

## **Peran Empati untuk Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Universitas Andalas Kampus Payakumbuh**

**Lukman<sup>1</sup>, Yindrizal<sup>2</sup>, Susiana<sup>3</sup>, Fager Van Graha<sup>4</sup>, Melkia Zahra<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Ekonomi dan Manajemen, Universitas Andalas Kampus Payakumbuh, Indonesia*

### **Abstrak**

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran empati dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Program-program di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh bersifat kompetitif, maka penting untuk memahami peran empati dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa yang belajar di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh minimal 1 tahun. Empati dianggap sebagai faktor penting dalam membangun hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan karena memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perasaan dan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan analisis data dilakukan terhadap informan yang menerima pelayanan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh, sehingga dapat diketahui hubungan antara tingkat empati yang diterima dari penyedia layanan dengan kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara tingkat empati yang tinggi dari penyedia layanan dengan kepuasan pelanggan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Pelanggan yang merasa dimengerti oleh penyedia layanan mereka lebih cenderung dan puas terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Penelitian ini juga menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat empati dari penyedia layanan, termasuk pengembangan hubungan antara pelatihan staf dan budaya organisasi yang mendukung pemikiran yang kritis. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi manajemen pelayanan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan tingkat empati penyedia jasa di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Dengan meningkatnya empati, maka pelanggan Universitas Andalas Kampus Payakumbuh akan merasa lebih dihargai dan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Empati, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa

### **Abstract**

*The background of this study aims to determine the role of empathy in increasing student satisfaction as customers at Andalas University, Payakumbuh Campus. The programs at Andalas University, Payakumbuh Campus are competitive, so it is important to understand the role of empathy in increasing customer satisfaction. This study uses a qualitative approach and the population of this study consists of students who study at Andalas University, Payakumbuh Campus for at least 1 year. Empathy is considered an important factor in building relationships between service providers and customers because it provides a better understanding of customer feelings and needs. This study is a qualitative study and data analysis was conducted on informants who received services at Andalas University, Payakumbuh Campus, so that the relationship between the level of empathy received from service providers and customer satisfaction can be known. The results of the analysis show that there is a positive relationship between a high level of empathy from service providers and customer satisfaction at Andalas University, Payakumbuh Campus. Customers who feel understood by their service*

*providers are more likely and satisfied with the overall service quality. This study also shows factors that influence the level of empathy from service providers, including the development of relationships between staff training and organizational culture that supports critical thinking. The results of this study are useful for service management in developing strategies to increase the level of empathy of service providers at Andalas University, Payakumbuh Campus. With increased empathy, customers of Andalas University, Payakumbuh Campus will feel more appreciated and have a positive impact on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Empathy, Service Quality, Student Satisfaction*

Copyright (c) 2024 Lukman

✉ Corresponding author:

Email Address: [lukman@eb.unand.ac.id](mailto:lukman@eb.unand.ac.id)

## PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan bagian dari sektor industri jasa di bidang pendidikan dan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan merupakan hal yang penting dalam mengelola pengembangan dan keberhasilan institusi pendidikan tinggi yang berkelanjutan. Faktor penting dalam kepuasan pelanggan adalah empati dari penyedia layanan. Kemampuan untuk memahami dan mempertimbangkan pemikiran dan kebutuhan pelanggan melalui empati dapat menciptakan hubungan yang lebih baik antara penyedia layanan dan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, serta berpontensi terhadap kesetiaan atau loyalitas jangka panjang. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi perguruan tinggi adalah untuk mendukung kelangsungan hidup jangka panjang. Kepuasan pelanggan merupakan ukuran bagi pendidikan tinggi untuk mengevaluasi dan melakukan perubahan, sehingga memastikan pelanggan terus menerus merasa puas. Jika pelanggan tidak puas, mereka tidak akan kembali dan mungkin akan mengeluhkan pengalaman negatif mereka kepada orang lain, sehingga mengancam keberlangsungan perguruan tinggi tersebut. Oleh karena itu, mengelola kepuasan pelanggan adalah masalah yang paling penting untuk kelangsungan hidup perguruan tinggi.

Kotler (2007) mengatakan, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kebutuhan (atau manfaat) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas, begitu juga sebaliknya. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan akan mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut dan mengulang kembali. Nirwana (2004) menyatakan bahwa perasaan tidak puas dapat menyebabkan konsumen menjadi putus asa dan tidak melakukan pembelian ulang atau menggunakan produk tersebut. Zikmund et al. (2003) Kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli terhadap harapan dan kinerja pra-pembelian yang dibandingkan dengan harapan pra-pembelian. Kepuasan adalah fungsi dari kinerja dan harapan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, yang meliputi unsur berwujud, keandalan, kinerja, keamanan dan empati. Jika layanan lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan tidak akan puas (Mowen dan Minor: 2001).

Dengan pelayanan yang baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan menciptakan kepuasan. Pelayanan yang baik dan memenuhi standar yang

diharapkan, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai pelayanan yang baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan, perlu dilakukan standarisasi kualitas pelayanan. Dengan mencontohkan pelayanan yang baik, perguruan tinggi dapat memastikan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar yang telah direncanakan sebelumnya, sehingga dapat menjaga kepercayaan pelanggan. Dengan cara ini, perguruan tinggi dapat memperoleh kepercayaan dan kepuasan dari pelanggannya dengan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya empati dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Kota Payakumbuh dipilih sebagai pusat penelitian karena memiliki perguruan tinggi (Universitas Andalas) dengan pendidikan yang kompetitif dan kepuasan pelanggan yang beragam. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh informasi dan data penting mengenai peran empati dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh.

Dengan memahami pentingnya empati dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, penyedia layanan pendidikan tinggi dapat menerapkan praktik-praktik yang lebih baik untuk memberikan layanan yang memadai dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Temuan penelitian ini juga dapat memberikan masukan penting bagi para pengambil keputusan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh dalam meningkatkan manajemen operasional dan melatih karyawan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan kepada pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran empati dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang rinci dan kaya mengenai pengalaman pelanggan dan pemahaman tentang empati dari penyedia layanan. Hal ini terjadi melalui penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menemukan, mengeksplorasi, menjelaskan, dan menginterpretasikan karakteristik atau ciri-ciri interaksi sosial yang tidak dapat dideskripsikan, diukur, atau dijelaskan dengan berbagai metode (misalnya survei) (Saryono, 2010). Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa di kampus Universitas Andalas Payakumbuh. Para partisipan dipilih berdasarkan preferensi konsumen yang berbeda. Wawancara difokuskan pada pemahaman pengalaman interaksi pelanggan dengan penyedia layanan dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepuasan mereka.

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan pola-pola yang muncul dari hasil wawancara. Analisis ini akan memberikan wawasan tentang peran empati dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Melalui penggunaan metode penelitian kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baik kepada penyedia layanan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh sehingga pelanggan akan merasa puas dengan pemanfaatan akses yang tinggi dalam interaksinya dengan pelanggan.

## Empati

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan emosi dan kebutuhan pelanggan. Empati dalam layanan melibatkan upaya penyedia layanan untuk memahami perspektif pelanggan, mengenali emosi mereka, fokus pada memahami emosi pelanggan. Kemampuan untuk memahami emosi orang lain, merasakan emosi yang dialami orang lain, dan menanggapi dengan tepat. Dengan memahami, penyedia layanan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, meningkatkan komunikasi, dan memberikan pengalaman yang lebih baik. Keterampilan sosial ini penting dalam hubungan dan membantu meningkatkan yang sehat dan positif.

Empati adalah perasaan yang terjadi di dalam pikiran, di mana seseorang dapat merasakan dan memahami kebutuhan orang lain sambil memenuhi kebutuhannya sendiri. Empati menurut Nugraha dkk (2017) adalah kemampuan seseorang untuk memahami pikiran dan masalah orang lain, berpikir dari sudut pandang orang lain, dan menghargai pandangan orang lain yang berbeda tentang suatu peristiwa. Artinya, apa yang dirasakan seseorang bergantung pada pikiran dan perasaan orang yang sedang dilihat atau berinteraksi dengannya. Meskipun empati adalah tentang emosi, empati juga mencakup kecerdasan, seperti kemampuan untuk merasakan emosi orang lain dan kemampuan untuk memahami emosi orang lain dengan mengambil peran yang sama. Oleh karena itu, empati adalah perasaan dan pemahaman yang seimbang terhadap pengalaman orang lain.

Kotler dan Keller (2008) menyatakan bahwa empati adalah sifat memusatkan perhatian kepada pelanggan dan memberikan perhatian yang bersifat pribadi. Asri Budiningsih (2004) mendefinisikan empati sebagai kemampuan untuk mengenali, memahami, mendengar emosi orang lain melalui ucapan dan tindakan serta menyampaikan pemahaman tersebut kepada orang lain. Rambat (2001) mengatakan bahwa pengertian memahami adalah memberikan perhatian yang bersifat nyata dan bersifat pribadi atau individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan mereka. Tjiptono dan Chandra (2016) mendefinisikan pengertian sebagai perusahaan memahami masalah pelanggan dan menindaklanjuti kepuasan pelanggan serta memberikan pelayanan yang bersifat personal kepada para pengguna produk.

Dengan mempertimbangkan poin-poin di atas, dapat dilihat bahwa empati berarti berfokus pada pelanggan, memahami masalah pelanggan, dan memikirkan kepuasan pelanggan.

## Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan mahasiswa adalah suatu bentuk kinerja (atau hasil) yang memenuhi harapan mereka (Assauri, 2003) yakni 1) Waktu tunggu untuk layanan, 2) Kecepatan dan konsistensi komunikasi dengan siswa, 3) Ketepatan janji temu, 4) Ketulusan dan kesopanan dalam perilaku dan perkataan administrator, dosen dan staf, 5) Pengetahuan dosen dan staf dalam pelayanan, 6) Prosedur pelayanan dan bantuan teknis, 7) Kemudahan komunikasi antara administrator, dosen dan staf, 8) menyediakan lingkungan kerja yang baik dan bersih bagi mahasiswa, 9) Menciptakan kesetaraan bagi mahasiswa (dalam pelayanan, 10) pelayanan yang ramah terhadap mahasiswa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa (Ismail, 2014).

Pada tingkat konseptual, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kedekatan kesepakatan antara harapan pelanggan (dalam hal ini, layanan administrasi

mahasiswa). Jika layanan tidak memenuhi harapan, pelanggan mungkin tidak puas; jika layanan memenuhi harapan, pelanggan akan puas (Arfamaini, 2016)

Sebagai penyedia layanan atau jasa, Universitas Andalas Kampus Payakumbuh harus secara cermat memantau dan menjaga kualitas sarana, prasarana dan manajemen, terus meningkatkan dan mengevaluasinya, serta berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan mahasiswa dan menghasilkan lulusan yang berkualitas tinggi. Hal terbaik yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi adalah menggunakan umpan balik dari pelanggan atau calon pelanggan (customers feedback) untuk mengelola perubahan institusional (Bergin, 1997)

Layanan administrasi akademik adalah semua layanan yang diberikan kepada mahasiswa sebagai pelanggan dalam kaitannya dengan layanan pembelajaran. Kotler (2003) mengatakan bahwa setiap mahasiswa ingin mendapatkan kepuasan yang maksimal dari semua layanan di lingkungan kampus. Tentu saja, dimana mahasiswa mencapai kepuasan yang maksimal, maka akan dapat meningkatkan kesejahteraannya. Kepuasan adalah tingkat yang diinginkan seseorang setelah membandingkan antara kesesuaiannya dengan harapannya.

Perguruan tinggi harus mampu mengelola dan mengatur layanan mereka secara efektif dalam kegiatan mereka. Sebagai pengelola layanan, dapat dilihat bahwa perguruan tinggi juga harus mempertimbangkan tingkat kepuasan pelanggan untuk mencapai kinerja akademik yang baik. Hal ini akan menghasilkan layanan yang transparan, tepat waktu dan hemat biaya.

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap kualitas dan nilai layanan yang diberikan oleh penyedia layanan. Pelanggan yang puas dengan layanan merasa lebih baik tentang diri mereka sendiri, merasa bahwa kebutuhan mereka terpenuhi, dan lebih mungkin untuk menjadi pelanggan yang setia. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan banyak indikator, seperti kepercayaan, kesetiaan, dan kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi menjadi sangat penting. Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya mempengaruhi loyalitas pelanggan, tetapi juga membantu perusahaan mengembangkan bisnis mereka dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, memahami dan memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui berbagai produk berkualitas dan harga yang terjangkau dapat menjadi strategi yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesuksesan yang langgeng.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Empati (emphaty) adalah otak yang memungkinkan seseorang untuk berpikir atau menempatkan dirinya dalam kondisi berpikir atau keadaan berpikir yang sama dengan orang lain. Dengan cara ini, perusahaan dapat benar-benar memahami pikiran pelanggannya. Pemahaman ini perlu diperluas tidak hanya untuk konsumen tetapi juga untuk semua karyawan. Pada dasarnya, setiap karyawan adalah cerminan dari budaya perusahaan. Oleh karena itu, harus ada tingkat pemahaman yang tinggi di semua departemen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2011), empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang

efektif, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Menurut Fitzsimons (2010), empati adalah keputusan untuk memberikan perhatian dan kepedulian pribadi kepada pelanggan, seperti jam kerja, layanan pemantauan, memastikan orang menggunakan produk untuk memuaskan perusahaan, berurusan dengan pelanggan dan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan poin-poin di atas, hal ini bertindak sebagai perjanjian khusus untuk setiap kebutuhan pelanggan dan komunikasi yang efektif antara pengelola dengan pelanggan. Hal ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan melalui perhatian khusus kepada pelanggan dan komunikasi yang baik antar pengelola. Saat melayani pelanggan, pengelola harus memiliki sikap yang sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramahan merupakan hal yang sangat penting terutama dalam kehidupan bisnis. Jika seseorang merasa diterima, maka rasa nyaman akan semakin meningkat.

Jadi pengelola perguruan tinggi sebagai penyedia jasa pelayanan pendidikan dapat mendekati diri dengan pelanggan (mahasiswa) agar mereka memberikan rekomendasi kepada rekan-rekannya perguruan tinggi kita. Perguruan tinggi perlu memperhatikan hal-hal berikut dalam memberikan pelayanan, yaitu kecepatan, ketepatan, keamanan, keramahan, dan kenyamanan. Tjiptono (2011), mengatakan jasa memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan produk:

1. Jasa tidak berwujud (intangibility) berbeda dengan barang. Jika barang adalah produk, alat atau benda, jasa adalah tindakan, kinerja atau usaha.
2. Tidak dapat dipisahkan (tidak ada pemisahan antara produksi dan konsumsi) Produk biasanya diproduksi, kemudian dijual, dan kemudian digunakan. Pada saat yang sama, sebagian besar jasa pertama kali dijual dan kemudian secara bersamaan dikembangkan dan digunakan.
3. Variabilitas (output tidak terstandarisasi) Jasa sangat beragam; ada banyak variasi dalam bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa yang menyediakan jasa dan kapan serta dimana jasa tersebut diberikan.

Konsumen menghargai perbedaan dan sering kali meminta pendapat orang lain sebelum menentukan pilihan. Dalam hal ini, penyedia layanan dapat melakukan kontrol kualitas pada dua tingkat:

- a. Berinvestasi dalam pelatihan yang berkualitas.
  - b. Menstandarkan proses pengiriman. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat pusat layanan yang menggambarkan peristiwa dan proses layanan dalam grafik untuk mengidentifikasi peristiwa yang dapat menyebabkan layanan gagal.
4. Tidak dapat disimpan (Perishability) Layanan mudah rusak dan tidak dapat disimpan, harus segera dikonsumsi, jika tidak, layanan akan hilang.

Jika perusahaan memiliki pelanggan tetap, hal ini tidak menjadi masalah, tetapi permintaan yang tidak stabil dapat meningkatkan kapasitas kerja, membuat pelanggan merasa tidak enak, dan menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia jasa lain. Oleh karena itu, setiap organisasi jasa perlu mendefinisikannya sesuai dengan keunggulan, tujuan, harapan, budaya, dan pelanggannya masing-masing. Pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga efisiensi berarti hal yang paling memuaskan pelanggan. Kualitas biasanya dianggap sebagai ukuran relatif dari kualitas suatu produk atau layanan, termasuk kualitas desain dan konsistensi.

Berdasarkan uraian di atas, kita dapat melihat kondisi empati (emphaty) pada pelayanan administrasi akademik yang diterima mahasiswa. Berikut adalah pendapat yang dikemukakan informan tentang empati (emphaty). Informan-1 mengatakan bahwa:

“Petugas memiliki kemampuan yang telah sesuai dengan standar yang diharapkan, mereka juga memberikan pelayanan yang baik dan memiliki kesabaran dalam menanggapi keluhan mahasiswa serta dapat memberikan penjelasan dan solusi terhadap masalahnya. Petugas juga sopan dalam menanggapi keluhan mahasiswa. Perlu ditingkatkan lagi kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan”. (wawancara 13Agustus 24)

Informan di atas mengatakan bahwa petugas mampu menyelesaikan keluhan mahasiswa dan mampu memberikan solusi sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Petugas juga bersikap sopan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Pendapat informan di atas, dikuatkan oleh pendapat Informan-2, dimana informan ini mengatakan bahwa:

“Petugas cukup memahami masalah yang dihadapi mahasiswa, petugas juga cukup sabar dan ramah dalam menanggapi keluhan tersebut. Petugas juga memahami permasalahan yang dihadapi mahasiswa, dan mampu memberikan tentang prosedur administrasi yang harus dilalui oleh mahasiswa”. (wawancara 13Agustus 24)

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Informan-3, dimana informan tersebut mengatakan bahwa kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan dan memberikan solusi terhadap keluhan mahasiswa sudah baik. Pendapatnya informan-3 mengatakan sebagai berikut:

“Petugas mampu memahami keluhan dari mahasiswa, sehingga dapat menanganinya dengan cepat. Setiap keluhan tersebut. Dalam melakukan pelayanan, petugas juga cukup sabar dan cepat dalam memberikan solusinya, hal ini didukung dengan kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan terhadap prosedur yang harus dilalui mahasiswa. Dalam memberikan pelayanan, petugas sopan dan ramah dan petugas juga memiliki kemampuan dalam memahami dan mengatasi keluhan tersebut”. (wawancara 13Agustus 24)

Dengan pendapat yang dikemukakan oleh informan-informan tersebut di atas, maka dapat dinilai bahwa petugas mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa. Petugas juga memiliki kemampuan dalam memahami keluhan mahasiswa dan petugas juga mampu memberikan solusi sesuai dengan keluhan tersebut. Petugas juga memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada mahasiswa, sehingga mahasiswa menerima pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka.

Selanjutnya kita lihat pendapat lain yang disampaikan oleh Informan-4, dimana pendapatnya adalah sebagai berikut:

“Kemampuan petugas dalam memahami keluhan mahasiswa cukup memadai, dan petugas juga memiliki kesabaran dalam memberikan pelayanan dan menjelaskan prosedur administrasi kepada mahasiswa. Kemampuan petugas dalam memahami setiap permasalahan yang dihadapi mahasiswa cukup baik, dimana petugas sangat ramah dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa”. (wawancara 13Agustus 24)

Informan di atas juga mendukung pernyataan yang dikemukakan oleh informan sebelumnya, dimana informan ini juga merasakan apa yang dirasakan oleh informan sebelumnya. Artinya, pelayanan yang diberikan petugas sudah sesuai dengan harapan mereka dan petugas juga memiliki kemampuan untuk memberikan

penjelasan setiap keluhan mahasiswa.

Pernyataan informan berikut juga mendukung pernyataan informan di atas, dimana pendapat yang dikemukakan oleh informan-5 tersebut sebagai berikut:

“Pengelola Sistem Informasi Akademik (SIA) memiliki kemampuan dalam memahami setiap masalah yang dihadapi mahasiswa, mereka cukup sabar dalam menangani dan menghadapi setiap keluhan mahasiswa dan mampu menjelaskan setiap keluhan tersebut dengan penjelasan prosedur administrasi sistem informasi akademik kepada mahasiswa. Petugas juga melayani dengan keramah tamahan, sehingga membuat mahasiswa cukup puas”. (wawancara 13 Agustus 24)

Pernyataan informan-informan tersebut di atas juga tidak jauh berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan-5, dimana informan-5 ini juga tidak mengalami kendala dalam berurusan dengan pengelola. Pendapat informan di atas tersebut juga didukung oleh pernyataan Informan-6, dimana pernyataannya adalah sebagai berikut:

“Kemampuan petugas memahami keluhan mahasiswa cukup baik, diharapkan petugas lebih sabar dalam menghadapi keluhan mahasiswa. Keramah tamahan dan kemampuan petugas dalam menghadapi permasalahan mahasiswa agar dapat ditingkatkan lagi, sehingga lebih baik kedepannya”. (wawancara 13 Agustus 24)

Informan-6 ini mengatakan bahwa kesabaran petugas dalam menghadapi keluhan mahasiswa agar dapat ditingkatkan lagi. Informan ini mendapatkan petugas yang kurang sabar menghadapi keluhan mahasiswa, hal ini dapat disebabkan frekuensi keluhan mahasiswa cukup tinggi dan petugas yang melayani keluhan ini jumlahnya terbatas. Keterbatasan jumlah petugas ini disebabkan oleh resiko dan tanggungjawab terhadap sistem informasi akademik cukup tinggi, makanya petugas yang memegang kendalinya juga terbatas. Informan berikut mengatakan hal yang sedikit berbeda dengan pendapat informan-6 di atas, dimana pendapat Informan-7 sebagai berikut:

“Petugas mempunyai kemampuan dalam memahami keluhan mahasiswa, dan petugas mempunyai kesabaran yang cukup dalam menghadapi keluhan tersebut serta cukup bertanggungjawab terhadap tugas yang diembannya. Petugas juga memberikan pelayanan yang cukup ramah kepada mahasiswa dan mampu memahami setiap keluhan mahasiswa, tetapi hal ini perlu ditingkatkan lagi kedepannya agar terciptanya pelayanan yang sesuai harapan pengguna”. (wawancara 14 Agustus 24)

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh informan-informan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan petugas dalam memahami dan mengatasi setiap keluhan mahasiswa sudah baik. Petugas juga mampu dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa. Artinya kemampuan petugas dalam memahami dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa sudah baik dan sesuai dengan harapan mahasiswa, tetapi perlu ditingkatkan lagi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh adalah kemampuan petugas dalam memahami setiap keluhan mahasiswa. Tanggapan terhadap empati menunjukkan bahwa petugas mampu memahami setiap keluhan mahasiswa dan juga mampu memberikan solusinya, tetapi petugas juga harus meningkatkan kesabaran mereka dalam memberikan pelayanan. Empati yang didasarkan dengan memahami masalah para mahasiswa dan membuat mereka merasa dicintai. Misalnya, menyediakan dan memfasilitasi mahasiswa dengan media

yang dibutuhkan mahasiswa untuk kegiatan administrasi akademik. Karena layanan empati yang diberikan oleh petugas juga penting bagi mahasiswa, karena mereka telah memiliki layanan online. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Choi dan Yang, 2011) yang menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Nurhikmah, dkk., (2023) mengatakan bahwa empati memberikan kontribusi penting bagi manajemen layanan untuk mengembangkan strategi yang bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan. Begitu juga dengan hasil penelitian Setianto, Ganang dan Sri (2017), mengatakan bahwa semakin baik dan tinggi bukti fisik dan empati maka semakin meningkat kepuasan konsumen yang dapat berdampak pada brand loyalitas konsumen. Artinya, empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan menunjukkan bahwa probabilitas kepuasan pelanggan yang dipersepsikan cukup baik

Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memahami dan merespon kebutuhan dan keinginan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimensi empati meliputi sikap peduli, minat yang tulus dan kemampuan karyawan untuk menempatkan diri pada posisi pelanggan. Ketika pelanggan merasa nyaman, mereka merasa dihargai dan diperhatikan, yang membuat mereka puas.

Kepuasan pelanggan didasarkan pada persepsi harapan dan kualitas layanan pendidikan tinggi. Jika kebutuhan pelanggan lebih tinggi daripada kualitas layanan yang diterima, pelanggan tidak akan puas (Kasnaini dan Sukri, 2018). Jika harapan mereka sama atau lebih rendah dari kualitas layanan yang mereka terima, pasien tidak akan puas. Kualitas layanan adalah ukuran tingkat layanan atau penyampaian yang memenuhi harapan pelanggan (Supriyanto dan Soesanto, 2012). Empati benar-benar mempertimbangkan kebutuhan pelanggan dengan mencoba memahami kebutuhan mereka.

Kepentingan peneliti adalah pendapat informan atau evaluasi klien terhadap kualitas kerja melalui perlakuan, komunikasi yang efektif, perhatian yang sabar dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan oleh staf pelayanan Kampus Universitas Andalas Payakumbuh. Perlu adanya memiliki empati dan memahami kebutuhan pelanggan, sehingga dibutuhkan cara untuk mengembangkan pemahaman di antara staf perguruan tinggi tersebut.

Kepuasan mahasiswa tergantung pada persepsi harapan dan kualitas layanan yang mereka terima. Jika kebutuhan pelanggan lebih tinggi dari kualitas layanan yang diterima, pelanggan tidak akan puas (Kasnaini, Sukri Paluturi, 2018). Kualitas pelayanan adalah ukuran tingkat layanan atau penyampaian yang memenuhi harapan pelanggan (Supriyanto dan Soesanto, 2012). Empati benar-benar peduli dengan mahasiswa dengan mencoba memahami kebutuhan mereka.

Menurut Goleman (2005), empati adalah kesadaran akan perasaan, kebutuhan, dan kepentingan orang lain. Melihat hasil wawancara di atas, petugas yang melayani mahasiswa sudah mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa sebagai pengguna layanan. Mercer dan Reynolds (2002) menjelaskan bahwa kepedulian seseorang dapat diekspresikan melalui perilaku. Perilaku tersebut merupakan respon komunikatif yang menunjukkan pemahaman dari sudut pandang lain. Artinya, panjang pendeknya pemahaman yang dimiliki petugas atau staf dalam memberikan pelayanan publik dapat didasarkan pada jawaban.

Daniel Goleman (1997) mengatakan bahwa ada beberapa cara untuk meningkatkan empati yaitu:

1. Understanding others yaitu cepat tanggap terhadap emosi orang lain (respek) dan memiliki kemampuan untuk berpikir dan membaca pikiran orang lain.
2. Service orientation yaitu menyediakan layanan yang dibutuhkan orang lain, yang berarti mampu menangani masalah yang sedang berlangsung.
3. Developing others yaitu memberikan saran yang positif atau masuk akal berarti mampu menawarkan solusi.
4. Leveraging diversity yaitu mengambil manfaat dari keragaman yang bukan konflik dan memanfaatkan isu-isu yang muncul

Pelanggan, seperti halnya penyedia layanan, mempengaruhi kualitas layanan. Sumber Daya Manusia (SDM) di sebuah perguruan tinggi harus dapat memahami bagaimana cara terbaik untuk melayani mahasiswa sebagai pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap layanan manajemen pendidikan berkaitan dengan kepuasan terhadap lingkungan layanan dan fasilitas yang tersedia (Susi, 2017). Artinya, semakin baik manajemen pendidikan yang diberikan oleh perguruan tinggi, maka pelanggan yang menjadi penerima layanan akan semakin puas, meskipun pelanggan yang diberikan merupakan nilai umum layanan yang diterima (Nurhasma et al., 2021). Mengukur kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mengukur kinerja suatu sekolah dalam memberikan pelayanan pendidikan kepada siswa. Pemeliharaan layanan yang diberikan kepada pelanggan harus dilakukan secara terus menerus (Andriani dan Sunarto, 2009).

Dengan demikian, perguruan tinggi harus mengintegrasikan pendekatan pembangunan konsensus ke dalam semua layanan, mulai dari interaksi langsung dengan pelanggan hingga kebijakan dan prosedur yang berlaku. Untuk itu, Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai ujung tombak dalam melakukan pelayanan perlu ditingkatkan kualitasnya. Meningkatkan kualitas SDM perlu adanya pelatihan, dimana petugas belum pernah mendapatkan pelatihan mengenai pelayanan. Melatih karyawan untuk menumbuhkan rasa saling pengertian dan menciptakan budaya organisasi yang bermanfaat bagi semua orang merupakan langkah penting dalam mencapai tujuan ini. Pelatihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemahaman petugas secara utuh terhadap kebutuhan mahasiswa, sehingga mereka mampu menerjemahkan masukan menjadi tindakan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan persepsi layanan yang diterima mahasiswa, perguruan tinggi tidak hanya menyenangkan mahasiswa sebagai pelanggan, tetapi juga mengelola dan membangun hubungan baik antar karyawan.

Mengelola hubungan baik, sehingga dapat mengetahui karakteristik dan kebutuhan pelanggan dalam hal ini mahasiswa. Adanya hubungan yang baik, pengelola dengan mudah mendapat informasi tentang harapan dan keinginan mahasiswa. Dengan banyaknya informasi, pengelola dapat memetakan bagaimana pola komunikasi, karakteristik dan pelanggan sendiri akan lebih terbuka dalam menyampaikan keluhan dan saran sehingga pengelola akan dapat mengidentifikasi kebutuhan mereka.

#### Faktor Pendukung

Salah satu faktor yang mengarah pada empati adalah kerja sama. Rekan kerja adalah pola interaksi antara seorang karyawan dengan orang lain di tempat kerja. Menurut pengamatan peneliti, hubungan antara kampus Universitas Andaras

Payakumbuh sangat baik. Interaksi antar karyawan dilandasi dengan sikap saling menghargai. Bahkan pada saat jam-jam sibuk, antar prodi selalu bersama. Penelitian ini juga menyoroti bahwa dampak dari pemahaman empati adalah kemampuan untuk mengekspresikan diri dalam peran seseorang atau orang lain karena adanya 2 (dua) orang atau lebih di kedua sisi interaksi. Setiap orang memiliki hubungan dan relasi (Rogers, 2003).

Aspek penting lainnya, yaitu kemampuan untuk mendorong seseorang mengembangkan pemahaman, adalah tanggung jawab atas perannya sebagai petugas pelayanan di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh. Harmon dan Mayer (2014) menyatakan bahwa mengambil tanggung jawab pribadi berarti menerima bahwa tindakan seseorang mempengaruhi kepentingan mahasiswa. Oleh karena itu, masuk akal jika para petugas didorong untuk memahami ekspektasi mahasiswa karena mereka berpikir bahwa peran dan tanggung jawab mereka sebagai abdi negara sedang berjalan. Meskipun ada tekanan di hati para pegawai, tidak dapat dipungkiri bahwa pegawai layanan perlu memahami kebutuhan dan layanan yang dibutuhkan mahasiswa, baik mereka menginginkannya atau tidak, suka atau tidak suka. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa para petugas ini tidak merasa terbebani dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka sebagai petugas pelayanan publik.

Goleman (2003) menyatakan bahwa faktor utama yang dapat memotivasi seseorang untuk melatih kesabaran adalah kesadaran diri, yaitu pengenalan simbol-simbol emosional pada tubuh individu. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman hanya dapat dikembangkan jika seseorang terlebih dahulu memahami dirinya sendiri (Boyatzis et al., 2000). Selain itu, Brammer dan McDonald (2003) menyatakan bahwa kesadaran diri dapat membantu orang untuk mencoba mengakomodasi penggunaan informasi secara internal oleh orang lain tanpa merasa frustrasi. Empati lebih terlihat jelas ketika orang terlibat dalam kegiatan seperti "merasa bersama orang lain" daripada "merasa untuk orang lain". Oleh karena itu, jika seseorang memiliki keinginan untuk bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan, mereka akan bersabar.

### Faktor Penghambat

Terdapat banyak alasan mengapa emosi seseorang dapat terpengaruh. Salah satunya adalah karena karyawan tidak belajar sopan santun, terutama empati. Karyawan layanan umum tidak pernah menerima pelatihan di bidang apa pun. Sebagai contoh, kurangnya pelatihan mengenai kualitas pelayanan mengakibatkan staf tidak memahami kebutuhan mahasiswa, sehingga tidak mampu menerjemahkan masukan menjadi tindakan. Salah satu petugas yang diwawancarai oleh peneliti telah bertugas sudah lama dan belum pernah menerima pelatihan apapun. Demikian juga, pegawai lainnya hanya menerima sedikit atau bahkan tidak menerima pelatihan sama sekali.

Hambatan kedua untuk meningkatkan kesadaran adalah lingkungan fisik. Lingkungan kerja di Pusat Pelayanan Publik tentu saja dapat dikenali. Namun, dibandingkan dengan lingkungan kerja fisik pada profesi lain, kesempatan kerja di sektor pelayanan sosial masih cukup sedikit. Apalagi ketika pelayanan sedang sibuk dan cuaca sedang panas. Hal ini menyulitkan untuk memotivasi karyawan. Rasa empati yang seharusnya ada kini berubah menjadi emosi meskipun emosi tersebut tidak diekspresikan dan menyebabkan pegawai secara tidak sengaja meredam emosinya. Menurut (Goleman, 2007), salah satu faktor yang mempengaruhi hasil

pemahaman adalah situasi dan lokasi. Kondisi dan tempat tertentu dapat mempengaruhi emosi seseorang. Pada beberapa situasi, seseorang lebih mudah memahami dibandingkan situasi lainnya.

## SIMPULAN

Di Universitas Andalas Kampus Payakumbuh, empati merupakan hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika penyedia layanan dapat mengerti dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, hubungan akan terbangun dan pelanggan akan memiliki pengalaman yang positif.

Penelitian ini membuktikan bahwa ada korelasi positif antara tingkat empati yang tinggi dari penyedia layanan dan peningkatan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa dimengerti oleh penyedia layanan, mereka cenderung menghargai kualitas layanan dan pengalaman secara keseluruhan.

Dalam meningkatkan tingkat pemahaman yang dilihat oleh penyedia layanan, faktor-faktor yang mendukung perilaku seperti pelatihan staf, pengembangan interpersonal, dan budaya organisasi memainkan peran penting. Dengan memperkenalkan kecerdasan emosional, karyawan dapat lebih memahami pentingnya merespons emosi pelanggan. Mengembangkan keterampilan interpersonal juga membantu karyawan berkomunikasi secara efektif dan membangun hubungan dengan pelanggan. Selain itu, budaya organisasi yang mendorong pemahaman akan menciptakan lingkungan kerja yang mendorong layanan yang berempati kepada pelanggan.

## Referensi:

- Ali, F., Dey, B. L & Filieri, R. (2015). an Assessment of Service Quality and Resulting Customer Satisfaction in Pakistan International Airlines: Findings from Foreigners and Overseas Pakistani Customers. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 32 (5): 486-502
- Asih, G. Y., & Pratiwi, M. M. S. (2012). Perilaku prososial ditinjau dari empati dan kematangan emosi, *Jurnal Psikologi: PITUTUR*, 1(1), 33-4.
- Asih, G. Y., & Pratiwi, M. M. S. (2010). Perilaku Prososial Ditinjau Dari Empati Dan Kematangan Emosi. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, I (1), 33-42.
- Asri Budiningsih, Belajar dan Pembelajaran. Yogyakarta: Rineka Cipta. 2004.
- Assauri, S. (2003) Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction, *Dalam Usahawan*, No. 01, XXXII, Januari, hal.25- 30. Jakarta.
- Arfamaini, R, (2016). Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Menggunakan Global Reporting Initiative (GRI). *E-Journal Manajemen Kinerja*. 2(2).
- Andriani, S., & Sunarto. (2009). Hubungan kualitas pelayanan kesehatan dengan kepuasan pasien rawat inap di badan pelayanan kesehatan rumah sakit umum daerah kabupaten magelang. *Jurnal Kesehatan*, 2(1), 71-79.
- Adiawati, S. (2017). Kontrak Psikologis dan Kepuasan Kerja Karyawan. *E-journal Institut Bisnis Nusantara*. 20(3).
- Bergin, S. (1997). Communication is the Key to Customer Success. *Transportation & Distribution (March)*, p. 82-84
- Boyatzis, R., Goleman, D & Rhee, K. (2000). Clustering Competence In Emotional Intelligence: Insights From The Emotional Competence Inventory (ECI). In R.

- Bar-On and J.D.A. Parker (Eds.), *Handbook of emotional intelligence*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Boyatzis, R. E & Ron, S. (2001). *Unleashing the Power of Self Directed Learning*, Case Western Reserve University. USA: Cleveland, Ohio
- Brammer, L. M., MacDonald, G. (2003). *The helping relationship. Process and skills*. USA: Pearson Education, Inc
- Cassels, T. (2010). *The Role of Culture in Affective Emphaty: Cultural and Bicultural Differences*. *Management Research News*. 10: 306-329.
- Choi, et al. (2011). *Molecular Immunology*. [www.elsevier.com/locate/molimm](http://www.elsevier.com/locate/molimm) . 48: 2207-2213.
- Everret M. Rogers. (2003). *Diffusion of Innovation*. 5th edition. New York: Free Press
- Fatona, S. (2010). *Kualitas Jasa yang Mempengaruhi Loyalitas dan Relevansi terhadap Kepuasan*. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa*. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 1 (1): 41-46
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2010). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. Perpustakaan Telkom University
- Goleman, D. (2007). *Kecerdasan Emosional*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, D. (2002). *Emotional Intelligence (Terjemahan)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, D. (2000). *Working With Emotional Intellegent*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, D. (2005). *Emotional Intelligence*, alih bahasa T.Hermaya, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Goleman, D. (1997). *Emotional Intelligence (Kecerdasan Emosional); Mengapa EI Lebih Penting daripada IQ*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Harmon, Michael M., & Richard T. M. (2014). *Teori Organisasi Untuk Administrasi Publik*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Huberman, M. B. M. dan A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta :UI PRESS.
- Julita (2011). *Menuju Kepuasan Pelanggan melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 1 (1): 7-18.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Edisi Pertama*, Jakarta:Penerbit Salemba Empat.
- Kasnaini, Sukri P, & Reza A A (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Umum Instalasi Rawat Inap RSUD La Temmala Soppeng*. *Jurnal Mitrasehat*.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Nafanu, S., & Afoan, F. (2021). *Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Singkong Pada Ikm Di Kabupaten Timor Tengah Utara*. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 483-503.
- Mustofa, A., Wardani, E. M., Sobandi, K. R., Amri, U., Hidayat, H., & Habibie, M. *Daftar isi*.Atmawati, R., & Wahyuddin, M. (2004). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall*.
- Mercer, S.W. dan Reynolds, W.J. (2002). *Empathy and Quality of Care*. *British Journal of General Practice*. Vol.52 (9-13)

- Nurhasma, N., Rijal, A. S., & Azis, R. (2021). Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rsup Dr Tadjuddin Chalid Makassar. *J-KESMAS: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 7(2), 90
- Nirwana (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, Penerbit Dioma, Malang
- Nugraha, D., Apriliya, S., & Veronicha, R.K. (2017). Kemampuan empati anak usia dini. *Jurnal Paud Agapedia*.
- Nurhikmah H, Abdul Saman, Pattaufi, S., & Mawarni, S. (2023). Blended Learning and Computers Self-efficacy Towards Students Learning Outcomes. *Proceedings of the Unima International Conference on Social Sciences and Humanities (UNICSSH 2022)*
- Parasuraman, R., Warm, J. S., & See, J. E. (1998). *Brain systems of vigilance*.
- Pearson, M. C. L. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P Keller, K L. (2008). *Marketing Management*, Thirteenth edition. Erlangga.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Saryono (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung.
- Setianto, G., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Bukti Fisik Dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(4), 367-376.
- Supriyanto, Y dan Harry S. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Kariadi Semarang.
- Tjiptono, F. (2007). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triastity, R & Triyaningsih, T. (2013). Pengaruh Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance and Emphaty terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 13 (2): 151- 157
- Tjiptono, F. & Gregorius Ch. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: C.V ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, H. Y. (2014). Pengaruh Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness and Assurance terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja pada Toko Tita di Libuk Buaya Kota Padang. *Journal*
- Zikmund, William G. et.al. (2003). *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons.