

BAB 6

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan analisis atas hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan mahasiswa pada lokasi tutorial Kota Kupang, Kupang Timur, dan Amabi Oefeto pada dimensi kualitas layanan *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangible* berada pada kategori cukup puas, sementara kualitas layanan dimensi *assurance* berada pada kategori sesuai atau puas. Tingkat kepuasan mahasiswa yang berada dalam rentang cukup puas sampai dengan puas ini menggambarkan tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh pegawai UPBJJ-UT Kupang dan tutor belum maksimal dan belum memenuhi harapan mahasiswa secara keseluruhan. Melalui analisis gap 5 diketahui bahwa nilai rata-rata faktor harapan (*expected service*) lebih tinggi dari nilai rata-rata faktor kenyataan (*perceived service*). Hasil analisis gap 5 ini menunjukkan bahwa semua indikator dalam dimensi kualitas berada di bawah harapan mahasiswa sehingga masih perlu dilakukan perbaikan atau peningkatan kualitas layanan.
2. Aspek-aspek layanan yang menjadi prioritas perbaikan dan peningkatan kualitas layanan berdasarkan analisis gap 5 adalah aspek-aspek yang gap antara layanan TTM yang dirasakan dengan layanan TTM yang diharapkan besar, yaitu aspek: a). penguasaan mata kuliah oleh tutor; b). pelaksanaan tutorial sesuai jadwal; c). ketepatan waktu dimulainya kegiatan tutorial pada setiap pertemuan; d). daya tanggap tutor dalam melihat dan memberikan solusi atas permasalahan belajar mahasiswa; e). sikap pegawai UPBJJ-UT Kupang dan tutor yang simpatik serta memperhatikan kepentingan setiap mahasiswa; f). kemampuan pegawai dan tutor dalam menenangkan mahasiswa jika ada masalah; g). pemberian layanan yang cepat dan segera h). kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan tutorial; i). fasilitas dalam ruang tutorial.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan keterbatasan dalam penelitian maka saran yang dapat diajukan guna penelitian selanjutnya dan peningkatan kualitas layanan TTM di UPBJJ-UT Kupang sebagai berikut.

6.2.1 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya yang perlu diperhatikan, yakni:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di tiga lokasi tutorial tatap muka (TTM) di UPBJJ-UT Kupang sehingga penelitian serupa disarankan untuk dilakukan pada lokasi tutorial yang lain sebagai pembanding.
2. Untuk penelitian lebih lanjut mengenai kualitas layanan TTM disarankan penelitian jangka panjang pada satu atau beberapa lokasi sehingga dapat mengevaluasi apakah ada perbaikan kualitas layanan TTM pada setiap semester.

6.2.2 Saran Bagi Pihak UPBJJ-UT Kupang

Dalam melayani mahasiswa terutama yang berkaitan dengan layanan tutorial tatap muka (TTM), disarankan:

1. Pegawai UPBJJ-UT Kupang dan tutor memanfaatkan semua sumber daya yang ada seefektif dan seefisien agar dapat meningkatkan kualitas layanan sesuai yang diharapkan oleh mahasiswa
2. Aspek-aspek layanan yang harus mendapat prioritas perbaikan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan TTM dan memenuhi harapan mahasiswa adalah aspek-aspek layanan dengan gap antara kenyataan dan harapan besar, dalam hal ini aspek layanan yang gapnya lebih besar dari gap rata-rata.

Daftar Pustaka

BUKU

Alma, H. Buchari., Ratih Hurriyati. (2008). *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: CV. Alfabeta

Asandhimitra, dkk. (2003). *Pendidikan Tinggi Jarak Jauh*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

Belawati, Tian., dkk. (1999). *Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.

Borang Institusi UPTJJ/UPBJJ-UT Kupang (2009)

Edvardsson, Bo., Bertil Thomasson, John Øvretveit. (1994). *Quality Of Service: Making It Really Work*. UK: McGraw-Hill

Evan, Terry., Margaret Haughey, David Murphy. (2008). *International Handbook of Distance Education*. British: Emerald Group Publishing Limited

Goncalves, Karen P. (1998). *Services Marketing: A Strategic Approach*. New Jersey: Prentice Hall

Grewal, Dhruv., Michael Levy. (2008). *Marketing*. USA: The McGraw-Hill

Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga

Harris, Elaine K. (2007). *Customer Service: A Practical Approach*. New Jersey: Pearson Prentice Hall

Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo

Hodgson, Vivien. E., Sarah. J Mann, Robin Snell. (1994). *Beyond Distance Teaching-Towards Open Learning*. USA: Open University Press

- Hurriyati, Ratih. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta
- Irawan, Prasetya. (2007). *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. Jakarta: DIA FISIP UI
- Kerlinger, Fred N. (2006). *Asas – Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press
- Kotler, Philip., Gary Armstrong. (1998). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo
- _____, Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Indonesia: PT. INDEKS
- _____. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*. Indonesia: PT. INDEKS
- Lovelock, Christopher., Jochen Wirtz. (2007). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- _____, Lauren Wright. (2002). *Principles of Service Marketing And Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Malhotra, Naresh K. (1999). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Prentice Hall
- Marknesis, Tim. (2009). *Customer Satisfaction and Beyond*. Yogyakarta: Marknesis
- Nasir, Moh. (1999). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia
- Panduan Penyelenggaraan Tutorial Tatap Muka Rancangan Khusus (TTM-RK). (2002). Depdiknas – Universitas Terbuka.
- Pedoman Tutorial Program S1 PGSD. (2005). Depdiknas – Universitas Terbuka

- Peters, Otto. (2004). *Learning and Teaching In Distance Education*. London: RoutledgeFalmer
- Prasetyo, Bambang., Lina Miftahul Jannah. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif – Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- R, Lerbin R. Aritonang. (2005). *Kepuasan Pelanggan-Pengukuran dan Penganalisisan Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer Satisfaction – Teknik Mengukur dan Strategi meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan., H. Sunarto. (2009). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Rochaety, Ety., Ratih Tresnati, H. Abdul Madjid Latief. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS, Edisi Revisi*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media
- Scott, Dru. (2003). *Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit PPM
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen – Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Sutojo, Siswanto. (2009). *Manajemen Pemasaran – Untuk Eksekutif Non-Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis
- _____. (1997). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: ANDI
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Verduin, Jhon R. Jr., Thomas A Clark. (1991). *Distance Education: The Foundations of Effective Practice*. USA: Jossey-Bass Inc. Publishers
- Wahyono, Effendi., dkk. (2004). *20 Tahun Universitas Terbuka: Dulu, Kini, dan Esok*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Zeithaml, Valerie. A., Mary Jo Bitner. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. USA: The McGraw-Hill

JURNAL

- Ahmed, S.M. Zabed. (2009). Measuring Service Quality Of A Public University Library In Bangladesh Using SERVQUAL. *Performance Measurement and Metrics*, Vol. 10, No. 1, pp. 17-32. Emerald Group Publishing Limited 1467-8047 DOI 10.1108/14678040910949666
- Angell, Robert J., Troy W Heffernan. Phil Megicks. (2008). Service Quality In Postgraduate Education. *Quality Assurance in Education*, Vol. 16, No. 3, pp. 236-254. Emerald Group Publishing Limited 0968-4883 DOI 10.1108/09684880810886259
- Bernard, Robert M. *et. al.* (Sep., 2009). A Meta-Analysis of Three Types of Interaction Treatments in Distance Education. *Review of Educational Research*, Vol. 79, No. 3; pp. 1234-1289. Academic Research Library
- Brown, Stephen W., Teresa A Swartz. (1989, Apr). A Gap Analysis of Professional Service Quality. *The Journal of Marketing*, Vol. 53, No. 2, pp. 92-98. URL: <http://www.jstor.org/stable/1251416> Accessed: 15/01/2010 00:19
- Goodman, Paul S. *et. al.* (1995, Oct). Customer-Firm Relationships, Involvement, and Customer Satisfaction. *The Academy of Management Journal*, Vol. 38, No. 5, 1310-1324. URL: <http://www.jstor.org/stable/256859> Accessed: 15/01/2010 00:25

Garcell, Elias. *et. al.* (n.d). Quality in Distance Education A Triple Perspective. *Distance Learning*. Volume 4, Issue 4 p. 19-28

Helipriyanto, Donni. (November, 1999). Pengenalan dan Pemilihan Media Pembelajaran. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, Vol. 4, No. 2, hal. 74-79. URL: <http://www.docstoc.com/docs/21049241/PENGENALAN-DAN-PEMILIHAN-MEDIA-PEMBELAJARAN> Diunduh: 12/06/2010 9:22

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. (Autumn, 1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4 p. 41-50. Published by: American Marketing Association Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/1251430> Accessed: 15/01/2010 00:13

Richardson, John T. E. (2005, Feb). Students' Perceptions of Academic Quality and Approaches to Studying in Distance Education. *British Educational Research Journal*, Vol. 31, No. 1, pp. 7-27. URL: <http://www.jstor.org/stable/1502154> Accessed: 04/02/2010 21:31

Sahney, Sangeeta., D. K. Banwet, L. Karunes. (2004). A SERVQUAL and QFD Approach To Total Quality Education: A Student Perspective. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53, 1/2. ABI/INFORM Global. pg. 143-166

Sihombing, Umberto. (2006). *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan*. www.depdiknas.go.id.

Zeithml, Valarie A., A. Parasuraman, Leonard L. Berry. (Spring, 1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *The Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 2, pp. 33-46. URL: <http://www.jstor.org/stable/1251563> Accessed: 15/01/2010 00:14