positive and significant effect on student satisfaction with the results of the analysis, namely the value of $F_{cal} (102,139) > F_{tabel} (2,700)$. The results of the t-test showed that the emotional intelligence variable showed the results of the tcal analysis (4,129), the service quality variable showed the results of the tcal analysis (3,510) and the learning facility variable showed the results of the tcal analysis (2,676) where the ttable (1,985) partially had a positive and significant effect on the satisfaction of STIE GICI Business School students. The dominant variable that affects the satisfaction of STIE GICI Business School students is emotional intelligence

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Paradigma persaingan dewasa ini telah bergeser dari persaingan yang bersifat material menuju persaingan pengembangan pengetahuan (*knowledge-based competition*). Hal inilah yang menuntut efisiensi dan efektivitas dalam peningkatan daya saing pada tiap produk dan jasa. Kualitas dan layanan memainkan peranan yang penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal yang penting dalam banyaknya industri karena merupakan faktor pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk.

Perusahaan yang pernah menjadi pemimpin pasar berdasarkan teknologi atau harga yang rendah, dewasa ini harus bersaing dengan kualitas dan jasa pelanggan. Banyak organisasi yang menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan pangsa pasar, salah satunya melalui strategi kualitas. Perusahaan dapat saling berkompetisi meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan para pelanggannya. Kepuasan yang tinggi dari konsumen akan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu bukan hanya kesukaan/prefensi rasional. Kepuasan yang tinggi itulah yang akan mendorong loyalitas yang tinggi sehingga banyak organisasi yang bertujuan untuk mencapai *Total Customers Satisfaction*. Memuaskan keinginan konsumen dapat dilakukan dengan mengidentifikasikan kebutuhan dari para pelanggannya. Semakin meningkatnya persaingan didunia bisnis yang berorientasi pada profit maupun nonprofit, menjadikan elemen pelayanan serta kualitas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan menjadi semakin penting. Menjalankan pelayanan yang memuaskan pelanggan serta memproduksi produk maupun jasa yang berkualitas memanglah sangat sulit, namun jika sekali perusahaan memiliki keunggulan dibidang ini maka akan sulit untuk dipatahkan oleh perusahaan pesaingnya.

Beragamnya harapan konsumen membuat perusahaan sulit menetapkan spesifikasi jasanya. Ketika spesifikasi itu berubah, pimpinan perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan harapan baru konsumen atas kualitas produk mereka. Perusahaan jasa semakin menyadari bahwa peranan konsumen sangat penting dalam menentukan masa depan perusahaan mereka. Oleh karena itu, perusahaan jasa perlu mengetahui bahwa setiap

konsumen memiliki pandangan atau persepsi yang berbeda-beda mengenai jasa. Dengan memahami harapan dan keinginan konsumen dalam hal pelayanan atau jasa, maka akan diperoleh nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Pelayanan yang diberikan secara umum dan rutin adalah bentuk pelayanan yang bisa dilakukan oleh semua kegiatan usaha kepada konsumen. Namun hal tersebut merupakan banyak usaha jasa (*service*) yang tergolong biasa. Akan tetapi, apabila jasa tersebut disajikan dengan pelayanan-pelayanan khusus secara rutin dengan penyajian yang berbeda atau tidak bisa diberikan oleh perusahaan lain maka pelayanan tersebut membuat pelanggan atau konsumen mendapatkan lebih dari yang diharapkan.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan seperti STIE GICI *Business School* kualitas pelayanan menjadi satu bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam pelayanan kepada mahasiswa karena berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan. Pelayanan adalah sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan para konsumen.

Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari segi pelanggannya. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dan mengambil judul “ **Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STIE GICI *Business School*.**“

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Tempat parkir yang belum memadai di STIE GICI Business School.
2. Kurangnya kelengkapan buku perpustakaan
3. Belum tersedianya lab komputer yang memadai
4. Tidak tersedianya kantin yang luas guna menampung mahasiswa yang semakin banyak
5. Fasilitas WI-FI yang kurang stabil
6. Air Conditioner (AC) yang terkadang panas

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di STIE GICI Business School menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Belajar berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School* ?
2. Apakah secara parsial Kecerdasan Emosional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School* ?
3. Apakah secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School* ?
4. Apakah secara parsial Fasilitas Belajar berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School* ?

1.5. Tujuan dari Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School*.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kecerdasan Emosional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah STIE GICI *Business School*.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School*.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial Fasilitas belajar berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE GICI *Business School*.

1.6. Manfaat dari Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu alat untuk mengetahui jasa pelayanan pendidikan yang di inginkan oleh mahasiswa dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk mempertahankan pelayanan pendidikannya yang sudah baik.
2. Dari penelitian ini penulis dapat memperoleh pengetahuan baru mengenai masalah perilaku konsumen yang sangat berkaitan erat dengan kehidupan sehari-hari dan yang tidak kalah penting adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Srata 1.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah kepustakaan dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan untuk mencapai sasaran yang diinginkan, maka penelitian ini akan dibagi dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal pokok yang berhubungan dengan penulisan skripsi, yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi

masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dasar dan analisis untuk penelitian ini yaitu tinjauan tentang pemasaran, pengertian kualitas pelayanan, pengertian kepuasan konsumen, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian dalam skripsi ini, yang terdiri dari data yang diperlukan, jenis data, teknik pengumpulan data, dan alat analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas gambaran objek penelitian dan hasil analisis data

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan kesimpulan yang ditarik dari penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Agar dapat bertahan dalam kondisi persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif perusahaan memfokuskan diri pada konsumen guna pencapaian titik kepuasan. Tercapainya tingkat kepuasan ini akan berdampak pada pencapaian tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang optimal serta berkesinambungan. Disinilah peran pemasaran dalam menyampaikan produk yang dibutuhkan konsumen hingga terpuaskan. Menurut Kotler dalam Subagyo (2010:2), Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Sebelum mengenal apa itu manajemen pemasaran, harus diketahui dulu apa itu pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.(Daryanto,2011;1). Sedangkan manajemen pemasaran merupakan analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembelian untuk mencapai sasaran organisasi.(Daryanto,2011;6)

a. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran (*marketing concept*) menggap bahwa dalam mencapai tujuan harus ditentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran agar dapat memberi kepuasan kepada pasar dengan lebih efektif dan efisien dari yang diperbuat para pesaing. (Ginting 2011;27).

b. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan (*societal marketing concept*) berpandangan bahwa perusahaan harus menentukan kebutuhan, keinginan dan cara menjaga bahkan memperbaiki kesejahteraan pelanggan dan masyarakat. (Nembah F. Hartimbul Ginting, 2011;29).

2.1.3. Pengertian Kecerdasan Emosional

Konsep ini muncul dari beberapa pengalaman, bahwa kecerdasan intelektual yang tinggi saja tidak cukup untuk menghantarkan orang menuju sukses. Menurut Goleman dalam Sukmadinata (2011;25) pengembangan kecerdasan emosional, orang-orang sukses selain memiliki kecerdasan intelektual yang tinggi tetapi juga memiliki stabilitas emosi, motivasi kerja yang tinggi, mampu mengendalikan stress, tidak mudah putus asa, dan lainlain. Pengalaman-pengalaman demikian memperkuat keyakinan bahwa disamping kecerdasan intelektual juga ada kecerdasan emosional. Orang yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi adalah mereka yang mampu mengendalikan diri (mengendalikan gejala emosi), memelihara dan memacu motivasi untuk terus berupaya dan tidak mudah menyerah atau putus asa, mampu mengendalikan dan mengatasi stress, mampu menerima kenyataan. Sekolah merupakan salah satu tempat dimana seorang anak dapat berinteraksi dan mengembangkan keterampilannya, karena tidak dapat dipungkiri jaman sekarang pendidikan merupakan suatu kebutuhan pokok maka tiap anak akan membutuhkan peran sekolah. Dalam pengembangan kecerdasan emosional anak didik, sekolah berperan dalam memberi motivasi, membentuk kepercayaan diri anak, dan mengembangkan minat anak.

Goleman dalam Wahyuningsih (2011:27) mengatakan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang mengatur kehidupan emosinya dengan inteligensi (*to manage our emotional life with intelligence*); menjaga keselarasan emosi dan pengungkapannya (*the appropriateness of emotional and its expression*) melalui keterampilan kesadaran diri, pengendalian diri, motivasi diri, empati dan keterampilan sosial. Menurut Goleman dalam Mar'at (2011:172), bahwa dalam penelitian di bidang psikologi anak telah dibuktikan bahwa anak-anak yang memiliki kecerdasan emosi yang tinggi akan lebih percaya diri, lebih bahagia, populer, dan sukses di sekolah. Mereka lebih mampu menguasai emosinya, dapat menjalin hubungan yang baik dengan orang lain,

mampu mengelola stress dan memiliki kesehatan mental yang baik. Anak dengan kecerdasan emosi yang tinggi dipandang oleh gurunya di sekolah sebagai murid yang tekun dan disukai oleh teman-temannya.

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosional

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosional menurut Goleman,(2011:27) ada dua faktor antara lain:

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah apa yang ada dalam diri individu yang mempengaruhi kecerdasan emosinya. Faktor internal ini memiliki dua sumber yaitu segi jasmani dan segi psikologis. Segi jasmani adalah faktor fisik dan kesehatan individu, apabila fisik dan kesehatan seseorang dapat terganggu dapat dimungkinkan mempengaruhi proses kecerdasan emosinya. Segi psikologis mencakup didalamnya pengalaman, perasaan, kemampuan berfikir dan motivasi.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah stimulus dan lingkungan dimana kecerdasan emosi berlangsung. Faktor eksternal meliputi: 1) Stimulus itu sendiri, kejenuhan stimulus merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan seseorang dalam memperlakukan kecerdasan emosi tanpa distorsi dan 2) Lingkungan atau situasi khususnya yang melatarbelakangi proses kecerdasan emosional. Objek lingkungan yang melatarbelakangi merupakan kebulatan yang sangat sulit dipisahkan (Goleman dalam Utami, 2011).

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosional

Lima dimensi atau komponen kecerdasan emosional (EQ) menurut Goleman dalam Mar'at (2011 :170) yaitu:

a. Mengenali Emosional

Mengenali emosi diri yaitu mengetahui apa yang dirasakan seseorang pada suatu saat dan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan diri sendiri, memiliki tolok ukur yang realistis atas kemampuan diri dan kepercayaan diri yang kuat. Semakin tinggi kesadaran diri, semakin pandai dalam menangani perilaku negatif diri sendiri (Mar'at, 20011:170-171).

b. Mengelola Emosi

Menjaga emosi sangat diperlukan untuk menjaga kesejahteraan emosi. Emosi yang berlebihan dan meningkat dengan drastis dapat mengganggu dan berakibat negatif terhadap kestabilan emosional seseorang. Seseorang yang memiliki kecerdasan emosional tidak akan dengan mudah larut kedalam perasaan. Ketika kebahagiaan datang, mereka tidak akan mengungkapkan dengan berlebihan, begitu juga kesedihan datang, mereka dapat meredam dan tidak ikut larut dalam kesedihan tersebut.

c. Motivasi Diri

Motivasi merupakan salah satu hak yang penting dalam kehidupan manusia, begitu juga dengan pendidik yang berkeinginan untuk dapat memunculkan motivasi pada diri siswa. Peserta didik dengan tingkat kecerdasan tinggi tetapi kurang mendapat motivasi, juga akan berpengaruh terhadap prestasi yang kurang maksimal. Prestasi akan baik jika diikuti dengan motivasi yang kuat pula.

d. Mengenali Emosi Orang Lain

Kemampuan untuk mengenali emosi orang lain disebut juga empati. Kemampuan mengenali emosi orang lain (empati) adalah merasakan yang dirasakan orang lain, mampu memahami perspektif mereka, menumbuhkan hubungan saling percaya dan menyelaraskan diri dengan bermacam-macam orang.

Ciri-ciri empati (Mustaqim, 2011:156) adalah sebagai berikut: a. Ikut merasakan, yaitu kemampuan untuk mengetahui bagaimana perasaan orang lain. b. Dibangun berdasarkan kesadaran sendiri, semakin kita mengetahui emosi diri sendiri maka semakin terampil kita membaca emosi orang lain.

c. Peka terhadap bahasa isyarat, karena emosi lebih sering diungkapkan melalui bahasa isyarat. d. Mengambil pesan yaitu adanya perilaku content.

e. Kontrol emosi yaitu menyadari dirinya sendiri berempati sehingga tidak larut. Uraian di atas menerangkan bahwa seseorang yang mempunyai kemampuan empati tinggi mampu lebih dapat merasakan dan memahami perasaan orang lain, mampu menumbuhkan hubungan saling percaya dan menyesuaikan diri dengan orang lain.

e. Membina Hubungan

Dalam rangka membangun hubungan sosial yang harmonis, maka harus memperhatikan identitas diri dan kemampuan berkomunikasi. Jadi, keterampilan sosial merupakan seni mempengaruhi orang lain (Mar'at, 2011:172).

2.1.4. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. Secara operasional, produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena suatu produk itu dibuat atau diciptakan baik dalam bentuk ataupun jasa gunanya adalah untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya.(Wijaya 2011;11).

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi yang penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi suatu persaingan.

Pada umumnya, ada dua jenis kualitas yang diakui yaitu : (Supriyono, 2002 dalam Wijaya 2011;12)

1. Kualitas rancangan (*quality of design*)

Kualitas rancangan (*quality of design*) adalah fungsi berbagai spesifikasi produk.

2. Kualitas kesesuaian (*quality of comfornity*)

Kualitas kesesuaian (*quality of comfornity*) adalah ukuran mengenai cara produk memenuhi berbagai persyaratan atau spesifikasi.

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan. Dengan demikian, terdapat

lima dimensi utama yang digunakan oleh konsumen dalam melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yaitu :

1. Berwujud (*Tangible*)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini yang meliputi fasilitas fisik (contohnya : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampain informasi yang jelas.

4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Merupakan pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan soapan santun.

5. Empati (*Empahty*)

Memberikan pengertian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi setiap konsumen.

2.1.5. Pengertian Fasilitas

Menurut Youti (1997) dalam Setiawan (2011;100), fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang, maupun perusahaan industry. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia dilingkungan maupun didalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan yang maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan aman dan nyaman.

Raharjani (2005) dalam setiawan (2011;101) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan dan loyalitas konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian.

Menurut Kertajaya (2003) dalam Tjiptono (2011;102), pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa, mencakup :

- a. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas.
- b. Kondisi dan fungsi fasilitas.
- c. Kemudahan penggunaan fasilitas.
- d. Kelengkapan alat yang digunakan.

2.1.6. Pengertian Kepuasan Konsumen

Setiap pembelian menimbulkan konsekuensi bagi seorang pembeli atau penyewa. Konsekuensi ini terjadi sebagai akibat dari perilaku pelanggan yang disebut sebagai pengevaluasian kembali setelah pembelian atau penyewaan. Setiap pembeli yang melakukan pembelian akan membandingkan apa yang ia terima dengan apa yang ia

harapkan. Jika perbandingan tersebut menguntungkan maka pembeli akan merasa puas. Akan tetapi sebaliknya jika tidak menguntungkan maka pembeli bisa mengatakan tidak puas. Kepuasan pelanggan tersebut dapat mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan karena pelanggan akan terus mengingat akan tempat yang sudah memberikannya kenyamanan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapan pelanggan. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan.

Menurut Kotler dalam Lapiyoadi (2011), kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dimensi kepuasan pelanggan dibagi menjadi dua, yaitu ;

a. Kepuasan Fungsional

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakai produk

b. Kepuasan Psikologikal

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut-atribut yang bersifat berwujud.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kepuasan mahasiswa relatif banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda seperti penggunaan variabel independen, lokasi penelitian, jumlah responden yang berbeda dan lain sebagainya. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kepuasan mahasiswa dapat disajikan di bawah ini.

Samosir (2008) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 393 responden dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa 56,3% kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kualitas pelayan sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Sumatera Utara.

Saftri (2014) melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di STIE GICI *Business school* Jakarta. Jumlah sampelnya sebanyak 80 responden. Model analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 60,84% faktor-faktor kepuasan mahasiswa dijelaskan oleh kualitas pelayanan akademik sedangkan sisanya 39,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di STIE GICI *Business School* Jakarta.

Noviani (2015) melakukan penelitian dengan judul pengaruh kompetensi dosen dan fasilitas belajar terhadap kepuasan mahasiswa Pendidikan ekonomi FKIP UNS. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 171 responden. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 70,4% faktor-faktor kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kompetensi dosen, dan fasilitas belajar sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kompetensi dosen, fasilitas belajar secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan uji t menunjukkan bahwa variabel kompetensi dosen, fasilitas belajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Universitas Sebelas Maret.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

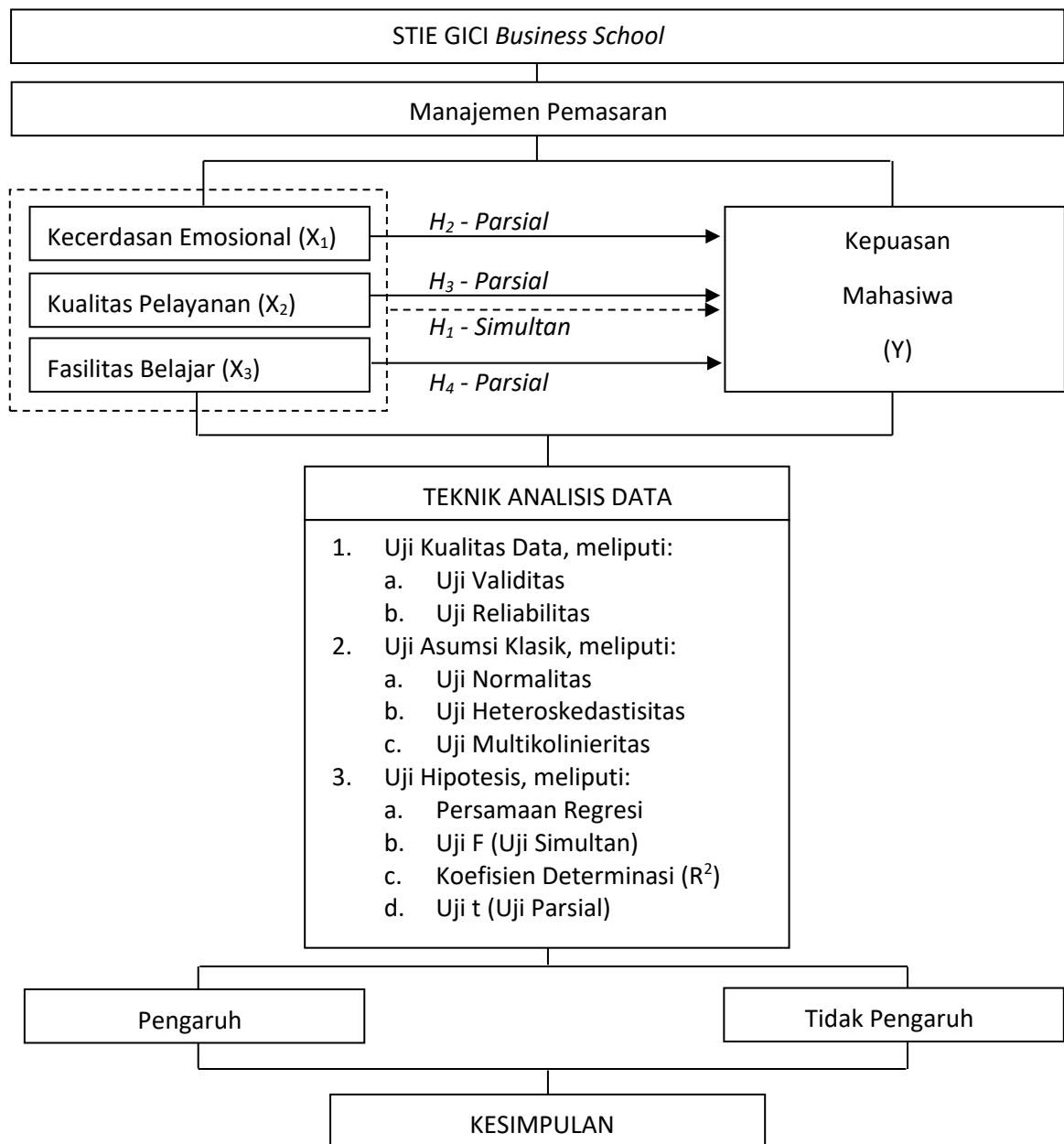
PENELITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Samosir (2008)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara.	Kualitas Pelayanan	Analisis Regresi Linier Berganda	1. Uji regresi 56,3% 2. Uji F menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.

Safitri (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah di STIE Gici <i>Business School</i> Jakarta.	Kualitas Pelayanan Akademik	Analisis Regresi Linier Sederhana	1. Koefisien Determinasi 60,80% 2. Uji t menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa
Noviana (2015)	Pengaruh Kompetensi Dosen dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Universitas Sebelas Maret	Kompetensi Dosen Fasilitas Belajar	Analisis Regresi Linier Berganda	1. Uji regresi 70,4% 2. Uji t, kedua variabel terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa 3. Uji F, kedua variabel terbukti secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

Sumber: Kampus Terkait (2024)

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sekaran dalam Sugiyono, 2010:60). Di bawah ini adalah gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber:Penulis (2024)

2.4. Hipotesis

Sesuai dengan deskripsi teoritis serta kerangka pemikiran yang telah penulis sampaikan di atas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_i = 0$, berarti secara simultan kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

$H_1 : \beta_i \neq 0$, berarti secara simultan kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

2. Hipotesis 2

$H_0 : \beta_1 = 0$, berarti secara parsial kecerdasan emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

$H_1 : \beta_1 > 0$, berarti secara parsial kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

3. Hipotesis 3

$H_0 : \beta_2 = 0$, berarti secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.

$H_1 : \beta_2 > 0$, berarti secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

4. Hipotesis 4

$H_0 : \beta_3 = 0$, berarti secara parsial fasilitas belajar tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.

$H_1 : \beta_3 > 0$, berarti secara parsial fasilitas belajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI *Business School*.

BAB III
METODELOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di STIE GICI Business School mulai dari Maret 2024– Juni 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	April 2024				Mei 2024				Juni 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal												
2	Pengajuan izin penelitian												
3	Persiapan instrumen penelitian												
4	Pengumpulan data												
5	Pengolahan data												
6	Analisis dan evaluasi												
7	Penulisan laporan												
8	Seminar hasil laporan												

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, (Sugiyono, 2014:6)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Banyak ahli menjelaskan pengertian tentang populasi. Salah satunya Sugiyono (2014:80) mengatakan bahwa:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIE GICI Business School di Jakarta, Bekasi, Bogor dan Depok, dengan jumlah mahasiswa berdasarkan dari informasi pihak akademik adalah sebanyak 2500 orang sebanyak 3 angkatan dari 2014-2016.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2016:81) mengatakan bahwa:

”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).”

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Rakhmad dalam Unaradjan (2013:124)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{2500}{2500 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{2500}{2500 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{2500}{25 + 1}$$

$$n = \frac{2500}{26}$$

n = 96,15 (dibulatkan menjadi 96 responden).

Jadi, sampel pada penelitian ini 96 mahasiswa yang diambil proporsional setiap cabang. Berikut data tabel mahasiswa masing-masing cabang.

Tabel 3.2. Data Mahasiswa masing-masing cabang

Cabang	Jumlah	%	Sampel (96)
Jakarta	416	16.64	16
Depok	445	17.80	17
Bogor	901	43.88	42
Bekasi	542	21.68	21
Jumlah	25000	100 %	96

Sumber: Penelitian, 2024 (Data diolah)

Setiap sampel diambil dari cabang secara *Incidental sampling*. Menurut Sugiyono (2015:146) *Incidental sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2014:137) menyatakan bahwa:

”Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

Selanjutnya perlu penulis sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (Sunyoto, 2014:28). Juga data sekunder yaitu data yang tidak langsung berasal dari sumber datanya dimana biasanya data tersebut dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Sunyoto, 2014:42). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (Angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisisioner.

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas

dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas ekuitas merek, diskon harga, dan wiraniaga, yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kecerdasan Emosional (X_1)

Konsep ini muncul dari beberapa pengalaman, bahwa kecerdasan intelektual yang tinggi saja tidak cukup untuk menghantarkan orang menuju sukses. Menurut Goleman dalam Sukmadinata (2011;25), dengan indikator pernyataan sebagai berikut:

- a. Mengenali emosi diri yaitu mengetahui apa yang dirasakan seseorang pada suatu saat dan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan diri sendiri, memiliki tolok ukur yang realistis atas kemampuan diri dan kepercayaan diri yang kuat.
- b. Mengelola emosi, sangat diperlukan untuk menjaga kesejahteraan emosi.
- c. Motivasi diri, merupakan salah satu hak yang penting dalam kehidupan manusia.
- d. Mengenali emosi, orang lain (empati) adalah merasakan yang dirasakan orang lain, mampu memahami perspektif mereka, menumbuhkan hubungan saling percaya dan menyalurkan diri dengan bermacam-macam orang.
- e. Membina hubungan, dalam rangka membangun hubungan sosial yang harmonis, maka harus memperhatikan identitas diri dan kemampuan berkomunikasi.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena suatu produk itu dibuat atau diciptakan baik dalam bentuk ataupun jasa gunanya adalah untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya. (Wijaya 2011;11)

- a. Berwujud (*Tangible*), merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pengurangan harga untuk pembelian volume besar.
 - b. Keandalan (*Reliability*), merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
 - c. Ketanggapan (*responsiveness*), merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampain informasi yang jelas.
 - d. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), merupakan pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.
 - e. Empati (*Empahty*), memberikan pengertian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
3. Fasilitas Belajar (X₃)
- Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang, maupun perusahaan industry, Youti (1997) dalam Setiawan (2011;100), Adapun indikator penelitiannya meliputi:
- a. Tenaga pengajar
 - b. Kelengkapan fasilitas lainnya

3.5.2 Variabel Terikat

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, Kotler dalam Lapiyoadi (2011), Dimensi kepuasan pelanggan dibagi menjadi dua, yaitu ;

1. Kepuasan Fungsional, merupakan Kepuasan yang diperoleh dari atau pemakai produk.
2. Keputusan psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut-atribut yang bersifat berwujud.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kecerdasaan Emosional (X ₁)	Bahwa kecerdasan intelektual yang tinggi saja tidak cukup untuk menghantarkan orang menuju sukses, Goleman dalam Sukmadinata (2011;25),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengenal emosi 2. Mengelola emosi 3. Motivasi diri 4. Mengenal emosi orang lain 5. Membina hubungan 	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena suatu produk itu dibuat atau diciptakan baik dalam bentuk ataupun jasa gunanya adalah untuk memenuhi selera konsumen atau Memuaskan pemakainya.(Wijaya 2011;11)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Emphaty</i> 4. <i>Ansurance</i> 5. <i>Tangibel</i> 	Skala Likert
Fasilitas Belajar (X ₃)	Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang, maupun perusahaan industry, Youti (1997) dalam Setiawan (2011;100)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tenaga pelajar 2. Kelengkapan fasilitas lainnya 	Skala Likert
Kepuasan Mahasiswa (Y)	Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler dalam Lapiyoadi (2011),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan fungsional 2. Kepuasan psikologikal 	Skala Likert

Sumber: Penelitian (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

Tabel 3.3. Pengukuran Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif

untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned} \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f (X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3)..... (X_n) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (kepuasan mahasiswa)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
- X_1 = Emosional Kecerdasaan
- X_2 = Kualitas Pelayanan
- X_3 = Fasilitas Belajar
- e = Standar erorr

Sumber : Arikunto dalam Unaradjan (2013:225)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Metode yang dapat digunakan adalah metode *enter*, *stepwise*, *backward*, serta *forward* (Situmorang, dkk, 2008:109-127). Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode *enter*. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa: "validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus *Pearson Product Moment*", adalah:

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

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:164)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$ (Situmorang, et.al, 2008:36).

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Situmorang, et.al., 2008:43).

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi:

- (1) uji normalitas,
- (2) uji multikolinieritas,
- (3) uji heteroskedastisitas,

Dalam penelitian ini akan digunakan 3 uji asumsi klasik yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorv-Smirnov Test. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri (Situmorang, et.al., 2008:56).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Situmorang, et.al., 2007:63).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park.

Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Situmorang, et.al., 2007:68).

3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance $< 0,1$ atau VIF > 5 (Situmorang, et.al., 2008:101).

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

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

Keterangan :

- F_{hitung} = Nilai F yang dihitung
- R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda
- k = Jumlah variabel bebas
- n = Jumlah sampel

Sumber: Unaradjan (2013:207)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat

dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

sb = Standar error koefisien regresi X

Sumber : Arikunto dalam Widayat (2008:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variabel kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variabel kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Berdirinya STIE *GICI BUSINESS SCHOOL*

STIE GICI Business School mulanya merupakan Lembaga Pendidikan Bisnis yang bernama *Global Institute of Commerce and industry* (GICI) yang berdiri sejak 1998 untuk wilayah Singapore-Johor-Riau dan saat ini berada di kepulauan Riau di kota Batam. *Global Institute of Commerce and industry* (GICI) yang berafiliasi dengan pendidikan luar negeri seperti Columbus University, West Coast University dan lain sebagainya. Dulunya adalah sebuah yayasan yang bernama Nusa Dharma lalu berubah nama menjadi STIE GICI *BUSINESS SCHOOL*. Setelah *GICI Business School* Jakarta mengambil alih salah satu perguruan tinggi Nusa Dharma, berdasarkan surat keputusan dari kopertis IV tanggal 11 Juli 2005 Nomor Surat 0854/004/KL/2005 yang ditanda tangani oleh Koordinator Perguruan tinggi Swasta Wilayah IV, menyetujui perubahan nama dari STIE Nusa Dharma menjadi STIE GICI Depok. Perubahan tersebut menandai mulai beroperasinya sistem pendidikan tinggi yang berorientasi pada konsep sukses dan survival seperti yang selama ini menjadi ciri khas STIE GICI Business School. Pihak manajemen STIE GICI *Business School* memfokuskan diri pada pendidikan yang konsepnya berbasis Competency yang mengkombinasikan pola kuliah sambil bekerja (LBD System).

4.1.2. Profil Umum STIE *GICI BUSINESS SCHOOL*

1. Visi – (*Vision*)

“Menjadikan GICI sebagai lembaga pendidikan tinggi yang menghasilkan *entrepreneur* yang berhasil dan profesional yang mampu memberikan dampak positif bagi bangsa dan negara.”

2. Misi – (*Mission*)

“Menciptakan individu dan organisasi di Indonesia, yang mampu memenangkan persaingan bisnis dengan memberdayakan kemampuannya yang ditunjang dengan kualitas

pribadi yang mencakup keahlian memimpin, wirausaha yang memiliki pola pikir positif melalui pembentukan karakter yang terintegrasi baik secara akademik dan jalur empiris.”

3. Tujuan

- a. Menyelenggarakan pendidikan berbasis pada peningkatan wawasan berfikir, mentalitas dan *networking*.
- b. Menciptakan sistem motivasi untuk mengatasi hambatan serta mencapai sukses melalui mindset, reengineering dan update *knowledge*.
- c. Menciptakan Sarjana strata satu bidang manajemen dan atau akuntansi yang memiliki kemampuan dan keterampilan memadai, melalui penelitian dan pengembangan profesi berdasarkan pada nilai-nilai etika, kepekaan social, kemampuan menganalisis, dan keterampilan metodologis dalam bidang riset ekonomi.

4. Latar Belakang Perusahaan

Konsep ini mendidik sumber daya manusia dengan teknik yang profesional dan berbeda dengan perguruan tinggi tinggi konvensional lain di Indonesia. Latar belakang permasalahan yang terjadi di masyarakat yaitu diantaranya angka pengangguran semakin meningkat yang lebih memprihatinkan lagi karena pengangguran tersebut adalah pengangguran terdidik, baik itu sarjana lulusan luar negeri ataupun dalam negeri. Semua itu terjadi bukan hanya karena lapangan kerja yang terbatas tetapi lebih ke masalah mentalitas, minimnya *network* serta kurangnya wawasan yang dimiliki oleh individu sebagai lulusan sarjana tersebut sehingga pada kenyataannya mereka belum mampu dan siap bersaing di dunia kerja dan bisnis.

Latar belakang masalah diatas, STIE GICI Business School mengkombinasikan konsep pendidikan dengan beberapa komponen yang memang sangat berpengaruh terhadap pembentukan suatu pribadi yang bisa mengakomodir tiga permasalahan diatas dengan keseimbangan pembelajaran tiga alur yang diantaranya *knowledge*, *softskill* dan *hardskill*-nya. Sehingga dengan konsep pembelajaran yang melingkupi tiga alur tersebut dapat membentuk seorang mahasiswa STIE GICI Business School yang lebih awal dan lebih siap menghadapi tuntutan dunia kerja dan bisnis.

5. Logo dan Makna Logo



Gambar 4.1 Logo STIE GICI BUSINESS SCHOOL

Dengan perkembangan yang cukup baik *Global Institute of Commerce and Industry* (GICI) tahun 2004 mulai menambah ke ibu kota Jakarta dengan nama merk GICI Business School dan pola beserta sistem yang diperbaharui guna mengantisipasi tuntutan dunia pendidikan sekaligus dunia bisnis yang terus berkembang dalam perkembangannya. Dipatenkannya nama merk GICI Business School pada tahun 2005 disertai lambang logo berbentuk lingkaran dengan dua kuda yang saling berhadapan dan adanya buku, toga, dan global bola dunia yang mana diartikan sebagai inti dari mentalitas, relasi dan wawasan.

Perkembangan *GICI Business School* begitu cepat dengan mengiringi perkembangan kota, sehingga memuat pihak manajemen GICI Business School untuk melakukan perubahan manajemen, merek dan lainnya agar dapat mengikuti perkembangan kota. Dimana saat ini GICI Business School melakukan perubahan dengan sistem internal manajemen yang bernama GICI morfosis yang mengartikan manajemen dan seluruh keluarga besar GICI Business School berubah seperti kepompong dan juga perubahan itu dilambangkan dengan kepompong berubah menjadi kupu-kupu. Selain itu logo GICI Business School mengalami perubahan menjadi huruf “G” yang disambung dengan panah yang mengartikan bahwa *GICI Business School* bergerak lebih cepat, fokus seperti panah.

6. Sistem Perkuliahan

- A. Sistem perkuliahan di STIE *GICI Business School* menggunakan pendekatan keseimbangan antara kemampuan manajerial dilapangan dan kemampuan akademik yang juga berbasis pada sistem topik atau paket dimana untuk setiap topic terdiri dari

150 menit tatap muka dalam setiap sesi dalam satu minggu terdapat 2 s/d 3 sesi atau topic. Dari nilai topik tersebut setelah ujian akhir maka akan dikoperasikan kekurikulum nasional dengan perhitungan Satuan Kredit Semester (SKS). Selain tatap muka, dilaksanakan juga perkuliahan secara terstruktur dan mandiri.

- B. Jumlah keseluruhan Satuan Kredit Semester (SKS) yang dilaksanakan STIE GICI Business School adalah sebanyak 149 SKS untuk jurusan Manajemen dan 154 SKS untuk jurusan Akuntansi. Sebagai gambaran beban studi program sarjana adalah berkisar dari 144 – 160 SKS (SK. MENDIKNAS NO.232/2000).
 - C. Jumlah mahasiswa dalam kelas berkisar antara 25-30 orang dengan menggunakan formasi *U-Shape* sehingga memudahkan terjadinya interaksi anatara dosen dan mahasiswa. Hubungan dosen pengajar dengan mahasiswa adalah hubungan seperti *Consultant-Client*. Dosen wajib berasal dari kalangan praktisi dengan jabatan minimum sebagai manajer, sehingga mampu mengkombinasikan kualifikasi akademik dengan dunia bisnis.
7. *Succes standart* STIE GICI Business School
- 1. Lulusan program akademik STIE GICI Business School.
 - 2. Lulusan program *Life Skill Training* yang terdiri dari :
 - a. *Personal Development*
 - b. *General Relationship*
 - c. *Company Relationship*
 - d. *Communication & Presentation Skill*
 - e. *Interview & Getting Job Easier*
 - f. *Magang Mandiri*
 - g. *Business Development Program*
 - 3. Mengikuti aktifitas *Softskill Student Transcript of Performance*.
 - 8. Nilai Tambah Kuliah di STIE GICI Business School
 - a. Mendapatkan *Life Skill Training* yang terkontrol secara gratis selama kuliah.
 - b. *Learning by doing* “kuliah sambil kerja” yang diterapkan untuk mendapatkan pengalaman sebagai seorang profesional.

- c. Kuliah diselesaikan dalam 2-3 tahun lebih cepat dibandingkan perguruan tinggi biasa.
- d. Fasilitas eksklusif dilengkapi dengan AC disetiap ruangan, internet, LCD Projector, Wi-fi yang bisa terkoneksi diseluruh ruangan kampus, dan ruang kuliah *U-Shape*.
- e. Lebih dari 75 % mahasiswa telah bekerja sebelum mereka lulus kuliah.
- f. *Success Controller Program* yang dibentuk perma pribadi sukses dengan program-program yang terkendali.
- g. Mahasiswa mempraktekkan pengetahuan berbisnis melalui inkubator bisnis yang memiliki jaringan internasional.

Pengkondisian mental, penampilan, komunikasi sebagai seorang entrepreneur sekaligus karyawan yang berprestasi.

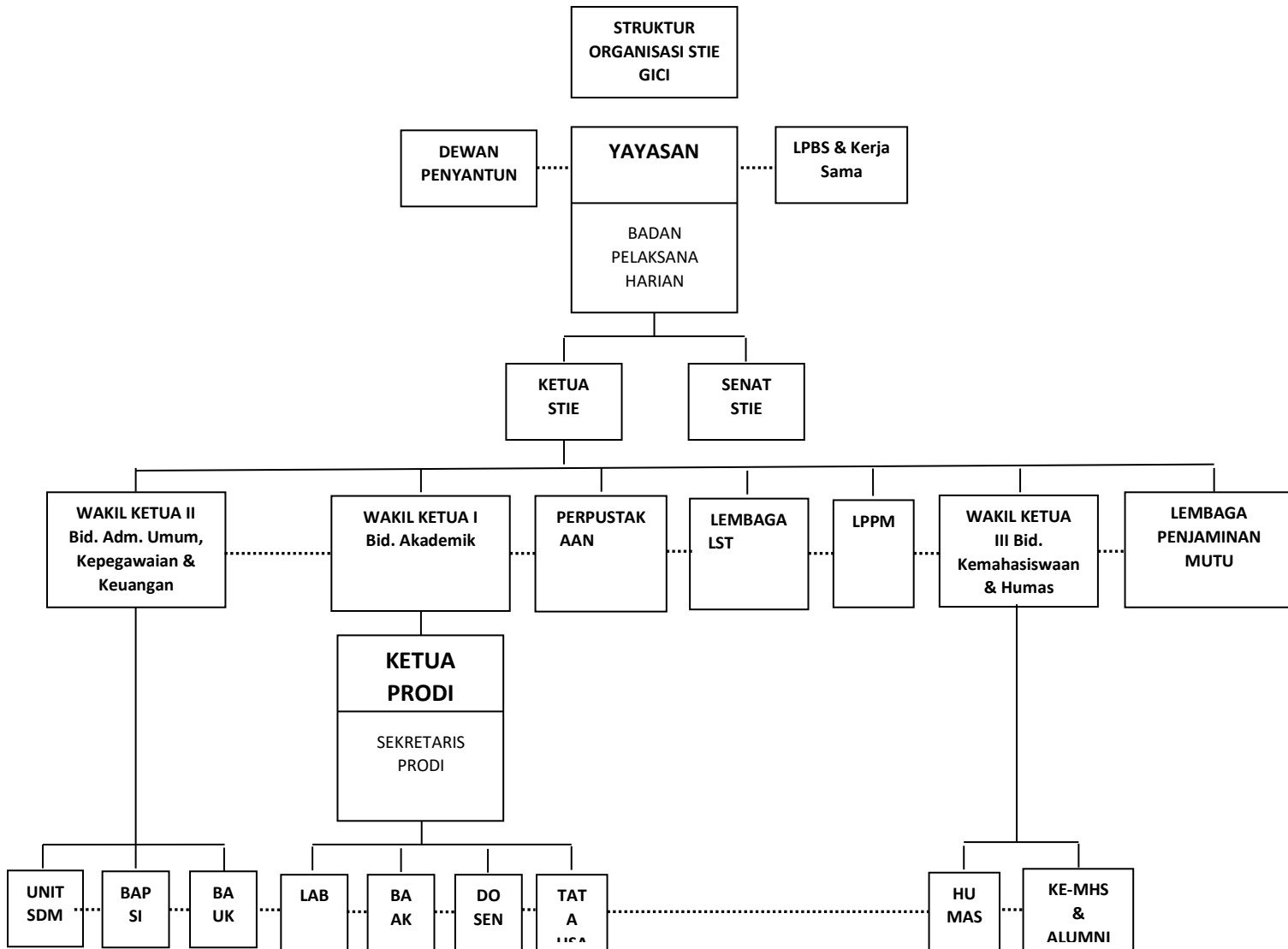
1. Point Ciri Khas STIE GICI *Business School*
2. Strata satu (S-1) dapat ditempuh dalam waktu 3-3.5 tahun.
3. LBD (*Learning By Doing*) System, merupakan kuliah sambil bekerja. Setiap mahasiswa STIE GICI *Business School* diwajibkan untuk memiliki pekerjaan.
4. STIE GICI *Business School* mampu mengatasi pengangguran terdidik. Dengan mengikuti program-program GICI Group, mahasiswa dijamin memiliki pekerjaan, baik sedang menjalani kuliah atau setelah lulus kuliah.
5. Sistem pembayaran kuliah dan investasi gedung yang fleksibel.
6. Sistem *Money Back Guarantee* biaya investasi gedung. STIE GICI *Business School* akan mengembalikan 100 % uang investasi gedung apabila calon mahasiswa :
 - a. Tidak lulus Ujian Akhir Negara (UAN)
 - b. Lulus SPMB dan diterima pada Perguruan Tinggi Negeri.
7. Sistem penerimaan tenaga pengajar atau dosen yang ketat. Sehingga menghasilkan tenaga pengajar yang bermutu dan dapat meningkatkan prestasi mahasiswa secara nyata.
8. Tata tertib dan disiplin yang tinggi. Baik mahasiswa maupun dosen

dituntut untuk menjalankan dan mematuhi tata tertib. Dengan demikian, kegiatan perkuliahan dapat berjalan dengan tertib dan lancar serta membangun mental profesional bagi mahasiswa dan tenaga pengajar.

9. *Success Controller* dan Pelaksanaan *Life Skill Training*, merupakan pelatihan yang diberikan untuk mendidik mahasiswa STIE GICI Business School dari segi mental, relasi dan wawasan umum.
10. Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
 1. BAAK merupakan unsur pelaksana administrasi akademik dan kemahasiswaan, serta alumni Sekolah Tinggi.
 2. BAAK dipimpin oleh seorang Kepala yang diangkat dan diberhentikan oleh Ketua. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya bertanggung jawab langsung kepada Ketua.
 3. BAAK mempunyai fungsi dan tugas:
 - a. Perencanaan serta pengendalian sistem administrasi akademik dan kemahasiswaan di lingkungan Sekolah Tinggi.
 - b. Perencanaan serta pengendalian tata alur administrasi serta hubungannya dengan administrasi di tingkat program studi, biro, serta unit pendukung lainnya di lingkungan Sekolah Tinggi

Berasarkan SK Mendiknas No. 165/D/0/2005 tanggal 31 Oktober 2005, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang sekarang bernama STIE GICI *Business School* terdiri atas Program Studi Manajemen jenjang S-1, Akuntansi jenjang S-1, Manajemen Pemasaran jenjang D-III, Akuntansi jenjang D-III, serta Manajemen Keuangan dan Perbankan jenjang D-III. Kendati secara formal merupakan perguruan tinggi yang meyelenggarakan pendidikan sampai ke jenjang sarjana, STIE GICI *Business School* menerapkan pola yang agak berbeda dibandingkan dengan sistem perguruan konvensional yang selama ini dikenal.

4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan



Ket:

— : Garis Instruksi
 - - - : Garis koordinasi

- LPBS : Lembaga Pengembangan Bisnis dan Kerjasama
- LST : Life Skill Training
- LPPM : Lembaga Penelitian dan pengabdian Masyarakat
- BAPSI : Biro Administrasi Pelayanan Sistem Informasi
- BAUK : Biro Administrasi Keuangan
- BAAK : Biro Administrasi Akademik & Kemahasiswaan

Keterangan Organisasi STIE terdiri dari:

1. Ketua STIE adalah pucuk pimpinan
2. Senat Akademik
3. Badan Penjaminan Mutu
4. Pembantu Ketua I
5. Pembantu Ketua II
6. Pembantu Ketua III
7. Program Studi
8. Unit SDM
9. BAPSI
10. BAUK dan Kerumahtanggaan
11. BAAK
12. Perpustakaan
13. Humas/kerjasama
14. LPPM
15. Alumni dan kemahasiswaan
16. Laboratorium
17. Tata Usaha/kesekretariatan
18. Lembaga LST (*Life Skill Training*)

4.1.4. Karakteristik Responden

Merupakan karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian. Hal ini menunjukkan seperti apakah demografi responden dilihat dari jenis kelamin, usia, Angkatan dan Program Studi. Dengan mengetahui demografi responden maka kita akan mengetahui karakteristik responden dalam hal ini mahasiswa yang kuliah di STIE GICI Business School.

Di bawah ini penulis sajikan tabel karakteristik responden secara lengkap termasuk prosentasenya. Harapannya dengan diketahui karakteristik tersebut maka dapat diketahui

kaitan antara jawaban responden atas pernyataan yang disampaikan dengan perilaku responden sehingga akan menjadi lebih jelas nantinya .

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin	Laki-Laki	37	38,5 %
	Perempuan	59	61,5 %
Jumlah		96	100 %
Usia	< 20 tahun	52	54,2 %
	21- 30 tahun	44	45,8 %
Jumlah		96	100 %
Program Studi	Manajemen	67	69,8 %
	Akuntansi	21	21,8 %
	Manajemen Pemasaran	8	8,4 %
Jumlah		96	100 %
Angkatan	2014	37	38,5 %
	2015	28	29,2 %
	2016	31	32,3 %
Jumlah		96	100 %

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa dilihat dari jenis kelamin berdasarkan sampel yang diambil di STIE GICI Business School, jumlah mahasiswa dan mahasiswi STIE GICI Business School yaitu laki-lakinya sebanyak 37 orang atau 38,5 %. Kesimpulannya

adalah perempuan menjadi responden yang mendominasi jenis kelamin di STIE GICI Business School sebanyak 59 orang atau 61,5 %.

Jika dilihat dari usia data diatas menunjukkan bahwa mahasiswa yang usianya 21-30 tahun yaitu sebanyak 44 orang atau 45,8 % dan usia < 20 tahun lebih mendominasi jumlah mahasiswa yaitu sebanyak 52 orang atau 54,2 % .

Selanjutnya jika dilihat dari program studi yang ada di STIE GICI Business School lebih didominasi oleh jurusan manajemen sebanyak 67 orang atau 69,8 %, kemudian disusul oleh jurusan akuntansi sebanyak 21 orang atau 21,8 % dan terakhir jurusan pemasaran sebanyak 8 orang atau 8,4 %.

Terakhir jika dilihat dari angkatan kuliah sebagian besar didominasi oleh angkatan 2014 sebanyak 37 orang atau 38,5 % yang kemudian berikutnya adalah angkatan 2015 sebanyak 28 orang atau 29,2 % dan angkatan 2016 sebanyak 31 orang atau 32,3 %.

4.1.5. Tanggapan Responden

Dalam sebuah penelitian, tanggapan respon yang merupakan jawaban atas apa yang ada dalam benak pikiran responden menjadi hal sangat penting. Ini karena apa yang mereka sampaikan merupakan data awal yang akan digunakan untuk berbagai uji nantinya. Oleh sebab itu proses pengumpulan data yang dilakukan khususnya lewat kuesioner harus benar-benar diperhatikan ke absahannya. Tujuannya agar data yang didapatkan tersebut mampu mewakili persepsi yang ada pada diri masing-masing responden bukan sekedar asal isi saja.

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 96 responden mahasiswa/i STIE GICI Business School, di bawah ini disajikan deskripsi tanggapan responden yang berhubungan dengan masing-masing variabel bebas yang diteliti sebagai berikut:

1. Kecerdasan Emosional (X_1)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Kecerdasan Emosional (X_1) sebagai berikut:

Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Kecerdasan Emosional

NO	PERNYATAAN	STS		TS		R		S		SS		NILAI	TAFSIR
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=F(X)/n]
1	Bagian pelayanan mahasiswa selalu menghargai pendapat dari mahasiswa	0	0%	8	8.3%	28	29.2%	46	47.9%	14	14.6%	354	3.69
2	Bagian pelayanan mahasiswa tidak tergesa-gesa untuk memutuskan sesuatu hal karena dorongan emosi semata.	0	0%	5	5.2%	22	22.9%	46	47.9%	23	24.0%	375	3.91
3	Bagian pelayanan mahasiswa profesional	0	0%	5	5.2%	29	30.2%	47	49.0%	15	15.6%	360	3.75
4	Bagian pelayanan mahasiswa mengerti kesalahan yang diperbuat oleh mahasiswa	1	1.0%	15	15.6%	23	24.0%	43	44.8%	14	14.6%	342	3.56
5	Rasa kesal bagian pelayanan kepada mahasiswa yang sering melakukan pelanggaran, tidak mengganggu kerjasama dengan mahasiswa lainnya.	0	0%	9	9.4%	27	28.1%	48	50.0%	12	12.5%	351	3.66
6	Bila menghadapi komplain mahasiswa dalam mencapai suatu tujuan, selalu diselesaikan dengan baik	0	0%	12	12.5%	17	17.7%	56	58.3%	11	11.5%	354	3.69
7	Bagian pelayanan mahasiswa selalu berusaha untuk lebih dapat mengerti perasaan mahasiswanya.	2	2.1%	9	9.4%	34	35.4%	37	38.5%	14	14.6%	340	3.54
8	Bagian pelayanan selalu menyediakan waktu untuk mahasiswa yang mengalami kendala di kampus	0	0%	8	8.3%	15	15.6%	51	53.1%	22	22.9%	375	3.91
9	Bagian pelayanan selalu membina hubungan baik dengan mahasiswa	0	0%	2	2.1%	27	28.1%	41	42.7%	26	27.1%	379	3.95
10	Bagian Pelayanan selalu memberikan solusi terbaik untuk mahasiswa	0	0%	9	9.4%	16	16.7%	52	54.2%	19	19.8%	369	3.84
RATA-RATA		0	0%	8	9%	24	25%	47	49%	17	18%	362	3.77

Sumber:Penelitian, (2024)

Tabel 4.2. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kecerdasan emosional mulai dari indikator pertama yaitu mengenali emosi sampai dengan indikator terakhir yaitu membina hubungan. Pada indikator pertama yaitu mengenali emosi dengan

pernyataan bagian pelayanan mahasiswa selalu menghargai pendapat dari mahasiswa, sebanyak 47,9% responden menjawab setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,69(setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan mahasiswa selalu menghargai pendapat dari mahasiswa.

Masih pada indikator pertama yaitu kecerdasan emosional dengan pernyataan bagian pelayanan mahasiswa tidak tergesa-gesa untuk memutuskan sesuatu hal karena dorongan emosi semata, sebanyak 47,9% responden menjawab setuju dengan angka penafsiran 3,91 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan mahasiswa tidak tergesa-gesa untuk memutuskan sesuatu hal karena dorongan emosi semata.

Demikian halnya dengan indikator kedua yaitu mengelola emosi dengan pernyataan bagian pelayanan mahasiswa profesional, sebanyak 49,0% responden menjawab setuju dan 15,6 % menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,75 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa mengelola emosi dengan indikator bagian pelayanan mahasiswa profesional, kemudian pada pernyataan bagian pelayanan mahasiswa mengerti kesalahan yang diperbuat oleh mahasiswa masih pada indikator mengelola emosi, sebanyak 44,8% menjawab setuju dan 14,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,56 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa mengelola emosi dengan pernyataan bagian pelayanan mahasiswa mengerti kesalahan yang diperbuat oleh mahasiswa.

Hasil penelitian indikator ketiga yaitu motivasi diri, sebanyak 50% responden menjawab setuju dan 12,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,66 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa motivasi diri dengan pernyataan rasa kesal bagian pelayanan kepada mahasiswa yang sering melakukan pelanggaran, tidak mengganggu kerjasama dengan mahasiswa lainnya turut mempengaruhi keputusan mereka kuliah di STIE GICI Business School, kemudian pada pernyataan bila menghadapi komplain mahasiswa dalam mencapai suatu tujuan, selalu diselesaikan dengan baik masih pada indikator motivasi diri,

sebanyak 58,3% menjawab setuju dan 11,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,69 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa motivasi diri dengan pernyataan bila menghadapi komplain mahasiswa dalam mencapai suatu tujuan, selalu diselesaikan dengan baik.

Seperti halnya indikator ketiga, pada indikator keempat yaitu mengenali emosi orang lain dengan pernyataan bagian pelayanan mahasiswa selalu berusaha untuk lebih dapat mengerti perasaan mahasiswanya, sebanyak 38,5% responden menjawab setuju dan 14,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,54 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan mahasiswa selalu berusaha untuk lebih dapat mengerti perasaan mahasiswa di STIE GICI Business School. Kemudian pada pernyataan berikutnya yaitu bagian pelayanan selalu menyediakan waktu untuk mahasiswa yang mengalami kendala di kampus, sebanyak 53,1% menjawab setuju dan 22,9 % menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,91 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan selalu menyediakan waktu untuk mahasiswa yang mengalami kendala di kampus.

Terakhir, pada indikator kelima yaitu membina hubungan dengan pernyataan pertama yaitu bagian pelayanan selalu membina hubungan baik dengan mahasiswa, sebanyak 42,7% responden menjawab setuju dan 27,1% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,95 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan selalu membina hubungan baik dengan mahasiswa. Pernyataan berikutnya adalah bagian pelayanan selalu memberikan solusi terbaik untuk mahasiswa didapatkan data sebanyak 52,4% menjawab setuju dan 19,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,84 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika bagian pelayanan selalu memberikan solusi terbaik untuk mahasiswanya.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel kecerdasan emosional, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 49% responden menjawab setuju dan 18% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,77 (setuju). Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel kecerdasan emosional turut mempengaruhi kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai berikut:

Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	STS		TS		R		S		SS		NILAI	TAFSIR
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=F(X)/n]
1	Pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan mahasiswa	4	4.2%	18	18.8%	34	35.4%	34	35.4%	6	6.3%	308	3.21
2	Semua Pelayanan yang diberikan ada hingga jam kuliah malam	0	0%	7	7.3%	26	27.1%	56	58.3%	7	7.3%	351	3.66
3	Tanggapan dalam merespon keinginan tiap mahasiswa yang cepat	2	2.1%	8	8.3%	43	44.8%	34	35.4%	9	9.4%	328	3.42
4	Bagian Pelayanan Mahasiswa bersedia memberikan konsultasi kepada mahasiswa	0	0%	9	9.4%	27	28.1%	47	49.0%	13	13.5%	352	3.67
5	Bagian pelayanan memberikan kemudahan untuk mahasiswa yang membutuhkan pelayanan	0	0%	4	4.2%	25	26.0%	52	54.2%	15	15.6%	366	3.81
6	Bagian Pelayanan menguasai semua informasi yang dibutuhkan mahasiswa	0	0%	4	4.2%	27	28.1%	55	57.3%	10	10.4%	359	3.74
7	Bagian Pelayanan berusaha bekerja sesuai prosedur untuk menghindari kesalahan pada mahasiswa	1	1.0%	1	1.0%	18	18.8%	63	65.6%	13	13.5%	374	3.90
8	Bagian pelayanan selalu tepat waktu dalam menyelesaikan setiap masalah mahasiswa	9	9.4%	21	21.9%	31	32.3%	25	26.0%	10	10.4%	294	3.06
9	Fasilitas yang lengkap	0	0%	9	9.4%	27	28.1%	48	50.0%	12	12.5%	351	3.66
10	Bagian Pelayanan selalu memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa dalam permohonan pelayanan	0	0%	6	6.3%	30	31.3%	50	52.1%	10	10.4%	352	3.67
RATA-RATA		2	2%	9	9%	29	30%	46	48%	11	11%	344	3.58

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel 4.3. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kualitas pelayanan mulai dari indikator pertama yaitu *realibility* sampai dengan indikator terakhir yaitu *tangible*. Pada indikator pertama yaitu *realibility* dengan pernyataan pertama pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan mahasiswa, sebanyak 35,4% responden menjawab setuju 35,4% menjawab ragu-ragu dengan angka penafsiran sebesar 3,21 (ragu-ragu). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih merasa ragu jika dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan mahasiswa. Pada pernyataan kedua semua pelayanan yang diberikan ada hingga jam kuliah malam responden menjawab sebanyak 58,3% menyatakan setuju dan 7,3% menyatakan sangat setuju dengan angka penafsiran 3,66 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa semua pelayanan yang diberikan ada hingga jam kuliah malam.

Demikian halnya dengan indikator kedua yaitu *responsiveness* dengan pernyataan tanggapan dalam merespon keinginan tiap mahasiswa yang cepat, sebanyak 35,4% responden menjawab setuju dan 44,8% menjawab ragu-ragu dengan angka penafsiran sebesar 3,42 (ragu-ragu). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih ragu jika dikatakan bahwa tanggapan dalam merespon keinginan tiap mahasiswa yang cepat, kemudian pada pernyataan bagian pelayanan mahasiswa bersedia memberikan konsultasi kepada mahasiswa, sebanyak 49,0% menjawab setuju dan 13,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,67 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju Bagian Pelayanan Mahasiswa bersedia memberikan konsultasi kepada mahasiswa.

Hasil penelitian indikator ketiga yaitu *emphaty* dengan pernyataan bagian pelayanan memberikan kemudahan untuk mahasiswa yang membutuhkan pelayanan, sebanyak 54,2% responden menjawab setuju dan 15,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,81 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa *emphaty* dengan pernyataan bagian pelayanan memberikan kemudahan untuk mahasiswa yang membutuhkan pelayanan, tidak menjadi masalah bagi kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School, kemudian

pada pernyataan bagian pelayanan menguasai semua informasi yang dibutuhkan mahasiswa, selalu diselesaikan dengan baik masih pada indikator empathy, sebanyak 57,3% menjawab setuju dan 10,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,74 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa empathy dengan pernyataan bagian pelayanan menguasai semua informasi yang dibutuhkan mahasiswa.

Seperti halnya indikator ketiga, pada indikator keempat yaitu assurance dengan pernyataan bagian pelayanan berusaha bekerja sesuai prosedur untuk menghindari kesalahan pada mahasiswa, sebanyak 65,6% responden menjawab setuju dan 13,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,90 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan berusaha bekerja sesuai prosedur untuk menghindari kesalahan pada mahasiswa di STIE GICI Business School. Kemudian pada pernyataan berikutnya yaitu bagian pelayanan selalu tepat waktu dalam menyelesaikan setiap masalah mahasiswa, sebanyak 26,0% menjawab setuju dan 10,4% menjawab ragu-ragu dengan angka penafsiran sebesar 3,06 (ragu-ragu). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan masih ragu jika dikatakan bahwa bagian pelayanan selalu tepat waktu dalam menyelesaikan setiap masalah mahasiswa.

Terakhir, pada indikator kelima yaitu tangible dengan pernyataan pertama yaitu fasilitas yang lengkap, sebanyak 50,0% responden menjawab setuju dan 12,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,66 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa fasilitas yang ada di STIE GICI sudah lengkap. Pernyataan berikutnya adalah bagian pelayanan selalu memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa dalam permohonan pelayanan didapatkan data sebanyak 52,1% menjawab setuju dan 10,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,67 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika bagian pelayanan selalu memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa dalam permohonan pelayanan.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel kualitas pelayanan, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 48% responden menjawab setuju

dan 11% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,58 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan turut mempengaruhi kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School.

3. Fasilitas Belajar (X_3)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Fasilitas Belajar (X_3) sebagai berikut:

Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Fasilitas Belajar

NO	PERNYATAAN	STS		TS		R		S		SS		NILAI	TAFSIR
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=F(X)/n]
1	Tenaga pengajar yang kompeten dibidangnya	0	0%	1	1.0%	17	17.7%	57	59.4%	21	21.9%	386	4.02
2	Tenaga Pengajar yang menyediakan waktu untuk tanya jawab saat perkuliahan berakhir	0	0%	2	2.1%	21	21.9%	55	57.3%	18	18.8%	377	3.93
3	Tenaga pengajar mampu membangun suasana kelas	1	1.0%	4	4.2%	29	30.2%	47	49.0%	15	15.6%	359	3.74
4	Tenaga pengajar mampu mengaplikasikan materi Pratek/bisnis/dunia kerja	1	1.0%	5	5.2%	9	9.4%	63	65.6%	18	18.8%	380	3.96
5	Tenaga pengajar mampu mempertahankan antusiasme mahasiswa selama belajar	0	0%	12	12.5%	17	17.7%	56	58.3%	11	11.5%	354	3.69
6	Ruang kelas yang nyaman	0	0%	5	5.2%	26	27.1%	49	51.0%	16	16.7%	364	3.79
7	Buku koleksi diperpustakaan sangat lengkap, sehingga mempermudah mahasiswa dalam mencari bahan materi	3	3.1%	9	9.4%	38	39.6%	37	38.5%	9	9.4%	328	3.42
8	Tersedianya fasilitas ibadah yang lengkap	0	0%	4	4.2%	16	16.7%	63	65.6%	13	13.5%	373	3.89
9	Ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk keperluan kemahasiswaan	3	3.1%	7	7.3%	29	30.2%	46	47.9%	11	11.5%	343	3.57
10	Keseluruhan fasilitas yang terlihat rapih, bersih dan nyaman	0	0%	4	4.2%	25	26.0%	52	54.2%	15	15.6%	366	3.81
RATA-RATA		1	1%	5	6%	23	24%	53	55%	15	15%	363	3.78

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel 4.4. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel fasilitas belajar mulai dari indikator pertama yaitu tenaga pengajar sampai dengan indikator terakhir yaitu kelengkapan fasilitas lainnya. Pada indikator pertama yaitu tenaga pengajar ada lima pernyataan mulai dari tenaga pengajar yang kompeten dibidangnya, sebanyak 59,4% menjawab setuju dan 21,9% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,21 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa tenaga pengajar yang kompeten dibidangnya. Pada pernyataan kedua tenaga pengajar yang menyediakan waktu untuk tanya jawab saat perkuliahan berakhir, sebanyak 57,3% menjawab setuju dan 18,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,93 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa tenaga pengajar yang menyediakan waktu untuk tanya jawab saat perkuliahan berakhir.

Kemudian pada pernyataan ketiga materi yang disampaikan oleh tenaga pengajar mampu membangun suasana kelas yang menyenangkan , sebanyak 49,0% menjawab setuju dan 15,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,74 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa materi yang disampaikan oleh tenaga pengajar mampu membangun suasana kelas yang menyenangkan. Pada pernyataan keempat tenaga pengajar mampu mengaplikasikan materi Pratek/bisnis/dunia kerja, sebanyak 65,6% menjawab setuju dan 18,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,96% (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa tenaga pengajar mampu mengaplikasikan materi pratek/bisnis/dunia kerja, pernyataan yang terakhir adalah Tenaga pengajar mampu mempertahankan antusiasme mahasiswa selama belajar, sebanyak 58,3% menjawab setuju dan 11,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,69 % (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa tenaga pengajar mampu mempertahankan antusiasme mahasiswa selama belajar.

Terakhir, pada indikator kedua yaitu kelengkapan fasilitas lainnya dengan pernyataan pertama yaitu ruang kelas yang nyaman, sebanyak 51,0% responden menjawab setuju dan 16,7 % menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,79 (setuju).

Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa ruang kelas yang ada di STIE GICI sudah nyaman untuk kegiatan belajar mengajar. Pernyataan berikutnya adalah buku koleksi perpustakaan sangat lengkap, sehingga mempermudah mahasiswa dalam mencari bahan materi yang diperlukan didapatkan data sebanyak 38,5% menjawab setuju dan 9,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,42 (ragu-ragu). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan masih ragu jika Buku koleksi perpustakaan sangat lengkap, sehingga mempermudah mahasiswa dalam mencari bahan materi yang diperlukan

Kemudian pada pernyataan ketiga tersedianya fasilitas ibadah yang lengkap, responden menjawab sebanyak 65,6% menjawab setuju dan 13,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,89% (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa tersedianya fasilitas ibadah yang lengkap. Pada pernyataan keempat ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk keperluan kemahasiswaan, responden menjawab sebanyak 47,9% menjawab setuju dan 11,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,57% (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk keperluan kemahasiswaan, pernyataan yang terakhir adalah keseluruhan fasilitas yang terlihat rapih, bersih dan nyaman, sebanyak 54,2% menjawab setuju dan 15,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,81 % (setuju) hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa keseluruhan fasilitas yang terlihat rapih, bersih dan nyaman.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel fasilitas belajar, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 55% responden menjawab setuju dan 15% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,78 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel fasilitas belajar turut mempengaruhi kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School.

4. Kepuasan Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Kepuasan Mahasiswa (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Mahasiswa

NO	PERNYATAAN	STS		TS		R		S		SS		NILAI	TAFSIR
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=F(X)/n]
1	Solusi yang diberikan all pelayanan sudah sesuai dengan harapan	0	0%	8	8.3%	33	34.4%	37	38.5%	18	18.8%	353	3.68
2	Bagian pelayanan mahasiswa sudah memberikan informasi secara lengkap sesuai kebutuhan mahasiswa	0	0%	6	6.3%	35	36.5%	47	49.0%	8	8.3%	345	3.59
3	Peralatan belajar mengajar yang lengkap	2	2.1%	7	7.3%	29	30.2%	50	52.1%	8	8.3%	343	3.57
4	Kecekatan bagian pelayanan mahasiswa saat menangani komplain mahasiswa	1	1.0%	6	6.3%	37	38.5%	36	37.5%	16	16.7%	348	3.63
5	Ruang belajar yang nyaman pada saat kegiatan belajar mengajar	0	0%	6	6.3%	30	31.3%	50	52.1%	10	10.4%	352	3.67
6	Menangani keluhan mahasiswa secara positif	0	0%	8	8.3%	22	22.9%	51	53.1%	15	15.6%	361	3.76
7	Petugas pelayanan mahasiswa memberi kemudahan terhadap mahasiswa untuk memperoleh pelayanan	2	2.1%	29	30.2%	28	29.2%	50	52.1%	5	5.2%	369	3.84
8	Melayani mahasiswa dengan ramah	1	1.0%	9	9.4%	20	20.8%	49	51.0%	21	21.9%	380	3.96
9	Melayani secara tuntas keluhan mahasiswa	1	1.0%	8	8.3%	32	33.3%	48	50.0%	7	7.3%	340	3.54
10	Melayani mahasiswa prosedur yang ada	0	0%	10	10.4%	27	28.1%	48	50.0%	11	11.5%	348	3.63
RATA-RATA		1	1%	10	10%	29	31%	47	49%	12	12%	354	3.69

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel 4.5. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kepuasan mahasiswa mulai dari indikator pertama yaitu kepuasan fungsional sampai dengan indikator terakhir yaitu kepuasan psikologikal. Pada indikator pertama yaitu kepuasan fungsional ada lima pernyataan mulai dari solusi yang diberikan semua pelayanan sudah sesuai dengan harapan, sebanyak 38,5% menjawab setuju dan 18,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,68 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa solusi yang diberikan semua pelayanan sudah sesuai dengan harapan. Pada pernyataan kedua bagian pelayanan mahasiswa sudah memberikan informasi secara lengkap sesuai kebutuhan mahasiswa , sebanyak 49,0% menjawab setuju dan 8,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,59 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan mahasiswa sudah memberikan informasi secara lengkap sesuai kebutuhan mahasiswa.

Kemudian pada pernyataan ketiga peralatan belajar mengajar yang lengkap, sebanyak 52,1% menjawab setuju dan 8,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,57 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa peralatan belajar mengajar yang lengkap. Pada pernyataan keempat kecekatan bagian pelayanan mahasiswa saat menangani komplain mahasiswa, sebanyak 37,5% menjawab setuju dan 16,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,63 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kecekatan bagian pelayanan mahasiswa saat menangani komplain mahasiswa, pernyataan yang terakhir adalah ruang belajar yang nyaman pada saat kegiatan belajar mengajar, sebanyak 52,1% menjawab setuju dan 10,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,67 % (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa ruang belajar yang nyaman pada saat kegiatan belajar mengajar.

Terakhir, pada indikator kedua yaitu kepuasan psikologikal lainnya dengan pernyataan pertama yaitu menangani keluhan mahasiswa secara positif, sebanyak 53,1% responden menjawab setuju dan 15,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,76 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden

menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan menangani keluhan mahasiswa secara positif. Pernyataan berikutnya adalah petugas pelayanan mahasiswa memberi kemudahan terhadap mahasiswa untuk memperoleh pelayanan, sehingga memudahkan mahasiswanya didapatkan data sebanyak 52,1% menjawab setuju dan 5,2% menjawab sangat penting dengan angka penafsiran 3,84 (setuju). Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika petugas pelayanan mahasiswa memberi kemudahan terhadap mahasiswa untuk memperoleh pelayanan.

Kemudian pada pernyataan ketiga melayani mahasiswa dengan ramah, responden menjawab sebanyak 51,0% menjawab setuju dan 21,9% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,96% (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa bagian pelayanan sudah melayani mahasiswa dengan ramah. Pada pernyataan keempat melayani secara tuntas keluhan mahasiswa, responden menjawab sebanyak 50,0% menjawab setuju dan 7,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,54 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa melayani secara tuntas keluhan mahasiswa, pernyataan yang terakhir adalah melayani mahasiswa sesuai prosedur yang ada, sebanyak 50,0% menjawab setuju dan 11,5% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,63 (setuju) hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa Melayani mahasiswa sesuai prosedur yang ada.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel kepuasan mahasiswa, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 49% responden menjawab setuju dan 12% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,69 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa indikator kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal menjadi acuan bagi responden untuk mengetahui kepuasan keseluruhan pelayanan pada STIE GICI Business School.

4.1.6. Hasil Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta

reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,300$. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan kuesioner yang penulis susun, dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kecerdasan Emosional

NO	PERYATAAN	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Bagian pelayanan mahasiswa selalu menghargai pendapat dari mahasiswa	0,569	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
2	Bagian pelayanan mahasiswa tidak tergesa-gesa untuk memutuskan sesuatu hal karena dorongan emosi semata.	0,652	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
3	Bagian pelayanan mahasiswa profesional	0,573	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
4	Bagian pelayanan mahasiswa mengerti kesalahan yang diperbuat oleh mahasiswa	0,632	Valid	Karena nilai rhitung 3
5	Rasa kesal bagian pelayanan kepada mahasiswa yang sering melakukan pelanggaran, tidak mengganggu kerjasama dengan mahasiswa lainnya.	0,484	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
6	Bila menghadapi komplain mahasiswa dalam mencapai suatu tujuan, selalu diselesaikan dengan baik	0,668	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
7	Bagian pelayanan mahasiswa selalu berusaha untuk lebih dapat mengerti perasaan mahasiswanya.	0,652	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
8	Bagian pelayanan selalu menyediakan waktu untuk mahasiswa yang mengalami kendala di kampus	0,642	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
9	Bagian pelayanan selalu membina hubungan baik dengan mahasiswa	0,3	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
10	Bagian Pelayanan selalu memberikan solusi terbaik untuk mahasiswa	0,413	Valid	Karena nilai rhitung >0,3

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kecerdasan emosional tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	r_{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan mahasiswa	0,692	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2	Semua Pelayanan yang diberikan ada hingga jam kuliah malam	0,475	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Tanggapan dalam merespon keinginan tiap mahasiswa yang cepat	0,609	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Bagian Pelayanan Mahasiswa bersedia memberikan konsultasi kepada mahasiswa	0,671	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Bagian pelayanan memberikan kemudahan untuk mahasiswa yang membutuhkan pelayanan	0,638	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
6	Bagian Pelayanan menguasai semua informasi yang dibutuhkan mahasiswa	0,611	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
7	Bagian Pelayanan berusaha bekerja sesuai prosedur untuk menghindari kesalahan pada mahasiswa	0,509	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
8	Bagian pelayanan selalu tepat waktu dalam menyelesaikan setiap masalah mahasiswa	0,736	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
9	Fasilitas yang lengkap	0,561	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
10	Bagian Pelayanan selalu memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa dalam permohonan pelayanan	0,593	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih

besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas Belajar

NO	PERYATAAN	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Tenaga pengajar yang kompeten dibidangnya	0,631	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
2	Tenaga Pengajar yang menyediakan waktu untuk tanya jawab saat perkuliahan berakhir	0,488	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
3	Tenaga pengajar mampu membangun suasana kelas yang menyenangkan	0,577	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
4	Tenaga pengajar mampu mengaplikasikan materi pratek/bisnis/dunia kerja	0,533	Valid	Karena nilai rhitung 3
5	Tenaga pengajar mampu mempertahankan antusiasme mahasiswa selama belajar	0,574	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
6	Ruang kelas yang nyaman	0,623	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
7	Buku koleksi dipergustakaan sangat lengkap,sehingga mempermudah mahasiswa dalam mencari bahan materi yang diperlukan	0,721	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
8	Tersedianya fasilitas ibadah yang lengkap	0,534	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
9	Ruang serbaguna yang dapat digunakan untuk keperluan kemahasiswaan	0,653	Valid	Karena nilai rhitung >0,3
10	Keseluruhan fasilitas yang terlihat rapih,bersih dan nyaman	0,431	Valid	Karena nilai rhitung >0,3

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel fasilitas belajar tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

NO	PERNYATAAN	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Solusi yang diberikan all pelayanan sudah sesuai dengan harapan	0,649	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
2	Bagian pelayanan mahasiswa sudah memberikan informasi secara lengkap sesuai kebutuhan mahasiswa	0,686	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
3	Peralatan belajar mengajar yang lengkap	0,504	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
4	Kecekatan bagian pelayanan mahasiswa saat menangani komplain mahasiswa	0,644	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
5	Ruang belajar yang nyaman pada saat kegiatan belajar mengajar	0,528	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
6	Menangani keluhan mahasiswa secara positif	0,632	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
7	Petugas pelayanan mahasiswa memberi kemudahan terhadap mahasiswa untuk memperoleh pelayanan	0,608	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
8	Melayani mahasiswa dengan ramah	0,633	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
9	Melayani secara tuntas keluhan mahasiswa	0,607	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
10	Melayani mahasiswa sesuai prosedur yang ada	0,403	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan

tentang variabel kepuasan mahasiswa tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (*reliabel*) jika memiliki koefisien keandalan atau *cronbach's alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Di bawah ini penulis sajikan daftar *Cronbach Alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada baik variabel bebas maupun variabel terikatnya atas dasar perhitungan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kecerdasan Emosional	0,854	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Kualitas Pelayanan	0,88	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Fasilitas Belajar	0,864	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Kepuasan Mahasiswa	0,871	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

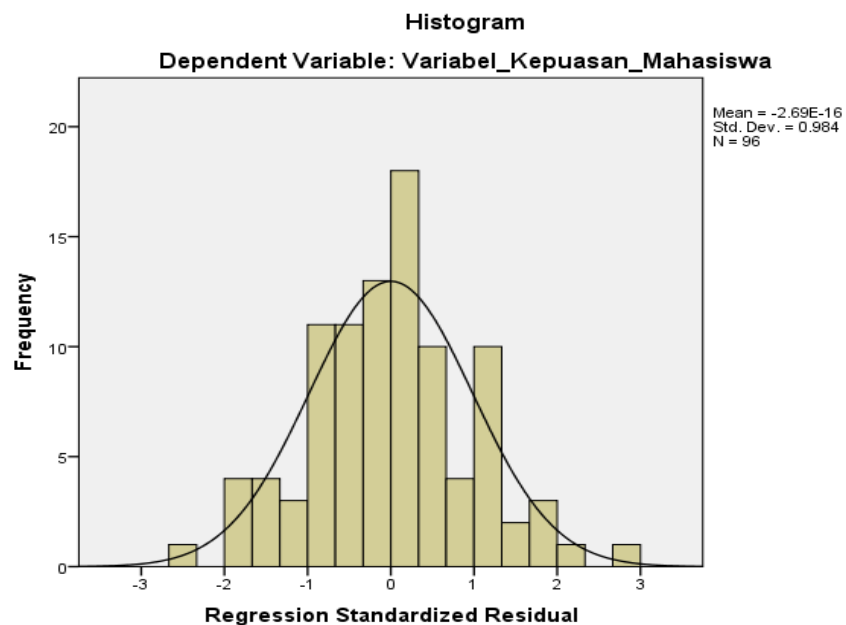
4.1.7. Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun

uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji F dan uji t mengasumsikan bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji ini dapat dilakukan dengan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan *Kolmogorv-Smirnov*. Dengan menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*, data residual dikatakan berdistribusi normal bila nilai *Asymp Sig (2-tailed)* > taraf nyata ($\alpha = 5\%$). Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, hasilnya seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai

tolerance > 0,1 atau VIF < 10. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya.

Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)

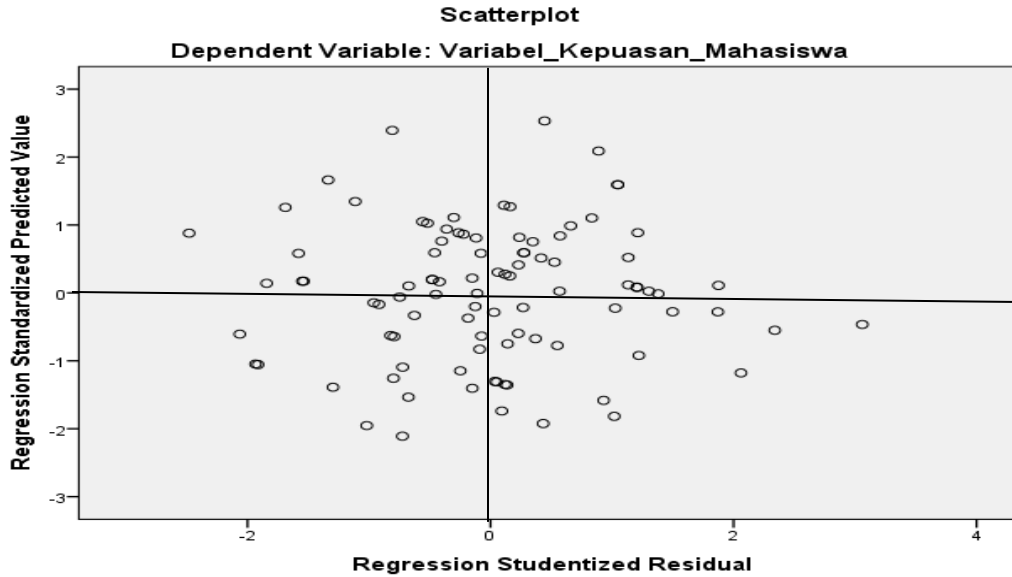
VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Kecerdasan Emosional	.295	> 0,1	3.388	< 10
Kualitas Pelayanan	.249	> 0,1	4.018	< 10
Fasilitas Belajar	.394	> 0,1	2.537	< 10

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Di bawah ini penulis sampaikan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik.



Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik
Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan mahasiswa berdasarkan masukan variabel independennya.

4.1.8. Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada Tabel 4.12.

di bawah ini. Dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya adalah persamaan regresi linier berganda.

Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients α

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	COLLINEARITY STATISTICS	
	B	Std Error	Beta			TOLERANCE	VIF
(Constant)	.951	2.148		.443	.659		
1 Kecerdasan Emosional	.384	.093	.381	4.129	.000	.295	3.388
Kualitas Pelayanan	.345	.098	.353	3.510	.001	.249	4.018
Fasilitas Belajar	.229	.085	.214	2.676	.009	.394	2.537

Sumber : Hasil Penelitian 2024 (Data diolah)

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 0,951 + 0,384X_1 + 0,345X_2 + 0,229X_3$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 0,951 yang berarti jika variabel Kecerdasan Emosional, Kualitas Pelayanan dan fasilitas belajar dianggap nol maka variabel kepuasan mahasiswa hanya sebesar 0,951.
- Koefisien regresi variabel kecerdasan emosional diperoleh nilai sebesar - 0,384 yang berarti jika variabel kecerdasan emosional mengalami kenaikan sementara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas belajar diasumsikan tetap maka kepuasan mahasiswa juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,384.

- c. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 0,345 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sementara variabel kecerdasan emosional dan kepuasan fasilitas belajar diasumsikan tetap maka kepuasan mahasiswa juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,345
- d. Koefisien regresi variabel fasilitas belajar diperoleh nilai sebesar 0,229 yang berarti bahwa jika variabel fasilitas belajar mengalami kenaikan sementara variabel kecerdasan emosional dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan mahasiswa juga akan mengalami penurunan sebesar 0,229.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau dikenal dengan Uji Simultan bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh semua variabel bebas (*independent*) dalam hal ini kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (*dependent*). Adapun hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Anova* di bawah ini.

Tabel 4.13. Hasil Uji F

ANOVA α

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2312.900	3	770.967	102.139	.000 ^b
Residual	694.434	92	7.548		
Total	3007.33	95			

Sumber : Hasil Penelitian 2024, (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 102.139. Sementara itu nilai F_{tabel} yang dilihat pada Tabel Nilai-nilai Untuk Distribusi F adalah 2,700. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai $F_{hitung} = 102.139 >$ dari $F_{tabel} = 2,700$. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri

dari kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.

3. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di STIE GICI *Business School*, maka untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dapat dilihat pada Tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), seperti terlihat di bawah ini.

Tabel 4.14. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.762	2.74740

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,762 atau 76,2%. Ini berarti bahwa variabel independen kecerdasan emosional, kualitas pelayanan dan fasilitas belajar secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan mahasiswa kuliah di STIE GICI *Business School*. sebesar 76,2% sedangkan sisanya sebesar 23,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya suasana lingkungan, lokasi, bukti fisik, dan lain sebagainya.

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa serta pengaruh fasilitas belajar terhadap kepuasan mahasiswa yang ada di STIE GICI *Business School*.

Hasil Uji t penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Coefficients* 4.12 di atas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig.-nya. Guna lebih jelasnya dapat dilihat pada salinan tabel di bawah ini.

Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	t		sig.		KESIMPULAN
	t- hitung	t-tabel	Hasil	a = 5%	
Kecerdasan Emosional	4.129	> 1.98498	.000	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Kualitas Pelayanan	3.510	> 1.98498	.001	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Fasilitas Belajar	2.676	> 1.98498	.009	< 0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,985. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- A. Secara parsial kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI Business School, karena t_{hitung} (4,129) > t_{tabel} (1,985) serta nilai signifikansinya di atas 0,05.
- B. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI Business School karena t_{hitung} (3.510) > t_{tabel} (1,985) serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.
- C. Secara parsial fasilitas belajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI Business School karena t_{hitung} (2,676) > t_{tabel} (1,985) serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.

5. Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya adalah dengan cara melihat besarnya nilai *Standardized Coefficient Beta* seperti terlihat pada Tabel 4.12 di atas. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai nilai *Standardized Coefficient Beta* paling besar adalah variabel kecerdasan emosional yaitu sebesar 0,381 yang berarti bahwa variabel kecerdasan emosional merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.

4.2. Pembahasan

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih ditemui permasalahan di STIE GICI Business School khususnya mengenai kepuasan mahasiswa kuliah di STIE GICI Business School sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel kecerdasan emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas belajar maka permasalahan tersebut setidaknya mulai terjawab. Dari ke tiga variabel tersebut semua variabel dikatakan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI Business School. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang memang diambil di STIE GICI Business School, tentunya hal ini akan lebih menguatkan penelitian tersebut dimana ada beberapa faktor yang ditambahkan pada penelitian ini diantaranya adalah kecerdasan emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas belajar.

Disamping itu persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan menunjukkan bahwa untuk variabel kecerdasan emosional jumlahnya lebih besar dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas belajar. Hal ini menandakan bahwa kecerdasan emosional yang ada di STIE GICI Business School sudah memenuhi kepuasan mahasiswa di STIE GICI Business School.

Dengan melihat uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Oleh sebab itu sebagai perusahaan yang bergerak dalam dunia pendidikan, STIE GICI Bsuiness School harus mampu menganalisa dan melihat hal tersebut dengan baik.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan evaluasi data yang telah dilakukan terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1. Simpulan

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Secara serempak kecerdasan emosioanal, kualitas pelayanan, dan fasilitas belajar berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.
2. Secara parsial kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.
3. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.
4. Secara parsial fasilitas belajar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE GICI *Business School*.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan didalam penulisan skripsi tentang kecerdasan emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas belajar dengan kepuasan mahasiswa di STIE GICI Business School, maka penulis memberikan saran sebagai berikut ini :

- a. Meskipun Kecerdasan Emosional memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan mahasiswa STIE GICI Business School sebesar 0,381%, melebihi kualitas pelayanan dan fasilitas belajar tetapi pada variabel ini perlu ditingkatkan terus agar kepuasan mahasiswa semakin tercapai.
- b. Karena kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan angka 3,53 % maka seharusnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa tetap harus ditingkatkan lagi.

- c. Hal utama yang harus diperhatikan adalah fasilitas belajarnya karena hanya sebesar 2,14 % paling kecil dibandingkan dengan kecerdasan emosional dan kualitas pelayanan, berarti harus lebih diperhatikan lagi fasilitas belajar agar kepuasan mahasiswa pada variabel ini dapat memenuhi kepuasan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto (2011). Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Daud, Firdaus. (2010). Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ) dan Motivasi Belajar terhadap Hasil Belajar Biologi Siswa SMA 3 Negeri Kota Palopo. Jurnal Pendidikan.
- Duwit, Malchatur. (2016). Pengaruh Fasilitas Belajar dan Keaktifan Siswa terhadap Hasil Belajar pada Materi Jamur Siswa Kelas X SMA YPK Teminambun Kabupaten Sorong Selatan. Jurnal Pendidikan. ISSN 2338-3402 Volume 4 No.2.
- Ginting, Nembah F Hartimbul, 2011. Bandung : CV. Widyatama
- Goleman (2011). Emotional Intelligence. Kecerdasan Emosional Mengapa EL Lebih Penting Dari pada IQ. (Terjemahan T. Hermaya). Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hutasoit, C.S. (2012). Pelayanan Publik. (Cetakan Pertama). Jakarta : Magnascript Publishing.
- Kirom, Bahrul. (2012). Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. (Cetakan Ketiga). Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Komala, Intan. (2010). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada PT. Kepland Investama. Skripsi STIE GICI Business School Jakarta.
- Kotler, Philip, Gerry Armstrong. (2011). Prinsip-Prinsip Pemasaran. (Edisi Empatbelas). Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. (Edisi Ketiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Mussry, J. (2010). Service Marketing. (Edisi Ketujuh). Jakarta: Salemba Empat.
- Manoppo, Ferinda. (2013). Kualitas Pelayanan dan Service Cape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Puri Manado. Jurnal Pemasaran. ISSN 2303-1174 Volume I No. 4 (1341-1348).
- Mar'at, Samsunuwiyati. 2011. Psikologi Perkembangan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Noviana,(2015). Pengaruh Kompetensi Dosen dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Universitas Sebelas Maret

- Riduwan, (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Safitri ,Ayu.(2014) .Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah di STIE Gici *Business School* Jakarta.
- Samosir,(2008).Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Mnggunakan Perpustakaan Universitas Sumatera Utara
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Siregar, S. (2015). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Subagyo, Ahmad. (2010). *Marketing In Business*. (Edisi Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. (Cetakan Pertama). Yogyakarta Caps.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. (Cetakan Ketujuh). Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. (Cetakan Keempat). Jakarta: Rineka Cipta.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. (Cetakan Pertama). Jakarta : Indeks.