



E-SERVQUAL SISTEM REGISTRASI ONLINE UNIVERSITAS TERBUKA (STUDI PADA UPBJJ-UT KUPANG)

Noveni M. Malle, S.Sos, M.A

FISIP – Universitas Terbuka

noveni@ut.ac.id

Abstract

The success of the quality of service for students, in facts, cannot be separated from efforts to improve the services provided to the various aspects of the UT operational service sand the development of innovation. One of the efforts to improve the service is to provide alternative ways for non-basic education and post-graduate students to register online. The purpose of this study was to analyze the quality of online registration services provided for UT student sascustomers, especially in the area of UPBJJ-UT Kupang and identify the dimensions of service quality of online registration that considered the most powerful. This research is a descriptive study and using quantitative approach to data collection techniques through the distribution of questionnaires to UT students as respondents. Dimensions of quality that are used to measure service qualityin UPBJJ-UT Kupang is the following dimensions: efficiency, reliability, ease of navigation, responsiveness, and contact. The results of this study indicate that UT students in Kupang have agood perception for the quality of the online registration provided by UPBJJ-UT Kupang. While the most powerful dimension of online registration at UPBJJ-UT Kupang is contact dimension.

Key Words : *Efficiency, reliability, ease of navigation, responsiveness, and contact*

PENDAHULUAN

Perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat disertai tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam berbagai bidang, mempunyai dampak yang besar bagi setiap organisasi, baik publik maupun bisnis. Organisasi dituntut beradaptasi dengan lingkungan yang semakin tidak menentu. Untuk mencapai kesuksesan dan bertahan pada era persaingan saat ini, perlunya adanya peningkatan kualitas layanan di berbagai aspek, baik produk barang maupun jasa dengan dengan senantiasa melakukan inovasi. Apalagi dengan akan diterapkannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada akhir tahun ini, akan semakin banyak arus barang dan jasa yang masuk ke Indonesia. Tentunya selain menjadi peluang bagi para pelaku ekonomi, akan menjadi tantangan apabila tidak siap menghadapi perubahan ini. Organisasi yang tidak siap menghadapi perubahan, mungkin saja hanya sebagai penonton, terhempas dan pada akhirnya tidak bisa berkelanjutan.

Dunia pendidikan pun tidak terlepas dari tingkat persaingan. Sebagai organisasi nirlaba, perguruan tinggi dituntut agar dapat memberikan layanan jasa pendidikan yang berkualitas bagi

mahasiswa sehingga bisa mendapat pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Kualitas merupakan tuntutan semua pemangku kepentingan pendidikan, terlepas dari jenis, jenjang, jalur, dan metode pendidikan yang diterapkan (Universitas Terbuka, 2010, p. 13). Oleh karena itu pentingnya perbaikan sistem kualitas pada perguruan tinggi secara berkelanjutan harus berorientasi pelanggan, dengan fokus untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mekanisme yang ada. Ini merupakan strategi lembaga agar bisa bersaing dengan para kompetitornya (Sallis, 2010).

Universitas Terbuka sebagai Perguruan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ) menerapkan sistem belajar terbuka dan jarak jauh. Sebagai PTJJ, ada beberapa komponen yang tidak semuanya terdapat dalam sistem belajar tatap muka. Komponen tersebut adalah bahan ajar, registrasi, distribusi bahan ajar, proses belajar, dan evaluasi. Dengan keberagaman kondisi mahasiswa yang tersebar dan mempunyai latar belakang yang heterogen, tentunya membutuhkan upaya yang keras dari UT agar dapat meningkatkan kualitas layanannya untuk lima komponen tersebut. Kualitas layanan pada dunia pendidikan jarak jauh yang senantiasa berhubungan dengan lingkungan *online* menjadi sesuatu yang penting dalam penentuan kesuksesan atau kegagalan dari layanan PTJJ

MEA membuka peluang bagi UT yang menerapkan sistem belajar jarak jauh untuk bisa bersaing secara global dengan PTJJ lainnya. Peningkatan kualitas layanan dipersiapkan UT bukan hanya karena akan menghadapi MEA, tetapi sudah berbagai upaya dilakukan UT untuk meningkatkan kualitas layanannya dengan harapan dapat menjangkau ketersebaran mahasiswa di berbagai daerah. Salah satunya dengan menerapkan sistem registrasi secara *online*, walaupun mahasiswa tetap bisa melakukan kegiatan registrasi dengan mengirimkan formulir registrasi secara manual maupun email ke Unit Program Belajar Jarak Jauh – UT (UPBJJ-UT) sebagai unit operasional di lapangan. Dengan fasilitas layanan *online* ini, diharapkan mahasiswa tidak perlu harus menghubungi pihak UPBJJ-UT untuk melakukan registrasi lalu pihak UPBJJ harus mengirimkan lagi hasil cetak registrasi ke mahasiswa. Registrasi *online* yang terhubung dengan internet sebagai jejaring dari komputer-komputer yang terletak di tempat terpisah, memudahkan mahasiswa melakukan registrasi *online* dan komunikasi global dengan harga murah (Suwarman et.al, 2011). Meskipun penerapan registrasi *online* ini sudah dilaksanakan, tapi pelayanan ini baru ditujukan untuk mahasiswa non pendidikan dasar baik untuk strata satu maupun mahasiswa pasca sarjana. Untuk mahasiswa pasca sarjana, layanan registrasi *online* ini sudah wajib dilaksanakan mulai tahun 2013 dengan harapan kondisi mahasiswa yang berada di mana saja dan calon mahasiswa, dapat melakukan kegiatan registrasi *online* berdasarkan pada kalender akademik yang sudah ditentukan UT.

Registrasi *online* ini memberikan kemudahan dan peluang bagi UT untuk lebih menjangkau layanan secara lebih luas, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah mahasiswa yang mendaftar maupun melakukan registrasi mata kuliah di mana saja dan kapan saja.

Connellan dan Zemke (1993) menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan dan berkelanjutan apabila dapat menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan jasa yang diberikan pada pelanggan. Parasuraman et.al (2005) menyatakan definisi kualitas layanan

online (e-service quality) dalam interaksinya dengan *website* adalah “*the extent to which a website facilitates efficient and effective shopping, purchasing and delivery*”. Penjelasan definisi ini diartikan sebagai suatu tingkat sebuah *website* secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan jasa. Penilaian kualitas *website* tidak hanya saat pengalaman selama melakukan interaksi dengan *website* tetapi juga interaksi setelah mendapatkan layanan.

UPBJJ-UT Kupang merupakan salah satu UPBJJ yang berada di propinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Jangkauan layanan yang diberikan oleh UPBJJ-UT Kupang adalah mahasiswa yang berada di wilayah NTT baik itu program Non Pendidikan Dasar S1, Pasca Sarjana maupun program Pendidikan Dasar. Dengan keadaan geografis NTT yang berkepulauan, merupakan tantangan sekaligus peluang bagi UT sebagai PTJJ untuk lebih meningkatkan partisipasi bagi masyarakat yang karena keterbatasan waktu dan biaya tidak bisa meninggalkan tempat kerja dan keluarga untuk melanjutkan studi ke jenjang S1 maupun magister. Dan salah satu upaya peningkatan jumlah mahasiswa dan kualitas layanan yang dilakukan UT adalah dengan memberikan layanan *online* untuk memudahkan mahasiswa melakukan registrasi. Sebagai unit operasional yang jangkauan layanan mahasiswanya paling banyak dibanding dengan daerah UPBJJ-UT yang berada di wilayah berkeperluan lainnya, layanan registrasi *online* diharapkan dapat menjawab salah satu tantangan UT dalam memberikan dan meningkatkan layanan *online* sampai ke daerah pelosok di NTT.

Artikel ini bertujuan untuk membahas kualitas layanan registrasi *online* UT dilihat dari sisi mahasiswa UT sebagai pelanggan.

PEMBAHASAN

Upaya UT dengan layanan registrasi *online* tentunya tidak dengan tanpa kendala. Hal-hal yang menjadi permasalahan dalam proses layanan jasa UT yang menjadi keluhan mahasiswa pada UPBJJ-UT Kupang berkaitan dengan layanan registrasi *online* yaitu, pengembangan aplikasi yang baru diluncurkan tapi wajib dilakukan oleh mahasiswa pascasarjana dan alternatif pilihan registrasi bagi mahasiswa non pendas masih belum terlalu dipahami cara penggunaannya oleh mahasiswa karena kesulitan dalam mengakses disertai infrastruktur informasi teknologi di daerah menjadi salah satu kendala mahasiswa. Selain itu, penyampaian informasi mengenai fasilitas registrasi *online* yang belum bisa secara menyeluruh diketahui oleh mahasiswa karena kondisi NTT yang sebagai daerah berkepulauan menjadi kendala yang dihadapi oleh UPBJJ-UT Kupang. Tentunya hal ini bukan merupakan alasan bagi pihak UPBJJ-UT Kupang untuk tidak melaksanakan sosialisasi informasi bagi mahasiswa dan masyarakat sebagai perpanjangan tangan dari UT. Karena jika ingin mempunyai daya saing dengan PTJJ lainnya di ASEAN, maka perlu adanya tindakan untuk memeta kekuatan, menangkap peluang, meminimalkan tantangan serta ancaman.

Pada prinsipnya penyampaian model kualitas layanan secara elektronik (*e-SQ* atau *e-ServQual*) melakukan adaptasi dan perluasan model tradisional *ServQual* (Zeithaml, et.al, 2002).

Dalam modele-*ServQual* terdapat 4 macam gap, yaitu *information gap*, *design gap*, *communication gap*, dan *fulfillment gap*.

Rerangka konseptual *e-ServQual* mengintegrasikan dua aspek utama : (1) penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan secara elektronik dan konsekuensinya; dan (2) kelemahan organisasi yang bisa berkontribusi pada penilaian jelek terhadap kualitas layanan secara elektronik.

Information gap mencerminkan kesenjangan antara tuntutan kebutuhan pelanggan berkenaan dengan sebuah website dan keyakinan pihak manajemen atau pengelola website mengenai tuntutan kebutuhan tersebut.

Design gap bisa terjadi apabila perusahaan gagal memanfaatkan secara optimal semua pengetahuan menyangkut figur-figur yang diharapkan pelanggan ke dalam struktur dan fungsi website perusahaan yang bersangkutan.

Communication gap mencerminkan kurangnya pemahaman akurat para staf pemasaran terhadap fitur, kapabilitas, dan keterbatasan websitenya. Komunikasi efektif antara staf pemasaran dan staf operasi mutlak dibutuhkan dalam rangka memastikan bahwa janji-janji kepada pelanggan tidak melebihi apa yang dilakukan atau diwujudkan.

Fulfillment gap mencerminkan kesenjangan keseluruhan antara tuntutan kebutuhan dan pengalaman pelanggan. Gap ini memiliki dua bentuk yang berbeda. Pertama, *fulfillment gap* diakibatkan janji pemasaran yang berlebihan yang tidak mencerminkan secara akurat realitas desain dan operasi website. Kedua, frustrasi pelanggan yang disebabkan kelemahan dalam desain dan operasi website, misalnya pelanggan tidak bisa merampungkan transaksi secara elektronik. Ini dikarenakan dampak dari *information gap* dan *design gap* (Tjiptono, 2011, p. 216-219).

Zeithaml et.al (2002) mengidentifikasi tujuh dimensi dalam *e-servqual* yaitu *efficiency*, *reliability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Menurut Zeithaml et.al (2002) ; Zeithaml, Bitner, Gremler (2006), ketujuh dimensi tersebut didefinisikan sebagai berikut:

1. *Efficiency* adalah kemampuan dan kemudahan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan apa yang ingin dilakukannya, dan meninggalkan situs yang bersangkutan dengan upaya minimal.
2. *Reliability* berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs yang bersangkutan khususnya sejauhmana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya. Selain itu jika dikaitkan dengan layanan secara tradisional, maka *reliability* juga berkaitan dengan keinginan karyawan dan manajemen untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.
3. *Fulfillment*, mencakup akurasi janji layanan.
4. *Privacy*, menyangkut jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi pelanggan terjamin keamanannya.

5. *Responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani permasalahan yang dihadapi, dan menyediakan garansi *online*.
6. *Compensation* meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk
7. *Contact* mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon dan bukan berkomunikasi dengan mesin.

Parasuraman et.al (2005, p 6) mengidentifikasi 11 dimensi kualitas layanan *online*, yaitu:

1. Keandalan (*reliability*): mengoreksi fungsi teknis dari situs dan ke akuratan dari layanan yang di janjikan (memiliki persediaan item, penyerahan terhadap apa yang di pesan, penyerahan seperti yang di janjikan), tagihan dan informasi produk.
2. Ketanggapan (*responsiveness*): respons yang cepat dan kemampuan untuk membantu jika terdapat masalah atau pertanyaan.
3. Akses (*access*): kemampuan untuk menemukan situs secara cepat dan untuk mendapatkan lokasi perusahaan ketika dibutuhkan.
4. Fleksibilitas (*flexibility*): pilihan dalam cara membayar, mengirimkan, membeli, mencari, dan mengembalikan item.
5. Kemudahan navigasi (*ease of navigation*): situs mengandung fungsi yang dapat membantu pelanggan dalam menemukan apa yang dibutuhkan tanpa mengalami kesulitan, yaitu fungsi pencarian yang baik dan mengizinkan pelanggan untuk melakukan manuver secara mudah dan cepat berbalik dan maju melalui halaman-halaman situs.
6. Efisiensi (*efficiency*): Situs mudah digunakan, terstruktur baik dan berisi informasi minimum yang dibutuhkan pelanggan sebagai masukan.
7. Jaminan atau kepercayaan (*responsiveness/trust*): keyakinan dari pelanggan melakukan persetujuan dengan situs dan berdasarkan reputasi dari situs tersebut dan terhadap produk atau jasa yang di jual haruslah jelas dimana informasi yang di presentasikan adalah benar.
8. Keamanan atau privasi (*security/privacy*): tingkat dimana pelanggan percaya bahwa situs tersebut aman dari gangguan dan perlindungan terhadap informasi pribadi.
9. Pengetahuan harga (*price knowledge*): tingkat dimana pelanggan dapat menentukan harga pengiriman, harga total dan harga komparatif selama proses berbelanja.
10. Estetika situs (*site aesthetics*): tampilan dari situs.
11. Kustomisasi atau Personalisasi (*Customization/personalization*): seberapa besar dan dan sebagaimana mudahnya situs dapat dikhususkan secara individual prioritas pelanggan, sejarah dan cara dalam berbelanja.

Dari sejumlah dimensi *e-SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Zeithaml et. al (2002) diperbaharui pada penelitian selanjutnya oleh Parasuraman et.al (2005).

Menurut Zeithaml et.al. (2002), ada beberapa kriteria yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas layanan *online* dan *website*, yaitu:

1. Ketersediaan informasi dan isi (*information availability and content*). Ketersediaan dan kedalaman informasi yang disampaikan sering ditemukan menjadi sangat penting sebagai alasan dalam berbelanja *online*.
2. Mudah digunakan (*ease of use*). Transaksi yang dilakukan melalui *internet-based* adalah terlihat kompleks dan sangat mengintimidasi banyak pelanggan dalam menggunakannya. Sangat rasional jika kemudahan dalam menggunakan *website* merupakan faktor yang menentukan terhadap kualitas layanan *online* yang dirasakan. Kemudahan dalam menggunakan *website* sering diartikan sebagai kegunaan (*usability*) dalam konteks *online*. Fungsi pencarian, kecepatan *download*, keseluruhan desain, dan pengorganisasian merupakan elemen kunci yang mempengaruhi *usability*.
3. Keamanan atau privasi (*security/privacy*). Keamanan atau privasi merupakan kunci kriteria dalam mengevaluasi kualitas layanan *online*. Privasi melibatkan perlindungan terhadap informasi personal artinya informasi pribadi pelanggan yang dimiliki tidak dipublikasikan kepada *website* lainnya (misalnya daftar pembelian), melindungi keadaan tanpa nama, dan menyediakan persetujuan yang diberitahukan. Persepsi keamanan telah menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap sikap dari penggunaan layanan *online* keuangan.
4. Gaya grafis (*Graphic style*). Riset sebelumnya telah menemukan pengaruh gaya grafis situs terhadap persepsi pelanggan dalam belanja *online*. Bentuk gaya grafis antara lain warna, tata letak, tipe dan ukuran mencetak, jumlah gambar foto dan grafik serta animasi.
5. Pemenuhan atau kehandalan (*fulfillment/reliability*). Dominan dimensi kehandalan dalam kualitas layanan tradisional dikutip dalam faktor penting kualitas layanan *online*. Pemenuhan atau kehandalan, diidentifikasi sebagai perkiraan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas, serta perkiraan kedua yang kuat terhadap niat atau kesetiaan dan pembelian ulang dalam sebuah situs. Dalam konteks *online*, diterjemahkan sebagai penyerahan yang akurat dan tepat waktu, penjelasan produk yang akurat, dan pemenuhan isu-isu lainnya.

E-Servqual registrasi *online* UT yang dirasakan oleh mahasiswa melalui lima dimensi, yaitu *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, *ease of navigation*, dan *contact* mengacu padateori (1) Parasuraman, Zeithaml, dan Berry; (2) Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra.

A. Dimensi Efficiency

Dimensi *efficiency* berkaitan dengan kemampuan dan kemudahan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari informasi yang berkaitan dengan apa yang ingin dilakukannya, dan meninggalkan situs yang bersangkutan dengan upaya minimal. Penilaian responden terhadap kualitas layanan registrasi *online* untuk empat butir pernyataan dalam dimensi *efficiency*, dapat dilihat melalui nilai rata-rata (*mean*) pada tabel A.1 berikut ini.

Tabel A.1 Mean Dimensi *Efficiency*

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
1	Registrasi <i>online</i> dapat diakses dengan mudah	4,58	Tinggi
2	Menu sistem yang ada sederhana sehingga memudahkan proses registrasi <i>online</i>	4,73	Tinggi
3	Informasi berupa panduan registrasi <i>online</i> mudah untuk dipelajari	4,75	Tinggi
4	Informasi yang diberikan mudah dimengerti	4,75	Tinggi
Rata-rata		4,70	Tinggi

Sumber: diolah kembali penulis Agustus2015

Berdasarkan Tabel A.1 di atas menggambarkan bahwa penilaian responden atas kualitas layanan registrasi *online* UT untuk dimensi *efficiency* tergolong dalam kategori tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi pada panduan registrasi *online*, sudah dianggap mudah untuk dipelajari oleh responden yang melakukan registrasi *online*, sehingga mahasiswa tidak mengalami kesulitan dalam melakukan registrasi *online*. Hal ini didukung juga dengan pemberian informasi yang disampaikan staf UT dalam memberikan penjelasan pada mahasiswa, sehingga tidak kesulitan untuk memahami panduan yang ada.

Kualitas layanan *online* khususnya kemudahan responden untuk mengakses registrasi *online* UT, sudah menunjukkan kualitas yang baik dilihat dari nilai rata-rata yang ada dan kecenderungan mayoritas responden untuk menjawab setuju yang mempunyai nilai yang tidak berbeda jauh. Meskipun demikian hal ini tetap harus menjadi perhatian UT bahwa tidak semua mahasiswa bisa melakukan akses internet dengan mudah. Hal ini terlihat dari jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi *online* khususnya non pendidikan dasar yang tidak banyak. Apalagi jika mahasiswa tersebut berada di daerah yang untuk signal telekomunikasi susah. Hal ini berkaitan dengan jawaban responden dengan indikator pernyataan yang walaupun masuk pada kategori tinggi, akan tetapi masih mempunyai nilai rata-rata yang rendah. Pernyataan "Registrasi *online* dapat diakses dengan mudah" merupakan indikator yang nilainya paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya pada dimensi ini. Apabila layanan yang diberikan sudah memadai dan telah memenuhi standar, tetapi jika tidak ditunjang dengan infrastruktur telekomunikasi di daerah layanan UT khususnya wilayah UPBJJ-UT Kupang, tentunya responden tetap akan kesulitan mengakses registrasi *online*. Selain itu apabila mahasiswa pun tidak mengalami kesulitan mengakses internet, tetapi jika kesulitan masuk pada website UT hal ini tentunya dapat mempengaruhi layanan *online* yang diberikan UT.

B. Dimensi Reliability

Dimensi *reliability* ini berhubungan dengan kemampuan fungsionalitas teknis situs yang bersangkutan khususnya sejauhmana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya, akurat, dan memuaskan bagi mahasiswa.

Hal ini digambarkan dengan jawaban responden yaitu mahasiswa UT, yang dapat dilihat pada Tabel B.1 berikut ini.

Tabel B.1 Mean Dimensi Reliability

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
5	Registrasi dengan cara <i>online</i> dapat diandalkan	4,79	Tinggi
6	Registrasi <i>online</i> dapat dilakukan dengan cara yang mudah	4,73	Tinggi
7	Proses registrasi secara <i>online</i> dapat berjalan dengan cepat	4,52	Tinggi
8	Registrasi <i>online</i> dapat dilakukan setiap saat sesuai kalender akademik yang sudah ditentukan	4,71	Tinggi
9	Registrasi <i>online</i> meminimalkan tingkat kesalahan registrasi	4,96	Tinggi
10	Informasi yang ditampilkan akurat	4,96	Tinggi
11	Kebenaran informasi dapat dipercaya	4,96	Tinggi
Rata-rata		4,80	Tinggi

Sumber : diolah kembali penulis Agustus2015

Berdasarkan Tabel B.1 di atas, menunjukkan bahwa penilaian responden atas kualitas layanan registrasi *online* UT untuk dimensi *reliability* tergolong dalam kategori tinggi. 7 indikator berada pada kategori yang tinggi. Hal ini secara tidak langsung menggambarkan bahwa kualitas layanan *online* khususnya registrasi yang diberikan UT untuk dimensi ini sudah dapat dikatakan baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator 9, 10, dan 11 berada pada nilai rata-rata yang sama dan tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Indikator 9, 10, dan 11 pada dimensi ini, berhubungan dengan keakuratan dan kebenaran informasi apabila melakukan registrasi *online*. Dengan nilai rata-rata tinggi dan rata-rata yang sama, menunjukkan bahwa dengan melakukan registrasi *online* dianggap telah mempunyai kemampuan melakukan proses entri mata kuliah dengan benar dan akurat. Responden menganggap dengan melakukan registrasi *online* tingkat kesalahan diharapkan dapat dihindari karena mereka langsung melakukan registrasi secara langsung tanpa melalui pihak lain dalam hal ini UPBJJ-UT. Jika dilihat berdasarkan tabel B.1, registrasi *online* dapat diandalkan meskipun proses untuk akses *onlinenya* masih lamban. Tentunya hal ini berkaitan dengan akses mahasiswa dan infrastruktur telekomunikasi wilayah tempat mahasiswa berdomisili. Demikian juga untuk kemudahan mahasiswa dalam melakukan registrasi *online*. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa perusahaan masa kini harus melakukan

langkah-langkah mulai dari pesanan, pembayaran sampai pembayaran dengan cepat dan akurat, karena pelanggan menyukai perusahaan yang dapat menjanjikan pengiriman tepat waktu (p. 73).

Indikator yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dengan yang lainnya pada dimensi reliability ini adalah indikator 7 “Proses registrasi secara *online* dapat berjalan dengan cepat” dengan nilai rata-rata 4,52. Dibandingkan dengan ke-24 indikator lainnya yang berada pada dimensi layanan registrasi *online* pada penelitian ini, indikator ini paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden ada penelitian ini berpendapat bahwa proses atau akses ke website UT khususnya registrasi *online* UT belum dapat berjalan lancar. Pada umumnya ini terjadi karena jaringan informasi dan telekomunikasi khususnya internet di beberapa daerah di NTT bahkan pada umumnya belum bisa diakses dengan lancar. Meskipun registrasi *online* sudah dapat diandalkan sebagai alternatif pilihan mahasiswa melakukan registrasi secara langsung dan UT sudah melakukan upaya untuk meningkatkan layanan *online* khususnya registrasi dengan harapan mahasiswa dapat melakukan registrasi secara cepat dan mudah, akan tetapi keterbatasan infrastruktur dan kemampuan mahasiswa mengakses internet terkadang bisa menjadi kendala di lapangan.

C. Dimensi Ease of Navigation

Dimensi *ease of navigation* berhubungan dengan situs yang berfungsi membantu pelanggan dalam menemukan apa yang dibutuhkan tanpa mengalami kesulitan, yaitu fungsi pencarian yang baik dan mengizinkan pelanggan untuk melakukan manuver secara mudah dan cepat berbalik dan maju melalui halaman-halaman.

Tabel C.1 MeanDimensi *Ease of navigation*

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
12	Ide dari bentuk desainnya kreatif	4,73	Tinggi
13	Ide dari bentuk desainnya inovatif	4,73	Tinggi
14	<i>Lay out website</i> tertata dengan rapi dan teratur	4,73	Tinggi
15	Waktu langkah proses registrasi cepat	4,85	Tinggi
16	Waktu <i>downloading</i> lembar informasi pembayaran cepat	4,60	Tinggi
Rata-rata		4,73	Tinggi

Sumber : diolah kembali penulis Agustus2015

Dari hasil penelitian menunjukkan dimensi *ease of navigation* yang memiliki nilai rata-rata tertinggi berada pada indikator 15 yaitu berhubungan dengan langkah proses registrasi *online* yang cepat. Proses yang cepat memudahkan mahasiswa dalam melakukan registrasi. Ini menunjukkan bahwa situs sistem registrasi *online* (sro) didesain sedemikian rupa sehingga responden tidak kesulitan dengan proses registrasi *online* karena dianggap mudah dan tidak berbelit-belit. Ini didukung juga dengan 3 indikator 12,13, dan 14 yang mempunyai nilai rata-

rata yang sama, yaitu 4,73. Ketiga indikator ini berkaitan dengan desain registrasi *online* yang dianggap kreatif, inovatif, dan *lay outnya* tertata rapi serta teratur sehingga menunjang langkah proses melakukan registrasi *online* oleh responden. Secara tidak langsung sudah menggambarkan sro yang ditawarkan UT bagi mahasiswa yang menjadi responden langkah kerjanya tidak menyulitkan bagi mereka. Hal ini juga berkaitan dengan dimensi *reliability* yang berhubungan dengan registrasi *online* dapat dilakukan dengan cara mudah meskipun akses ke websitesro UT prosesnya berjalan kurang cepat.

Indikator yang mempunyai nilai rata-rata terendah berada pada indikator 16, di mana indikator ini berhubungan dengan kecepatan waktu *downloading* lembar informasi pembayaran dengan nilai rata-rata 4,60. Meskipun langkah yang dilakukan cepat dan didukung dengan *lay out* yang memudahkan bagi peminat dalam melakukan registrasi *online*, responden masih merasa kesulitan dengan *download* lembar informasi pembayaran berupa file pdf karena dianggap masih lambat. Tentunya ini tergantung dengan kecepatan akses internet masing-masing responden. Karena tidak semua responden merasa kesulitan dan atau lambat. Didukung dengan hasil wawancara dengan beberapa responden, desain dan *lay out* yang ditampilkan sro memudahkan mereka dalam mengakses dan melakukan manuver-manuver untuk langkah-langkah selanjutnya. Akan tetapi yang menjadi kesulitan adalah setelah mereka mengakses untuk memilih mata kuliah yang akan diregistrasi dan masuk pada langkah berikutnya, ada yang berhasil, tapi ada yang tertulis *data base error*. Hal ini membuat mereka merasa agak kurang puas, karena harus mengulang lagi langkah untuk melakukan registrasi *online*. Zeithaml et.al. (2002) menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan *website* sering diartikan sebagai kegunaan (*usability*) dalam konteks *online*. Fungsi pencarian, kecepatan *download*, keseluruhan desain, dan pengorganisasian merupakan elemen kunci yang mempengaruhi *usability*. Karena itu harus menjadi perhatian UT untuk selalu melakukan perbaikan dengan layanan *online* yang ditawarkan pada mahasiswa.

D. Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, dan memiliki mekanisme untuk menangani permasalahan yang dihadapi.

Penilaian responden terhadap kualitas layanan *online* untuk lima butir pernyataan dalam dimensi *responsiveness*, dapat dilihat melalui nilai rata-rata pada Tabel D.1.

Tabel D.1 Mean Dimensi Responsiveness

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
17	Dengan melakukan registrasi secara <i>online</i> dapat mengurangi tingkat kesalahan dibanding dengan registrasi secara manual	4,83	Tinggi
18	Konfirmasi layanan registrasi <i>online</i> atas keberhasilan atau kegagalan menjalankan proses registrasi cepat	4,65	Tinggi
19	Registrasi <i>online</i> membantu mahasiswa melakukan registrasi secara cepat	5,19	Sangat Tinggi
20	Staf UT mampu memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi secara <i>online</i> pada mahasiswa dengan jelas	5,21	Sangat Tinggi
21	Staf UT mampu memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi <i>online</i>	5,33	Sangat Tinggi
Rata-rata		5,04	Sangat Tinggi

Sumber : diolah kembali penulis Agustus 2015

UT sebagai PTJJ mempunyai sistem yang berbeda dengan perguruan tinggi tatap muka. Dengan sistem yang berbeda dengan perguruan tinggi tatap muka, tentunya calon mahasiswa dan mahasiswa sebagai pelanggan membutuhkan informasi yang jelas mengenai hal-hal yang berkenaan dengan sistem yang berlaku di UT. Salah satunya adalah informasi mengenai proses registrasi mata kuliah baik secara manual dengan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak UPBJJ-UT, maupun secara *online* dan solusi apabila mereka mengalami kesulitan pada saat mengakses website sro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 dari 5 indikator pada dimensi *responsiveness* masuk pada kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas layanan registrasi *online* yang berhubungan dengan indikator pada dimensi *responsiveness* sudah dipersepsikan baik oleh responden. Dari 5 indikator yang ada, 2 indikator yang mempunyai rerata yang sangat tinggi berkaitan dengan kemampuan staf dalam memberikan informasi dan solusi mengenai registrasi *online*. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990, p. 21) salah satu dimensi yang digunakan untuk melihat dan mengevaluasi kesenjangan yang dirasakan oleh konsumen akan kualitas jasa yang diberikan perusahaan adalah kemampuan dalam memberikan informasi dengan bahasa yang dipahami oleh pelanggan. Dengan demikian, pegawai UPBJJ-UT sudah cukup dinilai mampu dalam memberikan informasi mengenai registrasi mata kuliah secara *online*.

Indikator tertinggi yang pada dimensi ini berkenaan dengan kemampuan staf dalam memberikan solusi atas permasalahan sehubungan dengan layanan registrasi *online* dengan rerata 5,33. Ini menunjukkan bahwa, responden puas dengan layanan berupa solusi yang diberikan staf UT berkenaan dengan kesulitan mereka pada saat mengakses dan atau pada saat akan masuk pada langkah-langkah pada sro. Solusi yang diberikan berdasarkan hasil wawancara

dengan beberapa responden, antara lain karena kesulitan mengakses dan atau pada saat aplikasi sro tidak bisa diakses sama sekali oleh responden, bukan karena jaringan tetapi karena sering bermasalah pada sro nya, responden menghubungi staf dan langsung ditangani secara cepat oleh staf dengan memberikan informasi balik, baik melalui sms maupun email.

Hasil penelitian juga menunjukkan indikator yang masuk pada kategori sangat tinggi pada dimensi *responsiveness* masih berkaitan dengan kemampuan staf yaitu dalam hal memberikan informasi tentang cara melakukan registrasi *online* pada mahasiswa. Layanan *online* yang masih dianggap baru oleh sebagian responden, tentulah menuntut staf UT agar mampu menjelaskan cara melakukan registrasi *online*, selain mereka mencobanya sendiri dan membaca panduan informasi yang sudah tertera pada website UT. Sehubungan dengan itu, staf UT secara keseluruhan diharapkan mempunyai pengetahuan yang berhubungan layanan *online* UT sehingga dapat memberikan informasi apabila mahasiswa mengalami kesulitan pada saat melakukan registrasi *online* karena belum mendapat atau lambat mendapat konfirmasi berhasil tidaknya melakukan registrasi. Karena mahasiswa UT berada diberbagai tempat, tentunya komunikasi dan informasi pada umumnya dilakukan dengan menggunakan berbagai fasilitas komunikasi baik telepon, sms centre maupun email, maupun layanan secara langsung secara tatap muka dengan melakukan simulasi.

Kondisi mahasiswa UT yang masih belum terbiasa menggunakan ataupun mengakses internet selain karena sudah terbiasa dilayani dan belum terbiasa dengan belajar mandiri yang diterapkan UT sebagai PTJJ tentunya harus menjadi perhatian pihak UT dalam hal ini pihak UPBJJ-UT Kupang. Hal ini berkaitan dengan salah satu karakteristik jasa yang disampaikan oleh Lovelock dan Wirtz (2007), bahwa penyediaan jasa melibatkan penggabungan dan penyampaian *out put* dari perpaduan fasilitas fisik dan tenaga kerja fisik atau mental. Sering pelanggan aktif terlibat dalam membantu menciptakan produk jasa, baik dengan melayani dirinya sendiri atau melalui kerja sama dengan petugas jasa seperti di salon, hotel, sekolah atau rumah sakit. Karena itu, perusahaan jasa harus berupaya mendidik pelanggan agar mereka lebih kompeten. Oleh karena itu penyedia jasa diharapkan mempunyai kualitas teknikal yang berhubungan dengan pengetahuan karyawan pada jasa yang ditawarkannya (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009). Staf UT diharapkan selain mempunyai pengetahuan yang luas mengenai tugas dan tanggung jawabnya, tetapi juga dapat menyampaikan informasi yang dimilikinya dengan baik, jelas, dapat dipercaya, dan sopan pada mahasiswa yang menjadi pelanggan UT.

Indikator yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah indikator 18 yang berhubungan dengan konfirmasi layanan registrasi *online* atas keberhasilan atau kegagalan menjalankan proses registrasi cepat dengan nilai rata-rata 4,65. Jika dilihat dari urutan rerata ke-24 indikator pada penelitian ini, indikator 18 berada pada urutan 4 terendah dibanding indikator lainnya. Hal ini berkaitan dengan konfirmasi balik pada fasilitas sro yang digunakan responden dalam melakukan registrasi *online*. Didukung dengan hasil wawancara, responden mengeluh baik melalui sms maupun telepon ke staf UT, informasi pembayaran apakah lunas atau belum lunas yang seharusnya bisa langsung mereka ketahui melalui fasilitas registrasi *online*, tidak ter update secara langsung. Tentunya menimbulkan rasa khawatir apakah pembayaran registrasi

mereka sudah lunas atau belum. Ini harus juga menjadi perhatian bagi pihak UT, untuk selalu memperbaiki fasilitas sro sehingga mahasiswa bisa langsung mendapat konfirmasi balik mengenai apakah sudah berhasil melakukan penyimpanan mata kuliah yang dipilih dan atau mengenai informasi pembayaran yang sudah dilakukan.

Kecepatan dalam penanganan keluhan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan maka apabila keluhan tidak segera ditanggapi rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi hal yang permanen dan tidak dapat diubah lagi (Tjiptono, 2008). Untuk meningkatkan kualitas layanan *online* pada mahasiswa, diperlukan sikap yang mau dan peduli dari staf UPBJJ-UT sebagai ujung tombak yang langsung berhubungan dengan mahasiswa untuk mendengar serta tanggap memberikan solusi terhadap permasalahan akademik dan administrasi yang dihadapi oleh mahasiswa agar tidak menimbulkan kesan yang buruk dan membawa dampak yang negatif terhadap kualitas layanan jasa UT, khususnya yang berhubungan dengan layanan registrasi *online*.

E. Dimensi *Contact*

Dimensi *contact* berhubungan dengan suatu entuk komunikasi yang diinginkan oleh pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon dan bukan berkomunikasi dengan mesin. Hal ini dapat dilihat melalui nilai rata-rata pada Tabel E.1.

Tabel E.1 MeanDimensi *Contact*

NO	DESKRIPSI	MEAN	KATEGORI
22	Interaksi dengan website registrasi <i>online</i> jelas dan dimengerti	4,98	Tinggi
23	Staf UT mudah dihubungi apabila ada kesulitan dalam melakukan proses registrasi secara <i>online</i>	5,25	Sangat Tinggi
24	Staf UT dapat menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi <i>online</i>	5,44	Sangat Tinggi
Rata-rata		5,22	Sangat Tinggi

Sumber : diolah kembali penulis Agustus2015

Dimensi ini berhubungan erat dengan dimensi *responsiveness*. Jika pelanggan dalam hal ini mahasiswa dapat dengan mudah menghubungi staf UT apabila ada kesulitan atau perlu informasi mengenai registrasi *online*, maka informasi dan solusi yang diinginkan mahasiswa pun cepat diperoleh. Akan tetapi walaupun mudah dihubungi tetapi apabila staf UT tidak bisa menjelaskan secara baik dan jelas tentunya akan mempengaruhi persepsi mahasiswa akan layanan yang diberikan UT apakah layanan jasa secara langsung ataupun layanan yang berhubungan permasalahan *online* yang mereka hadapi.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang mempunyai rerata tertinggi selain pada dimensi *contact*, tetapi juga indikator secara keseluruhan adalah indikator 24, "Staf UT dapat

menjelaskan dengan baik cara melakukan registrasi *online*” dengan rata-rata 5,44. Hal ini menunjukkan responden pada penelitian ini menganggap staf UT mempunyai kemampuan dalam menjelaskan cara melakukan registrasi *online* sehingga mereka paham. Ini didukung juga dengan kemudahan menghubungi staf UT pada saat jam kerja, apabila responden mengalami kesulitan dalam melakukan registrasi *online*. Ini dapat dilihat dengan jawaban responden untuk indikator 23 yang mempunyai rata-rata 5,25 dan masuk pada kategori sangat tinggi. Ini menunjukkan sudah ada kemauan dan kesiapan staf UT untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan cepat dan segera, ditunjukkan dengan jumlah responden yang menjawab sangat setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju. Akan tetapi dengan masih adanya responden yang menjawab tidak setuju, staf UT harus bisa lebih tanggap dan mau untuk dihubungi pada saat jam kerja. Kemudahan bagi konsumen menghubungi perusahaan adalah sangat penting di mana konsumen dapat menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya. Di sini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif mahal, di mana pelanggan dapat menyampaikan keluh kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hotline*) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan e-mail di jaringan internet (Tjiptono, 2008; Kotler dan Keller, 2009).

Hal ini juga sejalan dengan yang disampaikan oleh Lovelock dan Wright (2007, p. 14) bahwa ada batas waktu berapa lama pelanggan bersedia menunggu, jasa harus disampaikan dengan cepat sehingga pelanggan tidak perlu membuang waktu dalam menerimanya. Pelanggan dewasa ini semakin sensitif terhadap waktu dan kecepatan sering menjadi unsur utama bagi jasa yang baik. Jika mahasiswa sebagai pelanggan merasa kesulitan untuk menghubungi staf UPBJJ-UT, tentunya akan mendatangkan rasa frustrasi dan kecewa bagi mahasiswa sehingga menimbulkan rasa tidak puas. Apalagi dengan kondisi mahasiswa yang tersebar di berbagai pelosok, sering kali menjadi kendala dalam melakukan akses ke website UT untuk melakukan registrasi ataupun mencari informasi lainnya yang berhubungan dengan akademik dan administrasi. Kondisi mahasiswa yang tersebar di berbagai pelosok daerah, menuntut adanya informasi dan solusi yang cepat apabila ada kesulitan dalam melakukan registrasi mata kuliah. Karena apabila terlambat memperoleh informasi dan solusi bisa mengakibatkan keterlambatan dalam melakukan registrasi.

Oleh sebab itu, perlu adanya kemudahan bagi mahasiswa untuk menghubungi pegawai UT dalam hal ini mahasiswa yang berada di wilayah UPBJJ-UT Kupang, pada saat jam kerja untuk memperoleh informasi yang diperlukannya. Dengan kondisi mahasiswa UT yang berasal dan berada di tempat yang jauh dari kantor UPBJJ-UT Kupang, menuntut perhatian penuh dari pegawai UPBJJ-UT Kupang untuk bisa memahami kebutuhan mahasiswa, kemudahan untuk dihubungi pada saat jam kerja, dan sikap yang tulus untuk mendengarkan setiap keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa berhubungan dengan masalah akademik dan administrasi yang mereka hadapi.

Indikator yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah pada dimensi ini, meskipun berada pada posisi kategori tinggi adalah indikator 22, yaitu “Interaksi dengan website registrasi *online*

jelas dan dimengerti” dengan nilai rata-rata 4,98. Hasil penelitian menunjukkan bentuk komunikasi yang diinginkan dan lebih dimengerti oleh responden yang adalah mahasiswa adalah dengan staf dan bukan mesin. Oleh karena itu diperlukan sikap yang tanggap oleh staf UT untuk bisa berkomunikasi dengan baik sehubungan dengan layanan registrasi *online* pada saat jam kerja. Meskipun demikian jelas bahwa responden mengharapkan interaksi mereka dengan website sro bisa lebih komunikatif sama seperti melakukan komunikasi dengan manusia atau staf UT.

Berdasarkan data dan analisis nilai rata-rata pada masing – masing dimensi kualitas layanan registrasi *online* yang dirasakan oleh mahasiswa, maka secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 1.1, bahwa kualitas layanan *online* yang dirasakan oleh mahasiswa berada kategori tinggi, yaitu sebesar 4,90.

Tabel 1.1 Mean Kualitas Layanan Registrasi *Online* yang dirasakan oleh Mahasiswa

No	Dimensi Kualitas Layanan Jasa	Mean
1	<i>Efficiency</i>	4,70
2	<i>Reliability</i>	4,80
3	<i>Ease of navigation</i>	4,73
4	<i>Responsiveness</i>	5,04
5	<i>Contact</i>	5,22
Rata-rata		4,90

Sumber : diolah kembali penulis Agustus 2015

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas yang berada kategori tinggi adalah *efficiency*, *reliability* dan *ease of navigation* sedangkan yang masuk kategori sangat tinggi adalah *responsiveness*, dan *contact*. Dimensi kualitas yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah dimensi *efficiency*, sedangkan yang mempunyai nilai rata-rata paling tinggi adalah dimensi *contact*. Hal ini memberikan gambaran bahwa staf UT sudah dianggap mampu memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan bagi mahasiswa sehubungan dengan layanan registrasi *online* yang diberikan oleh UT. Meskipun demikian, perlu ada perbaikan dan peningkatan layanan *online* secara terus menerus dan berkesinambungan, karena penilaian jasa pada saat ini oleh mahasiswa sebagai konsumen selalu berubah-ubah sesuai dengan layanan yang diberikan baik secara *online* maupun langsung.

PENUTUP

E-Servqual registrasi *online* UT sudah dipersepsikan baik oleh mahasiswa dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan rata-rata dimensi kualitas layanan jasa berada pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Meskipun demikian layanan *online* ini belum dimanfaatkan dengan maksimal oleh mahasiswa non pendas secara keseluruhan. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata yang menunjukkan dimensi *efficiency* mempunyai nilai paling rendah dibanding 4 dimensi lainnya.

Meskipun informasi registrasi *online* sudah dianggap mudah untuk dipahami, tetapi cara melakukan registrasi *online*, tidak saja diminta mahasiswa untuk membaca panduan tetapi juga dapat disampaikan pada calon dan mahasiswa pada saat sosialisasi dan Orientasi Studi Mahasiswa Baru karena tidak semua paham akan layanan *online* yang diberikan UT.

Pihak UT diharapkan dapat terus memberikan informasi mengenai registrasi *online*, sehingga dapat menjadi alternatif bagi masyarakat dan mahasiswa non pendidikan dasar untuk melakukan registrasi pertama dan mata kuliah. Untuk tampilan, desain yang kreatif dan inovatif serta *lay out* akan bermakna dan lebih memberikan layanan *online* yang optimal apabila ditunjang dengan langkah proses registrasi yang sederhana serta waktu *download* yang cepat. Oleh karena itu pihak UT diharapkan tetap konsisten dalam memberikan layanan registrasi *online* bagi mahasiswa. Pihak UT diharapkan juga dapat terus melakukan perbaikan aplikasi sehingga konfirmasi balik mengenai pembayaran cepat diketahui dan tingkat keakuratannya dapat lebih dipercaya.

Kesiapan sumber daya manusia UPBJJ-UT Kupang pun perlu menjadi perhatian. Apabila calon mahasiswa dan mahasiswa merasa kesulitan dalam melakukan registrasi *online*, staf UT sebagai tenaga pemasar di lapangan harus bisa menjelaskan dan memfasilitasi jikalau ada masalah yang berhubungan dengan aplikasi registrasi *online* sebagai salah satu layanan *online* yang diberikan. Selain itu, diharapkan dalam memberikan informasi, bukan saja staf tertentu tetapi diharapkan setiap staf UT mempunyai kemampuan untuk menjelaskan cara melakukan registrasi *online*. Dengan demikian, layanan registrasi *online* dapat sebagai salah satu cara dan peluang UT untuk lebih meningkatkan layanan sekaligus sebagai sarana untuk lebih bisa mempunyai daya saing dengan PTJJ lainnya di ASEAN dan perguruan tatap muka lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, H. (2009). *Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus pada Mutu*. Dalam H. Buchari. Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Connellan, K, Thomas., Zemke, Ron . (1993). *Sustaining Knock Your Socks Off Service*. AMACOM.
- Kerlinger, Fred, N. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Edisi Tiga. (Drs. Landung R. Simatupang, Penerjemah). Gajah Mada University Press
- Kotler, Philip., Lee, Nancy. (2007). *Pemasaran di Sektor Publik*. PT. Indeks.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin. Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. (Bob Sabran, MM, Penerjemah). Penerbit Erlangga.
- Katalog Universitas Terbuka. (2013). *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Universitas Terbuka*.
- Lovelock, Christopher., Wirtz, Jochen. (2007). *Services Marketing. People, Technology, Strategy*. Sixth Edition. Pearson International Edition. Prentice Hall.



- Lupiyoadi, Rambat., Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Malo, Manasse. (1985). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Karunika Universitas Terbuka.
- Padmo, Dewi. (2004). *Sistem Jaminan Kualitas pada Sistem Pendidikan Tinggi Jarak Jauh*. Dalam Asandhimitra, dkk (Ed). *Pendidikan Tinggi Jarak Jauh*. (pp. 503 - 535). Pusat Penerbitan : Universitas Terbuka
- Prasetyo, Bambang., Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif. Teori dan Aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Parasuraman., Zeithaml., Malhotra., (2005). E-S-QUALA Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality *Journal of Service Research*, Volume 7, No. X, Month 2005 1-21 DOI: 10.1177/1094670504271156 © 2005 Sage Publications
- Sallis, Edward. (2010). *Total Quality Management in Education*. Manajemen Mutu Pendidikan. (Dr. Ahmad Ali Riyadi & Fahrurrozi, M.Ag. Alih Bahasa).. IRCiSoD. Jogyakarta.
- Sumarwan, Ujang, dkk. (2011). *Pemasaran Stratejik. Perspektif Value Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor. IPB Press.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandi. (2008). *Strategi Menciptakan Kepuasan Pelanggan. dalam Managing Quality Customer Service. Pelayanan yang Berkualitas*. Editor Prof. Dr. James J. Spillane, S.J. Penerbit Universitas Sanata Dharma.
- Universitas Terbuka. (2010). *Sistem Belajar Jarak Jauh*.
- Universitas Terbuka. (2010). *Borang Institusi UPBJJ-UT Kupang*.
- Zeithaml, Valerie., Parasuraman, A., Berry, L. Leonard. (1990). *Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.
- Zeithaml, Valerie., Bitner, Jo, Mary., Gremler, D, Dwayne. (2006). *Service Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4th Edition. McGraw-Hill International Edition.
- Zeithaml, Valerie., Parasuraman, A., Malhotra, Arvind. (2002). *Service Quality Delivery Through Web Sites : A Critical Review of Extant Knowledge*. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 30, No. 4, pages 358-371. by Academy of Marketing Science
- Li, Hongxiu., Suomi, Reima., (2009). *A Proposed Scale for Measuring E-service Quality* *International Journal of u- and e-Service, Science and Technology*. Vol. 2, No. 1, 2009, http://www.sersc.org/journals/IJUNESST/vol2_no1/1.pdf