**ANALISIS PELAYANAN PEMBELAJARAN BERBASIS IAPS 4.0 SEBAGAI STRATEGI BERSAING**

**DI SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI NUSANTARA (STTN) LAMPUNG**

**Taufik Rahman**

**NPM 168030022**

**Abstrak**

Banyaknya perguruan tinggi di Propinsi Lampung baik PTN maupun PTS membuat STTN Lampung menghadapi tingkat persaingan yang sangat ketat. Diperlukan strategi bersaing yang tepat untuk menghadapinya. Diperlukan analisis baik internal maupun eksternal untuk mengetahui kondisi STTN Lampung. Selama ini belum pernah dilakukan analisis terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada mahasiswa. Analisis pelayanan dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan responden dosen, tenaga kependidikan, pemilik dan mahasiswa STTN Lampung yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis SWOT, analisis *house of quality* (HoQ) dan analisis *service quality* (servqual).

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan maka kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut kondisi internal STTN Lampung bernilai 2.501 dan kondisi eksternal bernilai 2.199 sehingga posisi STTN Lampung saat ini berada dalam posisi sel 5 yang menunjukkan pertumbuhan usaha. Pada sel 5 matrik internal-eksternal (IE) nilai internal dan eksternal STTN Lampung memiliki nilai lebih dari 2 yang dapat disimpulkan bahwa STTN Lampung berada dalam posisi yang cukup kuat dan peluang yang ditawarkan cukup tinggi. Pada posisi tersebut STTN Lampung dapat menerapkan strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal. Strategi integrasi horisontal merupakan strategi utama STTN Lampung dengan posisi pasar kompetitif yang kuat dalam industri jasa yang berdaya tarik tinggi. Agar meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, maka STTN Lampung harus melaksanakan upaya memperluas pasar kewilayah potensial secara intensif.

Pada atribut kehandalan menujukkan bahwa mahasiswa mengharapkan penambahan ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. Untuk atribut daya tanggap mahasiswa mengharapkan adanya perbaikan dalam pengolahan hasil nilai ujian yang cepat dan akurat. Pada atribut jaminan walaupun SOP untuk pelayanan administrasi telah dimiliki oleh STTN Lampung namun dalam pelaksanaannya belum mengikuti SOP yang dibuat. Sedangkan untuk kesenjangan tertinggi pada atribut empati menujukkan bahwa harapan mahasiswa akan pelayanan yang ramah perlu dilakukan peningkatan. Pada atribut bukti fisik hal ini memperlihatkan bahwa fasilitas ruang kelas yang lengkap (ada LCD ditiap kelas, kursi meja dalam keadaan baik, tersedia papan tulis dan alat tulis). perlu dilakukan penambahan agar gap antara harapan dan kenyataan yang diinginkan mahasiswa tidak terlalu besar.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, analisis SWOT, house of quality, service quality

**Abstract**

   The number of universities high in the Province of Lampung both PTN and PTS makes STTN Lampung face the level of competition which is very tight . Required strategy contend that the right to deal with it . Required analysis of both internal and external to know the condition of STTN Lampung. So far it has never been done analysis of services that have been provided to students . Analysis of the service is done by using the method of survey with respondents faculty , staff education , the owners and students STTN Lampung were subsequently analyzed using analysis SWOT analysis of *house of quality*( HOQ ) and analysis of *service quality*( servqual ).

   Based on the discussion made the following conclusions were obtained as k ondisi STTN Lampung worth 2,501 internal and external conditions so that the position STTN 2,199 worth of Lampung is currently in position 5 cells showing the growth of the business. In cell 5, internal-external matrix (IE) internal and external values ​​of STTN Lampung have a value of more than 2 which can be concluded that STTN Lampung is in a fairly strong position and the opportunities offered are quite high. In that position Lampung STTN can implement growth strategies through horizontal integration. Horizontal integration strategy is the main strategy of STTN Lampung with a strong competitive market position in the service industry that is highly attractive. In order to increase its business strength or competitive position, the Lampung STTN must carry out intensive efforts to expand the market to potential areas.

   The reliability attribute shows that students expect the addition of classrooms that are balanced with the number of students. For attribute responsiveness , students expect improvements in the processing of test scores that are fast and accurate. In the warranty attributes although the SOP for administrative services has been owned by STTN Lampung but in practice not followed the SOPs are made. As for the highest gap in the empathy attribute, it shows that students' expectations for friendly service need to be improved. On the attributes of physical evidence h al shows that a complete classroom facilities (no LCD in each classroom, a desk chair in good condition, available blackboard and stationery). it needs to be added so that the gap between expectations and reality desired by students is not too large.

Key words : quality of service ,  analysis SWOT, house of quality, service quality

1. **PENDAHULUAN**
   1. **Latar Belakang Masalah**

Ada dua (2) macam layanan yang diberikan oleh perguruan tinggi kepada mahasiswanya yaitu pelayanan akademik dan non akademik. Pelayanan akademik adalah interaksi antara dosen dan mahasiswanya baik didalam kelas maupun diluar kelas melalui sejumlah kegiatan yang difasilitasi oleh kampus.

Hubungan antara kampus dan mahasiswa bukan seperti hubungan antara produsen dan konsumen seperti dalam bisnis. Bila perguruan tinggi harus mempromosikan kampusnya maka yang diinformasikan bukan kegiatan perkuliahan saja tetapi seluruh unsur yang memungkinkan intelektual mahasiswa berkembang atau dikenal dengan istilah atmosfer akademik. Ketersediaan buku referensi diperpustakaan, laboratorium, diskusi ilmiah, fasilitas internet dan lain-lain merupakan bagian dari terciptanya atmosfer akademik yang baik.

**Tabel 1.1 Data Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Di Propinsi Lampung**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Kelompok PTS** | **Jumlah** |
| 1. | Universitas | 9 |
| 2. | Institut | 1 |
| 3. | Sekolah Tinggi | 37 |
| 4. | Akademi | 31 |
| 5. | Politeknik | 1 |
|  | **Jumlah PTS** | **79** |

Sumber : Pangkalan Data Dikti tahun 2018

Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara (STTN) Lampung adalah lembaga perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan 4 (empat) program studi yaitu teknik elektro (S1), teknik industri (S1), teknik informatika (D3) dan teknik mesin (D3). Dalam penyelenggaraan kegiatannya STTN Lampung menyelenggarakan pelayanan kepada mahasiswa, dosen dan masyarakat pengguna. Sebagaimana disebutkan diatas bahwa pelayanan yang diberikan berbentuk pelayanan akademik dan non akademik.

**Tabel 1.5 Data Mahasiswa STTN Lampung Tahun Akademik 2014/2015 – Tahun Akademik 2018/2019**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tahun Akademik** | **Program Studi** | | **Jumlah Mahasiswa** | |
| 1. | 2014/2015 | 1. Teknik Elektro (S1)  2. Teknik Industri (S1)  3. Teknik Informatika (D3)  4. Teknik Mesin (D3) | | 101  99  20  10 | |
| 2. | 2015/2016 | | 1. Teknik Elektro (S1)  2. Teknik Industri (S1)  3. Teknik Informatika (D3)  4. Teknik Mesin (D3) | | 47  144  324  - |
| 3. | 2016/2017 | 1. Teknik Elektro (S1)  2. Teknik Industri (S1)  3. Teknik Informatika (D3)  4. Teknik Mesin (D3) | | 64  94  38  - | |
| 4. | 2017/2018 | 1. Teknik Elektro (S1)  2. Teknik Industri (S1)  3. Teknik Informatika (D3)  4. Teknik Mesin (D3) | | 62  99  15  - | |
| 5. | 2018/2019 | 1. Teknik Elektro (S1)  2. Teknik Industri (S1)  3. Teknik Informatika (D3)  4. Teknik Mesin (D3) | | 42  55  12  - | |

Sumber : Pangkalan Data Dikti STTN Lampung, 2018

**Tabel 1.6 Data Mahasiswa PTS Lain dengan Program Studi Rumpun Teknik Tahun Akademik 2016/2017 – Tahun Akademik 2017/2018**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama PTS** | **Program Studi** | **Data Mahasiswa**  **Tahun Akademik 2016/2017** | **Data Mahasiswa**  **Tahun Akademik 2017/2018** |
| 1. | Univ. Malahayati | Teknik Industri | 57 | 68 |
| 2. | Univ. Tulang Bawang | Teknik Industri | 64 | 69 |
| 3. | Univ. Muhammadiyah Lampung | Teknik Elektro | 231 | 234 |
| 4. | Universitas Muhammadiyah Metro | Teknik Mesin (S1) | 247 | 261 |
| 5. | Univ. Sang Bumi Ruwa Jurai Lampung | Teknik Mesin (S1) | 68 | 69 |
| 6. | IBI Darmajaya | Teknik Informatika (S1) | 879 | 943 |
| 7. | Univ. Teknokrat Indonesia | Teknik Informatika (S1)  Teknik Elektro (S1) | --  -- | 2093  76 |
| 8. | Universitas Lampung | Teknik Elektro (S1) | 485 | 499 |
| 9. | Institut Teknologi Sumatera | Teknik Industri (S1)  Teknik Elektro (S1) | --  231 | 37  302 |

Sumber : Pangkalan Data Dikti, 2018

Begitu banyaknya perguruan tinggi yang tersebar di Propinsi Lampung tentunya mengharuskan STTN Lampung melakukan evaluasi internal dan eksternal untuk mengetahui posisi STTN Lampung. Evaluasi pelayanan kepada mahasiswa yang diberikan STTN Lampung terhadap mahasiswanya harus dilakukan dengan mengevaluasi pelayanan dan bagaimana upaya meningkatkan pelayanan kepada mahasiswa. Selama ini belum pernah dilakukan evaluasi internal dan eksternal termasuk juga evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan STTN Lampung kepada mahasiswanya.

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan pokok adalah :

1. Bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan di STTN Lampung saat ini ?
2. Bagaimana upaya meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan mengevaluasi pelayanan di STTN Lampung?
   1. **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan mahasiswa di STTN Lampung.
2. Meningkatkan kepuasan mahasiswa melalui evluasi pembelajaran dengan menggunakan IAPS 4.0 di STTN Lampung.
   1. **Penelitian Sebelumnya**

Penelitian yang dilakukan ini tidak terlepas dari penelitian sebelumnya yakni dalam bentuk jurnal dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1.7 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Saat Ini**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elemen** | **Penelitian** | | |
| **Nasir Widya (2012)** | **Nasir Widya (2013)** | **Penelitian ini** |
| **Metode Yang Digunakan** | Integrasi Servqual dengan metode QFD | Integrasi Servqual dan Lean Sigma | Integrasi Delphi dan Servqual |
| **Obyek Penelitian** | Industri Jasa Pendidikan (PSTI UB) | Industri Jasa Pendidikan (PSTI UB) | Industri Jasa Pendidikan (STTN Lampung) |

1. **TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Konsep Dasar Perguruan Tinggi**

Menurut Tampubolon (2001) perguruan tinggi pada dasarnya adalah industri jasa karena yang dihasilkan perguruan tinggi adalah jasa kependidikan yang disajikan kepada pelanggannya terutama pada para mahasiswa. Melihat perguruan tinggi sebagai industri jasa maka dapat dimaknai sebagai sebuah perusahaan yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para stakeholdernya (Buchari, 2009).

Menurut Evans (2005) menyatakan bahwa pendidikan juga merupakan sebuah pasar dimana didalamnya juga terdapat hukum permintaan dan penawaran. Pembeli dapat memilih perguruan tinggi yang mereka suka. Untuk itu kegiatan melayani pembeli dengan baik menjadi bagian yang harus diperhatikan perguruan tinggi.

Menurut Buchari (2009) menyatakan bahwa lembaga pendidikan pada hakekatnya memberikan layanan dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan yang diberikan lembaga pendidikan tersebut.

* + 1. **Keluaran Perguruan Tinggi**

Perguruan tinggi memiliki keluaran berupa jasa yang dihasilkan dan dipasarkan kepada masyarakat. Menurut Tampubolon (2001) jasa tersebut adalah jasa kependidikan tinggi yang terdiri dari jasa kurikuler, jasa penelitian, jasa pengabdian pada masyarakat, jasa administrasi dan jasa ekstrakurikuler.

Jasa kurikuler meliputi kurikulum, silabus, penyajian materi, evaluasi, praktikum dan pembimbingan. Jasa ekstrakurikuler meliputi segala kegiatan pelayanan yang mendukung secara langsung maupun tidak langsung. Jasa penelitian meliputi pembimbingan tentang penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan penyedia berbagai fasilitas. Jasa pengabdian pada masyarakat meliputi kegiatan untuk membantu (melayani) masyarakat umum. Jasa administrasi meliputi administrasi akademik dan umum.

* + 1. **Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi**

Menurut Mahmud (2012) menyebutkan terdapat enam layanan yang terkait dengan mahasiswa yaitu :

1. Layanan informasi.
2. Layanan sarana dan prasarana.
3. Layanan administrasi akademik.
4. Layanan bimbingan.
5. Layanan pengembangan potensi bakat dan minat.
6. Layanan kesejahteraan mahasiswa.

**2.2 Konsep Jasa**

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pemasaran jasa lebih bersifat itangible dan immaterial. Keberhasilan industri jasa tergantung pada sejauhmana perusahaan mampu mengelola tiga aspek yaitu perusahaan, karyawan dan pelanggan.

Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel yaitu jasa yang dirasakan (*perceived* *service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka para pelanggan menjadi tidak tertarik. Apabila jasa yang dirasakan lebih besar dari yang diharapkan maka ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan jasa kita kembali. Penelitian mengenai *customer-perceived quality* pada industri jasa oleh Leonard L. Berry, A. Parasuraman dan Valerie A. Zeithaml (1985) mengidentifikasikan lima kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa yaitu :

1. Kesenjangan tingkat kepentingan konsumen dan persepsi manajemen
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap tingkat kepentingan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry dalam Lovelock (1991) ciri-ciri kualitas jasa dapat dievaluasi kedalam lima dimensi besar yaitu :

1. *Reliability* (Kehandalan)
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangible* (Kasat Mata)

**2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Zeithmal dan Bitner (2000) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan konsep inklusif yang dipengaruhi beberapa faktor antara lain persepsi stakeholder terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, harga/biaya, situasi dan juga faktor personal.

Persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan perguruan tinggi dinilai berdasarkan atribut-atribut layanan yang disediakan perguruan tinggi, misalnya ketersediaan dosen dengan pendidikan yang baik, responsivitas bagian administrasi, ketersediaan sarana dan prasarana dan sebagainya. Kualitas lulusan menentukan kualitas produk yang dihasilkan perguruan tinggi. Biaya juga ikut mempengaruhi kepuasan mahasiswa terhadap layanan yang diterimanya. Faktor situasi dan faktor personal merupakan faktor penting lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan *stakeholder*.

**2.4 Mengukur Kepuasan Mahasiswa**

Umpan balik dari mahasiswa atas pelayanan yang diterimanya menjadi sangat penting. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan umpan balik mahasiswa adalah melalui survey kepuasan mahasiswa dengan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). (Tjiptono :2011).

Saat ini analisis tersebut dikenal dengan istilah analisis kuadran yaitu sebuah teknik yang digunakan untuk menganalisis rating urgensi dan atribut. Alat ini dapat mengkombinasikan informasi mengenai tingkat persepsi mahasiswa dengan tingkat kepentingan mahasiswa.

Terdapat empat variasi matrik yang merupakan hasil gap dari tingkat kepentingan dan persepsi kinerja.

1. Kuadran A (*Concentrate Here*)

Menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan mahasiswaperlu mendapatkan prioritas yang lebih, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting menurut mahasiswa, sedangkan tingkat pelaksanaan kinerjanya masih belum memuaskan.

1. Kuadran B (*Maintain Quality*)

Menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa perlu dipertahankan karena pada umumnya pelaksanaannya telah sesuai dengan keinginan dan harapan mahasiswa.

1. Kuadran C (*Low Priority*)

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dinilai kurang penting bagi mahasiswa sedangkan kualitas kinerjanya dinilai cukup.

1. Kuadran D (*Possible Overkill*)

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dinilai terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali sehingga memuaskan.

**2.5 Strategi Bersaing**

Menurut Porter (2008) persaingan merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Strategi bersaing bukan hanya merupakan tanggapan terhadap lingkungan melainkan juga upaya membentuk lingkungan tersebut sesuai dengan keinginan perusahaan.

Menurut Porter (2008) ada lima (5) kekuatan (forces) persaingan yang membentuk strategi. Lima kekuatan tersebut adalah :

1. Ancaman pendatang baru (*Threat of New Entrants*)
2. Kekuatan tawar menawar pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)
3. Kekuatan tawar menawar pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)
4. Ancaman dari produk atau jasa pengganti (*Threat of Substitute Products or* *Services*)
5. Persaingan antara pesaing yang ada (*Rivalry Among Existing* *Competitors*)

Dengan menggunakan lima kekuatan bersaing Michael E. Porter organisasi dapat mengidentifikasi strategi yang akan digunakan. Pendekatan strategi yang dapat digunakan adalah pendekatan strategi generik yaitu :

1. Strategi Keunggulan Biaya (*Cost Leadership*)
2. Diferensiasi (*Differentiation*)
3. Strategi Fokus (*Focus*)

Strategi tambahan yang relevan untuk digunakan adalah seperti yang didefinisikan oleh Tracy dan Wiserma yaitu :

# *Operational Excellence* yaitu bagaimana perusahaan dapat membuat produk atau jasa yang murah dan berkualitas.

1. *Product Leadership* dengan cara menawarkan produk atau jasa yang mempunyai performansi yang baik.
2. *Customer Intimacy* yaitu dengan cara memberikan layanan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

# 2.6 SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths, Weakness, Opportunities,* dan *Threats* dalam suatu proyek atau bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan- perusahaan Fortune 500 (Grewal & Levy, 2008).

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2009). Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

**Tabel 2.3 Matrik SWOT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Faktor-faktor  Internal (IFAS) | Kekuatan (S)  Daftarkan 5-10 faktor- faktor internal | Kelemahan (W) Daftarkan 5-10 faktor- faktor eksternal |
| Faktor-faktor  Eksternal (EFAS) |
| Peluang (O) Daftarkan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal | Strategi (SO)  Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Strategi (WO)  Buat strategi disini yang memanfaatkan peluang mengatasi ancaman |
| Ancaman (T) Daftarkan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal | Strategi (ST)  Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Strategi (WT)  Buat strategi disini yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Menurut Rangkuti (2009: 42), “bahwa dalam matrik internal dan eksternal dikembangkan dari model *General Electric* (GE.Model)”. Elemen yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat koorporat yang lebih detail. Berikut ini merupakan gambar matrik IE yang dapat digunakan untuk model strategi koorporat. Untuk memperoleh penjelasan secara detail mengenai strategi pada Matrik IE, maka akan dijelaskan tindakan dari masing-masing strategi tersebut.

* 1. Konsentrasi melalui integrasi vertikal dapat dicapai dengan cara mengambil alih fungsi supplier atau dengan cara mengambil alih fungsi distributor. Hal ini merupakan strategi utama perusahaan yang meiliki posisi kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang berdaya saing tinggi.

1. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal ialah dengan cara memperluas lini produk dan saluran distribusinya ke wilayah- wilayah potensial lainnya secara intensif.
2. Strategi *turn around* ialah strategi yang digunakan untu menyehatkan kembali perusahaan

(4) Strategi divestasi ialah strategi yang digunakan untuk menggali modal dengan menjual asset non-produktif dan aset produktif untuk selanjutnya digunakan untuk mendanai akuisisi atau investasi.

1. Diversifikasi konsentrik ialah strategi pertumbuhan yang dilakukan dengan cara membuat produk baru secara efisien karena perusahaan sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik.
2. Diversifikasi konglomerat ialah strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungan dan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor tersebut memaksa perusahaan untuk melakukan usahanya ke dalam perusahaan lain.
3. Strategi likuidasi ialah strategi yang menjual asset perusahaan yang bernilai nyata. Likuidasi merupakan satu-satunya.
   1. **Matriks *House Of Quality (HOQ)***
      1. **Pengertian *House Of Quality (HOQ)***

*House Of Quality* (HOQ) merupakan rumah pertama dan merupakan bagian dari pengembangan QFD. Pada *House Of Quality* terdapat WHATs (merupakan *customer requirement*/*voice of custemer*), HOWs (merupakan *technical requirement*), matrik hubungan *competitive assesment* (konsumen dan teknis).

*House of Quality* atau rumah kualitas merupakat alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD.

#### Pengisian Matrik *House of Quality*

Sebelum melakukan pengisian matrik *House of Quality* maka diperlukan pembuatan matrik perencanaan yang terdiri dari:

1. Tingkat Kepentingan Konsumen (*Importance to Costumer*)
2. Tingkat Kepuasan Konsumen (*Current Satisfaction Performance)*
3. Nilai *Goal*
4. *Improvement Ratio*
5. *Sales Point*
6. Matriks Hubungan (*Relationship Matriks*)
7. Matriks Teknik (*Technical Matriks*)
   1. **Metode *Service Quality***

**2.10.1. Teori *Expected Service* dan *Perceived Service***

Rangkuti (2008) membuat sebuah model konseptual mengenai tingkat kepentingan pelanggan seperti tampak pada diagram dibawah ini:

Explicit Service Promise

* Advertising
* Personal Selling

*Expected Service*

*Zone of Service*

Servis Yang Diinginkan

Konsep Falsafah

hidup seseoarang

Kebutuhan Personal

Implicit service promises

1. Tangible
2. Price

Pengalaman Sementara

(emergensi, problem, dll)

Word of Mouth:

1. Personal
2. Expert

*Adequate Service*

Persepsi Alternatif

Jasa Lain

Past experience

Predicted Service

Faktor-faktor situasional

(iklim, cuaca, bencana, demand berlebihan)

Gap 5

Perceived Service

Sumber : Fredy Rangkuti (2006 : 36)

**Gambar 2.10 Diagram Model Konseptual dari Tingkat Kepentingan Pelanggan**

Expected Service

Customer

GAP 5

Perceived Service

Company

External Communications to Customer

Service Delivery

GAP 3 GAP 4

GAP 1

Customer-Driven Service Design & Standards

GAP 2

Company Perceptions of Customer Expectations

Sumber : Fredy Rangkuti (2006 : 42)

**Gambar 2.12 Diagram Model Gap *Service Quality***

Berdasarkan gambar diagram diatas ketidaksesuaian muncul dari lima macam kesenjangan yang dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu :

1. Satu kesenjangan (gap) yaitu kesenjangan kelima yang bersumber dari sisi penerima pelayanan (pelanggan)
2. Empat macam kesenjangan yaitu kesenjangan pertama sampai dengan ke empat bersumber dari sisi penyedia jasa (manajemen).

Menurut Rangkuti (2006) Kesenjangan yang diakibatkan oleh ketidaktahuan manajemen atas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan disebabkan oleh :

1. Kesenjangan 1

Penyebabnya adalah riset pemasaran yang tidak tepat, penggunaan hasil riset pemasaran yang tidak layak, kurangnya interaksi antara manajemen dan pelanggan.

1. Kesenjangan 2

Penyebabnya adalah lemahnya komitmen manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan.

1. Kesenjangan 3

Penyebabnya adalah ketidaksesuaian kinerja pelayanan karena karyawan tidak mampu atau tidak memiliki keinginan untuk menyampaikan jasa menurut tingkat pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan.

1. Kesenjangan 4

Penyebabnya adalah akibat adanya ketidaksesuaian antara pelayanan yang dijanjikan dan pelayanan yang disampaikan seperti komunikasi horizontal yang tidak memadai, perbedaan kebijakan dan prosedur antar cabang atau departemen dan kecenderungan untuk memberi janji secara berlebihan.

1. **METODOLOGI PENELITIAN**

**3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis bersifat statistik. Metode dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang kemudian dianalisa menggunakan analisis SWOT, metode *house of quality* dan metode *Service Quality* (*Servqual*).

Menetapkan tujuan penelitian dan melakukan kajian teori

Menetapkan populasi dan sampel penelitian

Pengembangan instrumen dan penyusunan draft kuisioner

Uji Instrumen

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen Valid ?

Ya

Tidak

Pengumpulan Data

Analisis Data

Kesimpulan dan rekomendasi

**Gambar 3.1 Desain Penelitian**

**3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara (STTN) Lampung yang beralamat di jalan pulau dammar gang sapta marga kelurahan waydadi baru kecamatan sukarame kota Bandar Lampung propinsi Lampung.

**3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek, yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi teknik elektro (S1) dan program studi teknik industri (S1) yang berada disemester 2, semester 4 dan semester 6. Pembatasan ini dimaksudkan untuk menjaring mahasiswa yang benar-benar telah merasakan pelayanan yang diberikan oleh STTN Lampung.

# Kerangka Berpikir

STTN Lampung sebaiknya melakukan analisis SWOT *(Strength, Weakness, Oppurtunity, and Threat)* dalam menentukan strategi pemasaran. Dimana analisis ini terdiri dari 2 variabel analisis, yaitu analisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dan analisis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

Penelitian ini berusaha menggambarkan atau mengetahui tingkat kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman STTN Lampung. Penelitian ini juga menggunakan metode *house of quality* (HoQ) dan *service quality* (*servqual*) untuk mengukur pelayanan yang diberikan oleh STTN Lampung dalam memenuhi keinginan mahasiswanya.

# Objek dan Subjek Penelitian

* 1. **Objek Penelitian**

Pada penelitian kualitatif istilah populasi diganti menjadi objek penelitian. Menurut Sugiyono (2010: 390), Objek penelitian adalah sesuatu yang akan diamati dan dikaji berupa aktivitas dan pelaku pada tempat tertentu yang disebut juga dengan situasi sosial. Objek penelitian ini adalah pelaku kegiatan dan aktifitas pada STTN Lampung.

* 1. **Subjek Penelitian**

Subjek atau sampel pada penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu untuk metode SWOT sampel yang digunakan adalah keseluruhan pelaku yang ada pada STTN Lampung yang terdiri dari seorang pemilik STTN Lampung, 20 orang dosen tetap dan tenaga kependidikan dengan rincian 15 orang dosen tetap dan 5 tenaga kependidikan sebagai subjek penelitian.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sensus yaitu dengan melakukan pengambilan data pada 21 orang pelaku kegiatan di STTN Lampung. Untuk metode *house of quality* dan *service quality* responden. berjumlah 100 orang mahasiswa.

# Definisi Operasional

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT *(strength, weakness, opportunities, threats)* merupakan identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran.

Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. SWOT dalam penelitian ini adalah kekuatan internal STTN Lampung, kelemahan STTN Lampung, peluang yang dimiliki STTN Lampung dan ancaman yang dapat dihadapi STTN Lampung.

# Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, diperlukan adanya teknik pengumpulan data yang tepat sesuai dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian. Maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini, yaitu:

1. Kuisioner
2. Wawancara
3. Observasi

# Instrumen Penelitian

Sugiyono (2010: 146) berpendapat bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen merupakan pengumpul data dalam penelitian. Tujuan dari penggunaan instrumen adalah untuk memudahkan peneliti dalam mengambil dan mengolah data. Dalam penelitian ini instrumen yang akan digunakan adalah berupa kuesioner (angket) dan dokumentasi.

Adapun kisi-kisi instrumen faktor internal STTN Lampung:

**Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Internal Faktor of SWOT (IFS)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Internal Faktor of SWOT  (IFS) | No. Item Sebelum Validitas | Jml. Item | No. Item  Setelah Validitas | Jml. Item |
| Aspek |
| 1 | Kekuatan | 1,2,3,4,5,6,7,8 | 8 | 2,3,4,5,6,7 | 6 |
| 2 | Kelemahan | 23,24,25,26, 27,28,29,30, 31, 32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44 | 22 | 23,25,26,29,30, 31, 32,33,34,35,36,37,38,41,42,43,44 | 17 |
| Jumlah | |  | 30 |  | 23 |

Sumber: Data Diolah.

Data diperoleh dengan dilakukan uji validitas menggunakan *software* spss 20.0.Instrumen faktor internal dengan rincian 6 butir faktor kekuatan dan 17 butir faktor ancaman yang totalnya berjumlah 23 butir setelah dilakukan uji validitas maka 23 butir tersebut dinyatakan semua valid.

**Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Eksternal Faktor of SWOT (EFS)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Eksternal Faktor of SWOT (EFS) | No. Item Sebelum Validitas | Jml. Item | No.Item Setelah Validitas | Jml. Item |
| Aspek |
| 1 | Peluang | 9,10,11,12,1314,15,16,17, 18,19,20,21, 22 | 14 | 13,17, 18,19, 21, 22 | 6 |
| 2 | Ancaman | 45,46,47,48, 49,50,51,52, 53,54,55,56, 57,58,59,60, 61, 62,63 | 19 | 48,52, 53,54,56, 57,58,59,61, 62,63 | 11 |
|  | Jumlah |  | 33 |  | 17 |

Sumber: Data Diolah.

Data diperoleh dengan dilakukan uji validitas menggunakan *software ms.excel.* Instrument faktor eksternal dengan rincian 6 butir faktor peluang dan 11 butir faktor ancaman yang totalnya berjumlah 17 butir setelah dilakukan uji validitas maka 17 butir tersebut dinyatakan semua valid.

# Uji Coba Instrumen

**Tabel 3.6 Validitas Kuisioner Persepsi Untuk Analisis SWOT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Kuisioner** | **Correlated item – total corelation** | **r tabel** | **Keterangan** |
| Item 2 | 0.58 | 0.468 | VALID |
| Item 3 | 0.629 | 0.468 | VALID |
| Item 4 | 0.669 | 0.468 | VALID |
| Item 5 | 0.537 | 0.468 | VALID |
| Item 6 | 0.653 | 0.468 | VALID |
| Item 7 | 0.493 | 0.468 | VALID |
| Item 13 | 0.653 | 0.468 | VALID |
| Item 17 | 0.726 | 0.468 | VALID |
| Item 18 | 0.501 | 0.468 | VALID |
| Item 19 | 0.646 | 0.468 | VALID |
| Item 21 | 0.645 | 0.468 | VALID |
| Item 22 | 0.494 | 0.468 | VALID |
| Item 23 | 0.885 | 0.468 | VALID |
| Item 25 | 0.512 | 0.468 | VALID |
| Item 26 | 0.693 | 0.468 | VALID |
| Item 29 | 0.707 | 0.468 | VALID |
| Item 30 | 0.469 | 0.468 | VALID |
| Item 31 | 0.885 | 0.468 | VALID |
| Item 32 | 0.609 | 0.468 | VALID |
| Item 33 | 0.670 | 0.468 | VALID |
| Item 34 | 0.708 | 0.468 | VALID |
| Item 35 | 0.634 | 0.468 | VALID |
| Item 36 | 0.669 | 0.468 | VALID |
| Item 37 | 0.620 | 0.468 | VALID |
| Item 38 | 0.654 | 0.468 | VALID |
| Item 41 | 0.605 | 0.468 | VALID |
| Item 42 | 0.710 | 0.468 | VALID |
| Item 43 | 0.692 | 0.468 | VALID |
| Item 44 | 0.700 | 0.468 | VALID |
| Item 48 | 0.606 | 0.468 | VALID |
| Item 52 | 0.631 | 0.468 | VALID |
| Item 53 | 0.611 | 0.468 | VALID |
| Item 54 | 0.644 | 0.468 | VALID |
| Item 56 | 0.604 | 0.468 | VALID |
| Item 57 | 0.733 | 0.468 | VALID |
| Item 58 | 0.472 | 0.468 | VALID |
| Item 59 | 0.733 | 0.468 | VALID |
| Item 61 | 0.559 | 0.468 | VALID |
| Item 62 | 0.610 | 0.468 | VALID |
| Item 63 | 0.475 | 0.468 | VALID |

**Tabel 3.7 Validitas Kuisioner Kepentingan (Ekspektasi) Untuk Analisis Hoq dan Servqual**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Kuisioner** | **Correlated item – total corelation** | **r tabel** | **Keterangan** |
| Reliability 3 | 0.590 | 0.2 | VALID |
| Reliability 4 | 0.242 | 0.2 | VALID |
| Reliability 5 | 0.374 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 1 | 0.465 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 2 | 0.551 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 3 | 0.382 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 4 | 0.440 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 5 | 0.479 | 0.2 | VALID |
| Assurance 1 | 0.515 | 0.2 | VALID |
| Assurance 2 | 0.556 | 0.2 | VALID |
| Assurance 3 | 0.577 | 0.2 | VALID |
| Assurance 4 | 0.553 | 0.2 | VALID |
| Assurance 5 | 0.458 | 0.2 | VALID |
| Assurance 6 | 0.596 | 0.2 | VALID |
| Assurance 7 | 0.538 | 0.2 | VALID |
| Assurance 8 | 0.495 | 0.2 | VALID |
| Assurance 9 | 0.603 | 0.2 | VALID |
| Assurance 10 | 0.654 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 1 | 0.675 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 2 | 0.413 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 4 | 0.483 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 5 | 0.571 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 6 | 0.471 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 7 | 0.498 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 8 | 0.716 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 9 | 0.643 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 10 | 0.483 | 0.2 | VALID |
| Tangible 1 | 0.544 | 0.2 | VALID |
| Tangible 2 | 0.614 | 0.2 | VALID |
| Tangible 3 | 0.664 | 0.2 | VALID |
| Tangible 4 | 0.562 | 0.2 | VALID |
| Tangible 5 | 0.628 | 0.2 | VALID |
| Tangible 6 | 0.613 | 0.2 | VALID |
| Tangible 7 | 0.654 | 0.2 | VALID |
| Tangible 8 | 0.613 | 0.2 | VALID |
| Tangible 9 | 0.647 | 0.2 | VALID |
| Tangible 10 | 0.658 | 0.2 | VALID |

**Tabel 3.8 Validitas Kuisioner Persepsi (Kinerja)Untuk Analisis Hoq dan Servqual**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Kuisioner** | **Correlated item – total corelation** | **r tabel** | **Keterangan** |
| Reliability 3 | 0.583 | 0.2 | VALID |
| Reliability 4 | 0.216 | 0.2 | VALID |
| Reliability 5 | 0.470 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 1 | 0.333 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 2 | 0.507 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 3 | 0.405 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 4 | 0.435 | 0.2 | VALID |
| Responsiveness 5 | 0.461 | 0.2 | VALID |
| Assurance 1 | 0.473 | 0.2 | VALID |
| Assurance 2 | 0.550 | 0.2 | VALID |
| Assurance 3 | 0.589 | 0.2 | VALID |
| Assurance 4 | 0.547 | 0.2 | VALID |
| Assurance 5 | 0.445 | 0.2 | VALID |
| Assurance 6 | 0.601 | 0.2 | VALID |
| Assurance 7 | 0.516 | 0.2 | VALID |
| Assurance 8 | 0.490 | 0.2 | VALID |
| Assurance 9 | 0.616 | 0.2 | VALID |
| Assurance 10 | 0.613 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 1 | 0.667 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 2 | 0.467 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 4 | 0.524 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 5 | 0.601 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 6 | 0.458 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 7 | 0.549 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 8 | 0.714 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 9 | 0.630 | 0.2 | VALID |
| Emphaty 10 | 0.538 | 0.2 | VALID |
| Tangible 1 | 0.528 | 0.2 | VALID |
| Tangible 2 | 0.631 | 0.2 | VALID |
| Tangible 3 | 0.657 | 0.2 | VALID |
| Tangible 4 | 0.571 | 0.2 | VALID |
| Tangible 5 | 0.629 | 0.2 | VALID |
| Tangible 6 | 0.651 | 0.2 | VALID |
| Tangible 7 | 0.642 | 0.2 | VALID |
| Tangible 8 | 0.647 | 0.2 | VALID |
| Tangible 9 | 0.652 | 0.2 | VALID |
| Tangible 10 | 0.666 | 0.2 | VALID |

**Tabel 3.9 Kisi-Kisi Instrumen Masing-Masing Dimensi**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Dimensi | No. Item Sebelum Validitas | Jml. Item | No. Item  Setelah Validitas | Jml. Item |
| 1 | *Reliability* | 1,2,3,4,5 | 5 | 3,4,5 | 3 |
| 2 | *Responsiveness* | 1,2,3,4,5 | 5 | 1,2,3,4,5 | 5 |
| 3 | *Assurance* | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 10 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 10 |
| 4 | *Emphaty* | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 10 | 1,2,4,5,6,7,8,9,10 | 9 |
| 5 | *Tangible* | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 10 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 10 |
|  | Jumlah | 40 |  | Jumlah | 37 |

Sumber: Data Diolah.

* + 1. **Uji Reliabilitas Angket**

Uyanto (2006 : 49) menyatakan suatu instrumen pengukuran (misal kuisioner) di katakan reliabel bila memberikan hasil *score* yang konsisten pada setiap pengukuran. Butir pertanyaan atau pernyataan di katakan reliabel atau handal apa bila jumlah seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten.

**Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nama** | **Cronbach’s Alpha** | **Keterangan** |
| Ekspektasi (Kepentingan) | 0.944 | reliable |
| Persepsi (Kinerja) | 0.930 | reliabel |

* 1. **Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa (IKM)**

Indeks Kepuasan Mahasiswa (IKM) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase penguna yang menunjukkan tingkat kepuasan mahasiswa atas pelayanan STTN Lampung dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari pelayanan-pelayanan tersebut bagi mahasiswa.

Langkah-langkah dalam membuat IKM adalah sebagai berikut :

1. Menghitung bobot tingkat kepentingan (I)
2. Menghitung bobot tingkat kepuasan (P)
3. Menghitung Indeks Kepuasan Mahasiswa
   1. **Analisis Dengan Kuadran IPA (*Importance Performance Analysis*)**

Langkah-langkah dalam analisis kuadran IPA adalah sebagai berikut :

1. Menghitung mean harapan dan persepsi setiap responden dengan rumus sebagai berikut :
2. Melakukan ploting mean harapan dan mean persepsi secara kartesian kedalam kuadran IPA sebagaimana gambar.
3. Melakukan interpretasi dan analisis seputar indikator-indikator apa yang masuk kedalam kategori I, II, III dan IV.

Y Kepentingan (Ekspektasi)

**Pertahankan Prestasi (II)**

**Prioritas Utama (I)**

**Berlebihan (IV)**

**Prioritas Rendah (III)**

P

Q X Pelaksanaan (Kinerja)

**Gambar 3.2 Diagran Kartesius**

1. **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**
   1. **Gambaran Umum STTN Lampung**

Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara (STTN) Lampung berdiri sejak tahun 1996 dengan 5 program studi yaitu 2 program studi sarjana dengan program studi teknik elektro dan teknik industry serta 3 program studi diploma tiga yaitu program studi teknik informatika, teknik mesin dan teknik elektronika. Dalam perjalanannya program studi teknik elektronika diajukan penutupan operasionalnya dikarenakan jumlah peminat yang terus menurun.

* 1. **Pemberian bobot dan rating**

1. **Pemberian bobot**

Pemberian bobot pada faktor internal dan eksternal didasarkan pada penyebaran angket yang telah dilakukan pada STTN Lampung.

1. **Pemberian Rating**

Nilai rating diberikan dengan meminta bantuan Ketua STTN Lampung sekaligus pemilik yaitu yayasan pendidikan teknologi nusantara lampung sebagai patokan. Ketua STTN sekaligus Pemilik yayasan dianggap sebagai sumber yang paling mengerti kondisi STTN Lampung baik internal maupun eksternal.

Untuk kondisi internal dengan indikator faktor kekuatan dan faktor kelemahan berjumlah 0.711 ditambah 1.79 sehingga berjumlah 2.501. sedangkan untuk kondisi eksternal dengan indikator faktor peluang dan faktor ancaman berjumlah 1.234 ditambah 0.965 sehingga berjumlah 2.199.

**Total Skor Faktor Strategi Internal-Eksternal**

4 KUAT 3 SEDANG 2 RENDAH 1

3. RETRENCH

MENT

2. GROWTH

1. GROWTH

TINGGI

3

6.. RETRENCH

MENT

**5. GROWTH**

**POSISI STTN LAMPUNG**

4. STABILITY

SEDANG

2

9. RETRENCH

MENT

8. GROWTH

7. GROWTH

RENDAH

1

**Gambar 4.6 Matrik Internal dan Eksternal (IE) STTN Lampung**

Pada matrik gambar , matrik internal-eksternal (IE) menunjukkan bahwa kondisi STTN Lampung berada pada sel 5. Pada posisi tersebut STTN Lampung dapat menerapkan strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal.. Strategi integrasi horisontal merupakan strategi utama STTN Lampung dengan posisi pasar kompetitif yang kuat dalam industri jasa yang berdaya tarik tinggi. Agar meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, maka STTN Lampung harus melaksanakan upaya memperluas pasar kewilayah potensial secara intensif.

* 1. **Analisis *Service Quality***

**Tabel 4.21 Perhitungan Selisih Persepsi Mahasiswa dan**

**Ekspektasi Mahasiswa untuk Dimensi *Reliability* (Kehandalan)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Reliability* (kehandalan)** |  |  |  |
| 3. | 3.34 | 3.20 | - 0.14 |
| 4. | 3.41 | 3.42 | + 0.01 |
| 5. | 2.97 | 3.19 | + 0.22 |
|  |  | **Rerata Gap** | **0.09 : 3 = + 0.03** |

Pada dimensi kehandalan atribut yang memiliki gap tertinggi dengan nilai – 0,14 ada pada jumlah ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. Hal ini memperlihatkan bahwa ruang kelas yang ada perlu dilakukan peningkatan agar gap antara harapan dan kenyataan yang diinginkan mahasiswa tidak terlalu besar. Pada dimensi kehandalan memiliki rerata sebesar + 0,03.

**Tabel 4.22 Perhitungan Selisih Persepsi Mahasiswa dan**

**Ekspektasi Mahasiswa untuk Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Responsiveness* (daya tanggap)** |  |  |  |
| 6. | 3.23 | 3.19 | - 0.04 |
| 7. | 3.49 | 3.40 | - 0.09 |
| 8. | 3.42 | 3.43 | + 0.01 |
| 9. | 3.20 | 3.24 | + 0.04 |
| 10. | 3.31 | 3.35 | + 0.04 |
|  |  | **Rerata Gap** | **-0.04 : 5 = - 0.008** |

Dimensi daya tanggap memiliki atribut bernilai negatif tertinggi yaitu pada pengolahan hasil nilai ujian yang cepat dan akurat dengan nilai – 0,09. Mahasiswa mengharapkan adanya perbaikan pada atribut ini. Rerata untuk perhitungan selisih gap untuk daya tanggap adalah – 0.008.

**Tabel 4.23 Perhitungan Selisih Persepsi Mahasiswa dan**

**Ekspektasi Mahasiswa untuk Dimensi *Assurance* (Jaminan)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Assurance* (jaminan)** |  |  |  |
| 11. | 3.45 | 3.45 | 0 |
| 12. | 3.14 | 3.05 | - 0.09 |
| 13. | 3.42 | 3.39 | - 0.03 |
| 14. | 3.14 | 3.11 | - 0.03 |
| 15. | 3.55 | 3.55 | 0 |
| 16. | 3.48 | 3.44 | - 0.04 |
| 17. | 3.51 | 3.46 | - 0.05 |
| 18. | 3.35 | 3.36 | + 0.01 |
| 19. | 3.18 | 3.15 | - 0.03 |
| 20. | 3.45 | 3.43 | - 0.02 |
|  |  | **Rerata Gap** | * **0.24 : 10 = - 0.024** |

Pada dimensi jaminan atribut 11 dan 15 mendapat gap sebesar 0,00 hal ini memperlihatkan bahwa antara harapan dan kenyataan yang dirasakan mahasiswa seimbang meskipun demikian untuk angka rerata yang diperoleh masih memiliki gap negatif yaitu – 0,024.

**Tabel 4.24 Perhitungan Selisih Persepsi Mahasiswa dan Ekspektasi Mahasiswa untuk Dimensi *Emphaty* (Empati)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Emphaty* (empati)** |  |  |  |
| 21. | 3.19 | 3.03 | - 0.16 |
| 22. | 3.15 | 3.17 | + 0.02 |
| 24. | 2.59 | 2.75 | + 0.16 |
| 25. | 3.41 | 3.46 | + 0.05 |
| 26. | 3.19 | 3.15 | - 0.04 |
| 27. | 3.23 | 3.20 | - 0.03 |
| 28. | 3.01 | 2.99 | - 0.02 |
| 29. | 2.82 | 2.77 | - 0.05 |
| 30. | 2.97 | 2.92 | - 0.05 |
|  |  |  | **- 0.12 : 10 = - 0.012** |

Untuk dimensi empati atribut yang memiliki gap paling tinggi yaitu pelayanan administrasi yang ramah dengan nilai – 0,16. Walaupun bernilai negatif tetapi hampir memenuhi keinginan mahasiswa. Ada 3 atribut yang memiliki nilai positif yaitu atribut 22, 24 dan 25. Sedangkan rerata pada dimensi empati adalah – 0,012.

**Tabel 4.25 Perhitungan Selisih Persepsi Mahasiswa dan**

**Ekspektasi Mahasiswa untuk Dimensi *Tangible* (Bukti Fisik)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Tangible***  **(bukti fisik)** |  |  |  |
| 31. | 3.15 | 3.19 | + 0.04 |
| 32. | 3.28 | 3.33 | + 0.05 |
| 33. | 3.36 | 3.15 | - 0.21 |
| 34. | 3.14 | 3.15 | + 0.01 |
| 35. | 3.18 | 3.17 | - 0.01 |
| 36. | 3.09 | 3.12 | + 0.03 |
| 37. | 3.26 | 3.54 | + 0.28 |
| 38. | 3.17 | 3.15 | - 0.02 |
| 39. | 3.37 | 3.37 | 0 |
| 40. | 3.61 | 3.62 | - 0.01 |
|  |  | **Rerata Gap** | **+ 0.16 : 10 = + 0.016** |

Dalam dimensi bukti fisik atribut yang memiliki gap paling tinggi yaitu – 0,21 pada fasilitas ruang kelas yang lengkap perlu dilakukan peningkatan. Sedangkan rerata gap untuk dimensi bukti fisik adalah + 0.016.

* 1. **Analisis Indeks Kepuasan Mahasiswa (IKM)**

**Tabel 4.26 IKM Per Item di STTN Lampung**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Mean Kepentingan Mahasiswa (I)** | **Mean Persepsi / Kepuasan Mahasiswa (P)** | **Skor**  **(S) =**  **I x P** | **IKM = S/(4xI)** | **Kategori Kepuasan** | **Kategori Kualitas Pelayanan** |
| 3. | 3.20 | 3.34 | 10.688 | 83.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 4. | 3.42 | 3.41 | 11.662 | 85.24% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 5. | 3.19 | 2.97 | 9.474 | 74.24% | Puas | Baik |
| 6. | 3.19 | 3.23 | 10.303 | 80.74% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 7. | 3.40 | 3.49 | 11.866 | 87.25% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 8. | 3.43 | 3.42 | 11.730 | 85.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 9. | 3.24 | 3.20 | 10.368 | 80% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 10. | 3.35 | 3.31 | 11.088 | 82.72% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 11. | 3.45 | 3.45 | 11.902 | 86.25% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 13. | 3.05 | 3.14 | 9.577 | 78.50% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 14. | 3.39 | 3.42 | 11.593 | 85.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 15. | 3.11 | 3.14 | 9.765 | 78.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 16. | 3.55 | 3.55 | 12.602 | 88.75% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 17. | 3.44 | 3.48 | 11.971 | 87% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 18. | 3.46 | 3.51 | 12.144 | 87.75% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 19. | 3.36 | 3.35 | 11.256 | 83.75% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 20. | 3.15 | 3.18 | 10.017 | 79.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 21. | 3.43 | 3.45 | 11.833 | 86.24% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 22. | 3.17 | 3.15 | 9.985 | 78.94% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 24. | 2.75 | 2.59 | 7.122 | 64.75% | Puas | Baik |
| 25. | 3.46 | 3.41 | 11.798 | 85.25% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 26. | 3.15 | 3.19 | 10.048 | 79.75% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 27. | 3.20 | 3.23 | 10.336 | 80.75% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 28. | 2.99 | 3.01 | 8.999 | 75.24% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 29. | 2.77 | 2.82 | 7.811 | 70.52% | Puas | Baik |
| 30. | 2.92 | 2.97 | 8.672 | 74.25% | Puas | Baik |
| 31. | 3.19 | 3.15 | 10.048 | 78.74% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 32. | 3.33 | 3.28 | 10.992 | 81.99% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 33. | 3.15 | 3.36 | 10.584 | 84% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 34. | 3.15 | 3.14 | 9.891 | 78.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 35. | 3.17 | 3.18 | 10.080 | 79.5% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 36. | 3.12 | 3.09 | 9.640 | 77.24% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 37. | 3.54 | 3.26 | 11.540 | 81.49% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 38. | 3.15 | 3.17 | 9.985 | 79.24% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 39. | 3.37 | 3.37 | 11.356 | 84.25% | Sangat Puas | Sangat Baik |
| 40. | 3.62 | 3.61 | 13.068 | 90.24% | Sangat Puas | Sangat Baik |

Terdapat 4 atribut yang memiliki kategori Puas dan Baik yaitu pada atribut 3, 24, 29 dan 30. Sedangkan atribut lainnya memiliki kategori Sangat Puas dan Sangat Baik.

* 1. **Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)**

Analisis IPA dilakukan untuk melakukan pemetaan terhadap tingkat harapan dan persepsi mahasiswa atas atribut layanan kampus kedalam kuadran yaitu kuadran 1 untuk dimensi layanan yang menjadi prioritas utama perbaikan, kuadran 2 untuk dimensi layanan yang harus dipertahankan prestasinya, kuadran 3 untuk dimensi layanan yang memiliki prioritas rendah dan kuadran 4 untuk dimensi layanan yang dianggap berlebihan kualitasnya.

1. **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**5.1 Analisis SWOT**

Hasil analisis data SWOT pada STTN Lampung maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kondisi Internal STTN Lampung dapat dilihat pada tabel yang bernilai 2.501 diperoleh dari penjumlahan bobot item pada masing-masing indikator faktor kekuatan dan kelemahan penilaian responden dikalikan rating masing-masing indikator faktor kekuatan dan kelemahan yang diberikan oleh Ketua STTN Lampung sekaligus pemilik yayasan.
2. Kondisi eksternal STTN Lampung dapat dilihat pada tabel yang bernilai 2.199 diperoleh dari penjumlahan bobot item pada masing-masing indikator faktor peluang dan ancaman penilaian responden dikalikan rating masing-masing indikator faktor peluang dan ancaman yang diberikan Ketua STTN Lampung sekaligus selaku pemilik yayasan.
3. Posisi STTN Lampung saat ini berada dalam posisi sel 5 yang menunjukkan pertumbuhan usaha. Pada sel 5 matrik internal-eksternal (IE) nilai internal dan eksternal STTN Lampung memiliki nilai lebih dari 2 yang dapat disimpulkan bahwa STTN Lampung berada dalam posisi yang cukup kuat dan peluang yang ditawarkan cukup tinggi.
4. Identifikasi pada faktor internal dan eksternal maka dapat menciptakan empat strategi utama yaitu : strategi SO (*strength* dan *opportunitiy*), strategi WO (*weakness* dan *opportunity*), strategi ST (*strength* dan *Threats*) dan strategi WT (*weakness* dan *threats*) yang secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Berdasarkan keterangan pada tabel internal faktor strategi/ tabel eksternal faktor strategi (IFS/EFS) tersebut maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

* 1. **Strategi SO (*strength* dan *opportunity*)**

Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan STTN Lampung guna menangkap peluang yang dimiliki STTN Lampung. Kerjasama dengan berbagai lembaga lokal dan nasional yang selama ini telah terjalin dapat lebih ditingkatkan lagi. Kerjasama ditingkat nasional dengan dunia industry harus diperbanyak lagi sehingga dapat membuka informasi pekerjaan bagi alumni.

Kerjasama dengan lembaga nasional yang mengeluarkan sertifikasi kompetensi juga lebih diperbanyak lagi. Dengan banyaknya alumni yang memiliki sertifikasi kompetensi akan lebih memudahkan alumni bersaing didunia kerja. Kerjasama bidang penelitian dan pengabdian masyarakat sudah saatnya meningkat ke tingkat nasional. Melalui kerjasama ini hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dapat lebih meningkat. Peningkatan kerjasama ditingkat nasional akan memberikan nilai positif bagi perbaikan peringkat akreditasi dimasa mendatang.

* 1. **Strategi ST (*strength* dan *threats*)**

Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dihadapi STTN Lampung. Melalui kerjasama dengan berbagai lembaga baik ditingkat lokal maupun nasional yang berkaitan dengan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat maka para dosen di STTN Lampung dapat menghasilkan karya ilmiah yang dipublikasikan pada seminar nasional dan jurnal nasional terakreditasi.

Kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat juga diharapkan dapat melibatkan mahasiswa dalam pelaksanaannya. Saat ini kemeristekdikti telah menerapkan sister yang mengharuskan dosen tetap memiliki akun sendiri dan mengunggah berbagai karya ilmiahnya baik penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat. Melalui unggahan karya ilmiah ini maka akan berpengaruh positif bagi dosen tetap dalam mengurus jenjang jabatan fungsional sehingga akan semakin banyak dosen yang tersertifikasi dan bagi STTN Lampung hal ini akan berpengaruh signifikan terhadap nilai akreditasi program studi dan institusi dimasa mendatang.

* 1. **Strategi WO (*weakness* dan *opportunity*)**

Strategi ini diterapkan pada saat adanya peluang yang dimiliki STTN Lampung guna mengatasi kelemahan. Jumlah alumni yang banyak dan telah menduduki jabatan strategis disejumlah lembaga menjadikan sarana promosi STTN Lampung dalam penerimaan mahasiswa baru tiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa para pengguna merasa puas dengan kompetensi yang dimiliki lulusan STTN Lampung. Selain itu adanya sejumlah alumni yang berwirausaha memberikan dampak positif terhadap STTN Lampung.

Dengan adanya sejumlah alumni yang menduduki jabatan strategis disejumlah lembaga dapat dimanfaatkan oleh dosen dan mahasiswa untuk melakukan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang akan dipublikasikan baik pada seminar maupun jurnal.

* 1. **Strategi WT (*weakness* dan *threats*)**

Strategi ini diterapkan STTN Lampung harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki agar terhindar dari ancaman yang akan dihadapi. Banyaknya dosen tetap yang belum memiliki jenjang jabatan fungsional dan memiliki sertifikasi dosen disebabkan oleh lemahnya kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dosen. Insentif yang diberikan sebesar 1,5 juta per penelitian dan untuk pengabdian kepada masyarakat sebesar 1 juta rupiah kiranya dapat ditingkatkan lagi. Peningkatan insentif ini diharapkan dapat memotivasi dosen tetap untuk melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat lebih meningkat lagi.

Strategi pemasaran yang dapat diterapkan STTN Lampung saat ini adalah menerapkan strategi SO (*strength* dan *opportunity*). Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan STTN Lampung guna menangkap peluang yang dimiliki STTN Lampung.

Menggunakan media promosi yang tepat melalui internet dan media cetak dengan menampilkan berbagai kerjasama dan kegiatan yang dilakukan STTN Lampung akan mendorong animo calon mahasiswa baru. Peningkatan jumlah mahasiswa baru akan meningkatkan pemasukan dana bagi STTN Lampung. Penambahan pemasukan dapat dimanfaatkan untuk peningkatan insentif dosen dalam melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Peningkatan pemasukan dipergunakan untuk peningkatan sarana dan prasarana, mengirim dosen untuk mengikuti seminar nasional bahkan internasional, dan sebagainya. Mendatangkan alumni yang menduduki jabatan strategis dan alumni yang berwirausaha sebagai dosen tamu akan memotivasi mahasiswa dalam menyelesaikan studinya.

4 KUAT 3 SEDANG 2 RENDAH 1

KUAT

3. RETRENCH

MENT

2. GROWTH

1. GROWTH

3

5. GROWTH

**POSISI STTN LAMPUNG**

6. RETRENCH

MENT

4. STABILITY

SEDANG

2

8. GROWTH

9. RETRENCH

MENT

7. GROWTH

RENDAH

1

Sumber : Data yang diolah

**Gambar 5.1. Matrik Internal dan Eksternal (IE) STTN Lampung**

Pada matrik gambar , matrik internal-eksternal (IE) menunjukkan bahwa kondisi STTN Lampung berada pada sel 5. Pada posisi tersebut STTN Lampung dapat menerapkan strategi pertumbuhan melalui integrasi horisontal. Strategi integrasi horisontal merupakan strategi utama STTN Lampung dengan posisi pasar kompetitif yang kuat dalam industri jasa yang berdaya tarik tinggi. Agar meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, maka STTN Lampung harus melaksanakan upaya memperluas pasar kewilayah potensial secara intensif.

**5.2 Analisis *House of Quality* (HoQ)**

Langkah yang dilakukan untuk analisis HoQ tingkat pertama adalah dengan mengidentifikasi kriteria-kriteria kebutuhan pelanggan (*voice of customer*) dalam hal ini pelanggan adalah mahasiswa yang didapat dari hasil wawancara dengan mahasiswa STTN Lampung. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh hasil analisis QFD tingkat pertama sebagai berikut :

**Tabel 5.2. Hasil Analisis QFD Tingkat Pertama**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Tingkat Kepentingan** | | | | | |
| ***Reliability*** | **Mean** | | | **Kriteria - Kriteria** | | |
| Jumlah ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. | 3.20 | | | Jumlah ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa menjadi kriteria yang dinilai penting oleh mahasiswa STTN Lampung. | | |
| Fasilitas laboratorium yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. | 3.42 | | | Fasilitas laboratorium yang seimbang dengan jumlah mahasiswa dinilai penting oleh mahasiswa. | | |
| Dosen patuh terhadap rencana dan jadwal perkuliahan secara teratur dan tertib sesuai SAP. | 3.19 | | | Dari penilaian yang dilakukan oleh mahasiswa STTN Lampung memberikan nilai penting pada kepatuhan dosen terhadap rencana dan jadwal perkuliahan sesuai SAP. | | |
| **Atribut** | | | **Tingkat Kepentingan** | | | |
| ***Responsiveness*** | | | **Mean** | **Kriteria-Kriteria** | | |
| Pengolahan nilai hasil ujian yang cepat dan akurat. | | | 3.19 | Mahasiswa memberikan penilaian penting untuk pengolahan nilai hasil ujian yang cepat dan akurat | | |
| Akses informasi yang cepat, mudah dan konsisten. | | | 3.40 | Mahasiswa memberikan penilaian penting untuk akses informasi yang cepat, mudah dan konsisten. | | |
| Dosen tanggap terhadap saran dan kritik dari mahasiswa | | | 3.43 | Dosen yang tanggap terhadap saran dan kritik dari mahasiswa dinilai penting oleh mahasiswa. | | |
| Penanganan keluhan masalah akademik dan administrasi dari mahasiswa dengan cepat | | | 3.24 | Penanganan keluhan masalah akademik dan administrasi dari mahasiswa dengan cepat mendapat nilai penting dari mahasiswa. | | |
| Pelayanan administrasi yang cepat | | | 3.35 | Pelayanan administrasi yang cepat mendapat nilai penting dari dari mahasiswa. | | |
| **Atribut** | | |  | | | |
| ***Assurance*** | | | **Mean** | **Kriteria - Kriteria** | | |
| Jumlah dosen mencukupi | | | 3.45 | Mahasiswa memberikan penilaian penting bahkan mendekati sangat penting untuk jumlah dosen yang mencukupi. | | |
| Adanya SOP dari pelayanan | | | 3.05 | Mahasiswa menilai penting adanya SOP dari pelayanan bagi STTN Lampung, seperti mengurus KRS, PKL, Tugas Akhir, dll. | | |
| Memiliki jaringan yang luas dengan perusahaan yang bermanfaat bagi mahasiswa dan alumni. | | | 3.39 | Mahasiswa menilai penting bagi STTN Lampung untuk memiliki jaringan yang luas dengan perusahaan karena dinilai memiliki manfaat bagi mahasiswa dan alumni. | | |
| Kejelasan dosen dalam penyampaian materi dengan memberikan contoh terapan yang relevan. | | | 3.11 | Mahasiswa menilai penting kejelasan dosen dalam penyampaian materi dengan memberikan contoh terapan yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. | | |
| Dosen memberikan penilaian yang objektif dan adil. | | | 3.55 | Mahasiswa mengharapkan dosen memberikan penilaian yang objektif dan adil. | | |
| Dosen mampu menghidupkan suasana kelas dan memotivasi mahasiswa untuk belajar mandiri. | | | 3.44 | Mahasiswa mengharapkan dosen yang mampu menghidupkan suasana kelas dan memotivasi mahasiswanya karena mahasiswa menilai hal ini penting. | | |
| Dosen pembimbing akademik yang solutif, memotivasi, mudah ditemui. | | | 3.46 | Mahasiswa mengharapkan dosen pembimbing akademik yang solutif, memotivasi dan mudah ditemui karena penting bagi mahasiswa. | | |
| Kesiapan dan kemampuan dosen dalam mengajar materi perkuliahan | | | 3.36 | Mahasiswa menilai penting kesiapan dan kemampuan dosen dalam mengajarkan materi perkuliahannya. | | |
| Penggunaan handout/bahan ajar dengan referensi pustaka yang memadai dan terkini. | | | 3.15 | Mahasiswa menilai penting penggunaan handout/ bahan ajar dengan referensi memadai dalam kegiatan akademik. | | |
| Jumlah mahasiswa yang diterima seimbang dengan fasilitas yang ada. | | | 3.43 | Mahasiswa menilai penting bila jumlah mahasiswa yang diterima seimbang dengan fasilitas yang ada di STTN Lampung, | | |
| **Atribut** | | | **Tingkat Kepentingan** | | | |
| ***Emphaty*** | | | **Mean** | | | **Kriteria - Kriteria** |
| Pelayanan administrasi yang ramah | | | 3.03 | | | Mahasiswa menilai penting untuk pelayanan yang ramah di STTN Lampung |
| Kegiatan Propti yang mendidik dan tidak memberatkan mahasiswa | | | 3.17 | | | Mahasiswa menilai penting adanya kegiatan propti yang mendidik dan tidak memberatkan mahasiswa. |
| Sosialisasi prodi ke masyarakat | | | 2.75 | | | Mahasiswa menilai cukup penting untuk melakukan sosialisasi prodi di STTN Lampung ke masyarakat. |
| Keringanan biaya pendidikan/ Pemberian beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan tidak mampu | | | 3.46 | | | Mahasiswa memberikan nilai penting hingga sangat penting keringanan biaya pendidikan/ pemberian beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan tidak mampu. |
| Adanya matakuliah/ kegiatan yang mengembangkan softskill (kewirausahaan, leadership) | | | 3.15 | | | Mahasiswa mengharapkan adanya matakuliah pengembangan soft skill dengan memberikan nilai penting sebagai nilai tambah bagi mahasiswa menghadapi persaingan kerja. |
| Laboratorium yang memfasilitasi tugas akhir | | | 3.20 | | | Mahasiswa menilai penting adanya laboratorium yang memfasilitasi tugas akhir bagi mahasiswa. |
| Tersedianya himpunan mahasiswa untuk menampung kegiatan mahasiswa | | | 2.99 | | | Mahasiswa menilai penting adanya himpunan mahasiswa untuk menampung kegiatan mahasiswa. |
| Adanya forum alumni | | | 2.77 | | | Mahasiswa menilai cukup penting adanya forum alumni. |
| Keterlibatan mahasiswa dalam penelitian yang dilakukan oleh dosen. | | | 2.92 | | | Keterlibatan mahasiswa dalam penelitian yang dilakukan oleh dosen juga dinilai cukup penting |
| **Atribut** | | **Tingkat Kepentingan** | | | | |
| ***Tangibles*** | | **Mean** | | | **Kriteria - Kriteria** | |
| Mushola luas dan bersih. | | 3.19 | | | mahasiswa memberikan nilai mendekati sangat penting untuk fasilitas mushola luas dan bersih yang ada di STTN Lampung. | |
| Fasilitas ruang kelas yang lengkap (ada LCD ditiap kelas, kursi meja dalam keadaan baik, tersedia papan tulis dan alat tulis) | | 3.33 | | | Mahasiswa menilai penting ruang kelas yang lengkap yang ada di STTN Lampung seperti adanya LCD ditiap kelas, kursi meja dalam keadaan baik dan sebagainya. | |
| Ruang kelas yang nyaman (bersih, terang, sirkulasi udara baik) | | 3.15 | | | Mahasiswa menilai penting adanya ruang kelas yang nyaman seperti bersih, terang dan sirkulasi udara yang baik. | |
| Tempat parkir yang memadai | | 3.15 | | | Mahasiswa menilai penting tempat parkir yang memadai di STTN Lampung. | |
| Fasilitas laboratorium yang lengkap | | 3.17 | | | Fasilitas laboratorium yang lengkap dinilai penting oleh mahasiswa STTN Lampung. | |
| Tersedianya ruang serbaguna untuk kegiatan kemahasiswaan seminar, training, workshop, dll. | | 3.12 | | | Tersedianya ruang serba guna untuk kegiatan kemahasiswaan di nilai penting oleh mahasiswa. | |
| Tersedianya fasilitas internet/Wi – Fi | | 3.54 | | | Mahasiswa menilai penting adanya fasilitas internet/ wi fi. | |
| Ruang pelayanan administrasi yang bersih, rapi dan teratur. | | 3.15 | | | Mahasiswa menilai penting ruang pelayanan administrasi yang bersih, rapi dan teratur. | |
| Ruang perpustakaan yang nyaman dan luas. | | 3.37 | | | Ruang perpustakaan yang nyaman dan luas dinilai penting oleh mahasiswa. | |
| Tersedianya ruang multimedia (yang dapat digunakan untuk mengakses internet, entry KRS, mengerjakan tugas, dll) | | 3.62 | | | Mahasiswa menilai penting ruang multi media yang dapat digunakan untuk mengakses internet, entry KRS dan sebagainya. | |

6

Matrik Korelasi

Tujuan Proyek

Evaluasi Proyek

1b

Tingkat Kepentingan

5

Matrik Interaksi

4

Parameter Teknis Produk

1a

Kebutuhan Mahasiswa

7

Analisis Target

8

Nilai Target

**Gambar 5.2 Tahap Pertama Pengisian *House of Quality***

**5.3 Analisis *Service Quality* (*Servqual*)**

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan untuk tingkat persepsi dan ekspektasi mahasiswa untuk analisis *servqual* maka diperoleh nilai rata-rata seperti pada tabel 5.3.

**Tabel 5.3 Perhitungan Selisih Persepsi Mahasiswa dan Ekspektasi Mahasiswa**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi (Kineja) Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi (Kepentingan) Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Reliability* (kehandalan)** |  |  |  |
| 3. | 3.34 | 3.20 | - 0.14 |
| 4. | 3.41 | 3.42 | + 0.01 |
| 5. | 2.97 | 3.19 | + 0.22 |
|  |  | **Rerata Gap** | **0.09 : 3 = + 0.03** |
| ***Responsiveness* (daya tanggap)** |  |  |  |
| 6. | 3.23 | 3.19 | - 0.04 |
| 7. | 3.49 | 3.40 | - 0.09 |
| 8. | 3.42 | 3.43 | + 0.01 |
| 9. | 3.20 | 3.24 | + 0.04 |
| 10. | 3.31 | 3.35 | + 0.04 |
|  |  | **Rerata Gap** | **-0.04 : 5 = - 0.008** |
| ***Assurance* (jaminan)** |  |  |  |
| 11. | 3.45 | 3.45 | 0 |
| 12. | 3.14 | 3.05 | - 0.09 |
| 13. | 3.42 | 3.39 | - 0.03 |
| 14. | 3.14 | 3.11 | - 0.03 |
| 15. | 3.55 | 3.55 | 0 |
| 16. | 3.48 | 3.44 | - 0.04 |
| 17. | 3.51 | 3.46 | - 0.05 |
| 18. | 3.35 | 3.36 | + 0.01 |
| 19. | 3.18 | 3.15 | - 0.03 |
| 20. | 3.45 | 3.43 | - 0.02 |
|  |  | **Rerata Gap** | * **0.24 : 10 = - 0.024** |
| ***Emphaty* (empati)** |  |  |  |
| 21. | 3.19 | 3.03 | - 0.16 |
| 22. | 3.15 | 3.17 | + 0.02 |
| 24. | 2.59 | 2.75 | + 0.16 |
| 25. | 3.41 | 3.46 | + 0.05 |
| 26. | 3.19 | 3.15 | - 0.04 |
| 27. | 3.23 | 3.20 | - 0.03 |
| 28. | 3.01 | 2.99 | - 0.02 |
| 29. | 2.82 | 2.77 | - 0.05 |
| 30. | 2.97 | 2.92 | - 0.05 |
|  |  |  | **- 0.12 : 10 = - 0.012** |
| **Atribut** | **Rata-rata Persepsi (kinerja) Mahasiswa** | **Rata-rata Ekspektasi (kepentingan) Mahasiswa** | **Selisih rata-rata (Gap 5)** |
| ***Tangible***  **(bukti fisik)** |  |  |  |
| 31. | 3.15 | 3.19 | + 0.04 |
| 32. | 3.28 | 3.33 | + 0.05 |
| 33. | 3.36 | 3.15 | - 0.21 |
| 34. | 3.14 | 3.15 | + 0.01 |
| 35. | 3.18 | 3.17 | - 0.01 |
| 36. | 3.09 | 3.12 | + 0.03 |
| 37. | 3.26 | 3.54 | + 0.28 |
| 38. | 3.17 | 3.15 | - 0.02 |
| 39. | 3.37 | 3.37 | 0 |
| 40. | 3.61 | 3.62 | - 0.01 |
|  |  | **Rerata Gap** | **+ 0.16 : 10 = + 0.016** |

**Tabel 5.4 Rerata Keseluruhan Gap Kepentingan dan Ekspektasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Dimensi** | **Gap Persepsi –Ekspektasi** |
| *Reliability* (Kehandalan) | **+ 0.03** |
| *Responsiveness* (Daya Tanggap) | **- 0.008** |
| *Assurance* (Jaminan) | **- 0.024** |
| *Emphaty* (Empati) | **- 0.012** |
| *Tangible* (Bukti Fisik) | **+ 0.016** |
| Rata-rata | * **0.025** |

Berdasarkan tabel 5.4 adalah rerata keseluruhan gap per dimensi dapat terlihat bahwa ada 3 dimensi memiliki dimensi negatif dengan gap tertinggi ada pada dimensi jaminan (*assurance*) dan dimensi negatif dengan gap terendah ada pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*). Ada 2 dimensi yang bernilai positif yaitu dan dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan gap tertinggi ada pada dimensi kehandalan (*reliability*) dan gap terendah ada pada dimensi bukti fisik (*tangible*).

Pada atribut kehandalan kesenjangan tertinggi dengan nilai – 0,14 ada pada jumlah ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. Untuk atribut daya tanggap kesenjangan tertinggi dengan nilai – 0.09 yaitu pengolahan hasil nilai ujian yang cepat dan akurat. Pada atribut jaminan kesenjangan tertinggi dengan nilai – 0.09 yaitu adanya SOP dari pelayanan administrasi (mengurus KRS, PKL, Tugas Akhir dan lain-lain). Sedangkan untuk kesenjangan tertinggi pada atribut empati dengan nilai – 0.16 yakni pelayanan administrasi yang ramah.

Pada atribut bukti fisik dengan nilai – 0.21 ada pada atribut pada fasilitas ruang kelas yang lengkap (ada LCD ditiap kelas, kursi meja dalam keadaan baik, tersedia papan tulis dan alat tulis). Perlu dilakukan penambahan agar gap antara harapan dan kenyataan yang diinginkan mahasiswa tidak terlalu besar. Masih terdapat 20 atribut (54%) pelayanan yang masih perlu perbaikan.

Kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik karena memiliki nilai < -1 sesuai teori Parasuraman (1991) karena nilai rata-rata dari kelima dimensi kualitas pelayanan berada dibawah nilai tersebut yaitu kehandalan **+** 0.03, daya tanggap - 0.008, jaminan - 0.024, empati - 0.012 dan bukti fisik + 0.016.

**5.4 Analisis Pengaruh Lingkungan**

Untuk mengetahui pengaruh lingkungan industri terhadap STTN Lampung maka dilakukan analisis dengan menggunakan 5 *Forces* Porter yaitu tekanan yang disebabkan oleh *bargaining power of* *supplier, bargaining power of buyer*, produk baik subtitusi maupun komplemen, *industry rivalry* dan masuknya pesaing baru (*entry*).

1. ***Bargaining Power of Supplier***

*Bargaining power of supplier* dapat dikategorikan kuat hal ini disebabkan peraturan pemerintah dan perkembangan teknologi saat ini. Dosen harus berjenjang pendidikan minimal strata dua (S2) dengan bidang keilmuan yang linier, tenaga kependidikan yang harus berjenjang pendidikan minimal strata satu (S1), penggunaan teknologi informasi secara *online* dalam berbagai pelaporan baik akademik, pembelajaran dan kemahasiswaan, termasuk penggunaan sistem informasi secara elektronik seperti penggunaan SIAKAD, SIMKEU dan sebagainya.

1. ***Bargaining Power of Buyers***

*Bargaining Power of Buyers* kuat karena saat ini pelanggan dalam hal ini calon mahasiswa baru mempunyai banyak pilihan baik dari segi pilihan jurusan, biaya maupun kualitas. Adapun kecenderungan calon mahasiswa baru saat ini adalah mencari perguruan tinggi negeri terlebih dulu baru kemudian memilih perguruan tinggi swasta (PTS).

1. ***Threat of Substitute Products or* *Services***

*Threat of Substitute Products or* *Service* kuat karena banyaknya perguruan tinggi di Lampung baik PTN maupun PTS yang menawarkan program studi mengikuti perkembangan zaman. Dorongan yang kuat dari pemerintah terhadap pendidikan vokasi dan diberikan kemudahan dalam pembukaan program studi baru yang berbasis sains, teknologi dan matematika. Beragamnya pilihan program studi yang ditawarkan membuat tingkat persaingan semakin ketat.

1. ***Rivalry Among Existing* *Competitors***

*Rivalry Among Existing* *Competitors* kuat karena banyaknya PTN dan PTS dalam industri yang mulai jenuh menyebabkan terjadinya hipercompetition, sehingga sesuai keinginan pemerintah untuk mengatasi hal ini adalah dengan dilakukannya merger baik sesama perguruan tinggi dalam satu yayasan maupun berbeda yayasan.

1. ***Threat of New Entrants***

*Threat of New Entrants* dapat dikatakan kuat karena begitu banyaknya bermunculan perguruan tinggi baru baik yang baru berdiri maupun yang dilakukan secara alih kelola dari perguruan tinggi yang tidak berkembang. Walaupun persyaratan yang ditetapkan pemerintah untuk pendirian PTS baru namun bila dilihat di Lampung telah banyak bermunculan PTS baru dalam 2 tahun terakhir saja misalnya STMIK Pringsewu, STIE Madani, STKIP Rosalia dan sebagainya.

Setelah menganalisis lingkungan maka dapat digambarkan dalam tabel 5.5 berikut ini :

**Tabel 5.5 Analisis *Five Forces* Porter Terhadap STTN Lampung**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Forces** | **Impact** |
| 1. | *Bargaining power of supplier* | *High* |
| 2. | *Bargaining Power of Buyers* | *High* |
| 3. | *Threat of Substitute Products or* *Service* | *High* |
| 4. | *Rivalry Among Existing* *Competitors* | *High* |
| 5. | *Threat of New Entrants* | *High* |

Dari tabel diatas terlihat bahwa terjadi tekanan disemua perspektif dan dapat diketahui bahwa faktor kunci sukses STTN Lampung harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Mempunyai pelayanan dengan kualitas yang lebih baik dari pesaing. Apabila mahasiswa menemukan masalah pada saat menggunakan pelayanan maka akan membuat calon mahasiswa baru akan beralih ke PTS lain.
2. Mempunyai harga pelayanan yang terjangkau minimal sama dengan pesaing. Saat ini biaya pengembangan pendidikan di STTN Lampung masih rendah dibandingkan PTS lain.

Setelah melakukan analisis *five forces* Porter maka selanjuntya dilakukan pemilihan strategi dengan menggunakan strategi generic Porter yaitu *cost leadership, differentiation* dan *focus.*

1. **Strategi *Cost Leadership***

Strategi ini dilakukan dengan mengendalikan penentu biaya dan melakukan kontrol yang ketat terhadap semua pengeluaran dalam aktivitas pelayanan terhadap mahasiswa STTN Lampung.

1. **Strategi *Differentation***

Strategi dilakukan untuk mendapatkan keunikan terhadap pesaing sehingga dengan keunikan tersebut maka dapat menawarkan produk dengan harga lebih tinggi.

1. **Strategi *Focus***

Strategi *focus* adalah dengan cara mengoptimalkan kompetensi inti STTN Lampung untuk melayani kebutuhan mahasiswa dalam pasar tertentu yang dapat dikategorikan dalam lingkup kelompok pelanggan tertentu misalnya perusahaan swasta yang ingin meningkatkan kemampuan karyawannya melalui kuliah sore sampai malam hari.

**5.5 Prioritas Perbaikan Layanan dengan Analisis *Importance Performance Analysis***

1. Atribut dan Item Layanan Yang Menjadi Prioritas Utama STTN Lampung untuk Ditingkatkan Pelayanannya

Pada kuadran I dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 22, 26, 33 dan 38. Item pada kuadran ini dianggap penting atau diharapkan oleh mahasiswa tetapi kondisi persepsi (kinerja) yang ada saat ini belum memuaskan.

2. Atribut dan Item Layanan Yang Perlu Dipertahankan STTN Lampung untuk Kualitas Pelayanannya

Pada kuadran II dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 25, 27, 32, 35, 37, 39 dan 40. Item pada kuadran ini dianggap penting atau diharapkan oleh mahasiswa dan kondisi persepsi (kinerja) yang ada saat ini dinilai telah memuaskan. STTN Lampung harus mempertahankan kualitas pelayanan pada item-item tersebut.

3. Atribut dan Item Layanan Yang Perlu Ditingkatkan STTN Lampung untuk Kualitas Pelayanannya

Pada kuadran III dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 13, 15, 24, 28, 29, 30, 34 dan 36. Item pada kuadran ini dianggap kurang memuaskan mahasiswa sekaligus dianggap kurang penting oleh mahasiswa.

4. Atribut dan Item Layanan STTN Lampung Yang Kualitas Pelayanannya Telah Melebihi Harapan Mahasiswa

Pada kuadran IV dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 5, 10, 22 dan 31. Item pada kuadran ini kinerja yang dirasakan mahasiswa lebih besar dari tingkat kepentingan atau harapannya. STTN Lampung perlu melakukan alokasi sumber daya pada item ini untuk digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada item-item yang ada dikuadran III.

**VI. PENUTUP**

**6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan maka kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut :

1. Kondisi internal STTN Lampung bernilai 2.501 dan kondisi eksternal bernilai 2.199 sehingga posisi STTN Lampung saat ini berada dalam posisi sel 5 yang menunjukkan pertumbuhan usaha. Pada sel 5 matrik internal-eksternal (IE) nilai internal dan eksternal STTN Lampung memiliki nilai lebih dari 2 yang dapat disimpulkan bahwa STTN Lampung berada dalam posisi yang cukup kuat dan peluang yang ditawarkan cukup tinggi. Pada posisi tersebut STTN Lampung dapat menerapkan strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal. Strategi integrasi horisontal merupakan strategi utama STTN Lampung dengan posisi pasar kompetitif yang kuat dalam industri jasa yang berdaya tarik tinggi. Agar meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, maka STTN Lampung harus melaksanakan upaya memperluas pasar kewilayah potensial secara intensif.
2. Pada atribut kehandalan kesenjangan tertinggi dengan nilai – 0,14 ada pada jumlah ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. Hal ini menujukkan bahwa mahasiswa mengharapkan penambahan ruang kelas yang seimbang dengan jumlah mahasiswa. Untuk atribut daya tanggap kesenjangan tertinggi dengan nilai – 0.09 yaitu pengolahan hasil nilai ujian yang cepat dan akurat. Mahasiswa mengharapkan adanya perbaikan dalam pengolahan hasil nilai ujian yang cepat dan akurat. Pada atribut jaminan kesenjangan tertinggi dengan nilai – 0.09 yaitu adanya SOP dari pelayanan administrasi (mengurus KRS, PKL, Tugas Akhir dan lain-lain). Walaupun SOP untuk pelayanan administrasi telah dimiliki oleh

STTN Lampung namun dalam pelaksanaannya belum mengikuti SOP yang dibuat. Sedangkan untuk kesenjangan tertinggi pada atribut empati dengan nilai – 0.16 yakni pelayanan administrasi yang ramah. Hal ini menujukkan bahwa harapan mahasiswa akan pelayanan yang ramah perlu dilakukan peningkatan. Pada atribut bukti fisik dengan nilai – 0.21 ada pada atribut pada fasilitas ruang kelas yang lengkap (ada LCD ditiap kelas, kursi meja dalam keadaan baik, tersedia papan tulis dan alat tulis). Hal ini memperlihatkan bahwa fasilitas ruang kelas yang lengkap (ada LCD ditiap kelas, kursi meja dalam keadaan baik, tersedia papan tulis dan alat tulis). perlu dilakukan penambahan agar gap antara harapan dan kenyataan yang diinginkan mahasiswa tidak terlalu besar.

1. Prioritas Perbaikan Layanan dengan Analisis *Importance Performance Analysis*

pada kuadran I dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 22, 26, 33 dan 38. Item pada kuadran ini dianggap penting atau diharapkan oleh mahasiswa tetapi kondisi persepsi (kinerja) yang ada saat ini belum memuaskan. Pada kuadran II dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 25, 27, 32, 35, 37, 39 dan 40. Item pada kuadran ini dianggap penting atau diharapkan oleh mahasiswa dan kondisi persepsi (kinerja) yang ada saat ini dinilai telah memuaskan. STTN Lampung harus mempertahankan kualitas pelayanan pada item-item tersebut. Pada kuadran III dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 13, 15, 24, 28, 29, 30, 34 dan 36. Item pada kuadran ini dianggap kurang memuaskan mahasiswa sekaligus dianggap kurang penting oleh mahasiswa. Pada kuadran IV dari hasil analisis IPA yaitu item nomor 5, 10, 22 dan 31. Item pada kuadran ini kinerja yang dirasakan mahasiswa lebih besar dari tingkat kepentingan atau harapannya. STTN Lampung perlu melakukan alokasi sumber daya pada item ini untuk digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada item-item yang ada dikuadran III.

**6.3 Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu :

1. STTN Lampung perlu melakukan penambahan fasilitas ruang kelas seperti LCD ditiap ruang kelas, penambahan kursi kuliah, peningkatan fasilitas ruang perpustakaan termasuk koleksi buku-buku yang ada dan peningkatan fasilitas wi-fi agar mudah dan cepat ketika diakses oleh mahasiswa.
2. Perlu secepatnya penggunaan siakad online untuk meningkatkan pelayanan terhadap mahasiswa misalnya saat pengisian KRS, nilai hasil ujian yang cepat dan akurat, sehingga mahasiswa dapat memperoleh informasi yang cepat dan mudah.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Alma, Buchari., 2009, *Manajemen Korporat Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
2. Azwan Ismail dkk., 2016, “*Service Quality And Customer Loyalty In* *Peacekeeping Missions*” dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 18, No. 1, Maret 2016.
3. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2014, *Proyeksi Jumlah Penduduk Lampung*, BPS Provinsi Lampung.
4. Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, 2018, Dikti, Jakarta.
5. Grant, Robert M., 1995, *Contemporary Strategy Analysis : Concept Technique, Application*, Basil Blacwell inc. Massachussetts.
6. Hill, C.W.L., & Jones, G.R., 2008, *Strategic Management*, Houghton Mifflin Company, Boston.
7. Kirom, Bahrul., 2010, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen,* Penerbit Pustaka Reka Cipta, Bandung.
8. Martilla, J.A. and James J.C., 1977, Importance Performance Analysis : An easily applied technique for measuring attribute importance and performance can further the development of effective marketing program, journal of marketing, vol. 41, No.1, pp 77 – 79.
9. Marzuki, Mahmud., 2012, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, Penerbit PT. Rajawali Press, Jakarta.
10. Mohammad Faisal Amir, 2016, *Manajemen Kinerja Perguruan Tinggi*, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
11. Nasir Widya Setyanto, dkk., 2012, *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Industri*, ISBN 978-979-97906-3-7, Jakarta.
12. Nasir Widya Setyanto, dkk., 2013, *Seminar Nasional Terpadu Keilmuan Teknik Industri*, Universitas Brawijaya, Malang.
13. Nasution, M.N., 2004, *Total Service Management, “Manajemen Jasa Terpadu”* Edisi Pertama, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
14. Nilda Tri Putri, dkk., 2014, *The TQM Journal*, Vol. 26. No. 6. Tahun 2014. pp. 566-576. Emerald Group Publishing Limited.
15. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015.
16. Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhalindo, Jakarta.
17. Porter, M.E., 1993, *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisa Industri dan Pesaing*, Penerjemah : Agus Maulana, Penerbit PT. Erlangga, Jakarta.
18. Rangkuti, F., 1998, *Analisis SWOT Teknik Untuk Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
19. Rangkuti, F., 2006, *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
20. Rangkuti, F., 2017, *Customer Care Excellence*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
21. Saleh, Akh. Muwafik., 2010, *Public Service Communication*, Penerbit UMM Press, Malang.
22. Saparudin dkk., dengan judul “*Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PT. CST Indonesia Melalui Model Analisis Kuantitatif TEV*” yang ditulis dalam Journal of Industrial Engineering and Management Systems, Volume 7, No. 2, August 2014.
23. Sritomo, Wignjosoebroto, 2006, *Pengantar Teknik dan Manajemen Industri*, Penerbit Guna Widya, Surabaya.
24. Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
25. Suharsimi, Arikunto., 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
26. Tjiptono, Fandy., 2007, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
27. Tampubolon, Daulat P., 2001, *Perguruan Tinggi Bermutu*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
28. Treacy, M. and Wiersema, F., *The Discipline of Market Leader : Choose Your Customer Narrow Your Focus, Dominate Your Market*, Addison-Wesley,1997.
29. Umar, Husein, 2004, Riset Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
30. Uyanto, Stanislaus S., 2006, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.
31. Uyanto, Stanislaus S., 2008, *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.
32. Wijaya, Toni, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, Penerbit PT. INDEKS, Jakarta.