

Membidik Niat Mahasiswa Universitas Terbuka Dalam Mengikuti Tutorial *Online*

Devi Ayuni dan Andy Mulyana

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin pesat, kebutuhan akan sistem belajar mengajar berbasis TIK menjadi tidak terelakkan lagi. Sistem belajar mengajar ini kemudian dikenal dengan sebutan *e-learning*. Menurut Kahiigi *et al.* (2007), *e-learning* adalah penyampaian bahan pembelajaran melalui media elektronik seperti internet, TV, CD-ROM, dan lain-lain. Saat ini, popularitas *e-learning* semakin meningkat karena biaya yang rendah, ekspansi internet yang cepat, dan peningkatan permintaan sistem belajar yang inovatif (Zhang *et al.*, 2004). Di Amerika Serikat pada tahun 2009, sekitar 12 juta dari 20.4 juta siswa program sarjana mengikuti sekurangnya satu program *e-learning*. Angka ini diproyeksikan mencapai 22 juta siswa di tahun 2014 (Nagel, 2009).

Universitas Terbuka (UT) sebagai perguruan tinggi negeri dengan sistem pendidikan jarak jauh telah memulai *e-learning* sejak awal berdiri tahun 1984. Untuk melayani 579.261 mahasiswa aktif, UT menyiapkan bahan ajar berupa bahan ajar cetak dan bahan ajar non cetak. Bahan ajar cetak berbentuk Buku Materi Pokok (BMP) untuk masing-masing matakuliah. Sedangkan bahan ajar non cetak berupa *Computer Aided Instructional* (CAI Interaktif), CD audio, web suplemen, dry lab, atau tutorial *online* (Tuton). Bentuk-bentuk bahan ajar non cetak yang disediakan UT sesuai dengan sistem *e-learning* menurut Kahiigi *et al.* (2007).

Tuton memiliki manfaat yang sangat besar untuk mahasiswa. Menurut Puspitasari dan Huda (2000) dalam Daulay dan Zaman (2012), melalui tuton interaksi mahasiswa dan tutor dapat berlangsung lebih cepat dimana mahasiswa langsung menerima jawaban, masukan atau perbaikan materi yang tidak dipahami dari tutor. Selain itu, tuton dapat dijadikan alternatif layanan tutorial bagi mahasiswa yang memerlukannya. Dari masa registrasi 2013.1-2014.2, jumlah matakuliah yang ditawarkan dalam tuton bertambah sebesar 11% dan peserta tuton meningkat 52%. Bila pada masa registrasi 2013.1 jumlah mahasiswa peserta tuton 108.942 orang, maka pada akhir 2014.2 meningkat menjadi 226.479 orang (Tabel 1).

Tabel 1. Jumlah Mata Kuliah Tawar dan Peserta Tuton

Tahun	MK Tawar	Jml Peserta
2013.1	930	108,942
2013.2	930	123,960
2014.1	1,021	222,905
2014.2	1,044	226,479

Sumber: data diolah (2014)

Peningkatan jumlah peserta tuton dapat dianggap sebagai keberhasilan UT dalam menyediakan bantuan belajar berbentuk *e-learning*. Jumlah mahasiswa FMIPA, FISIP dan FEKON terus meningkat setiap masa registrasi (Tabel 2).

Ketatnya persaingan memaksa perguruan tinggi untuk fokus terhadap retensi siswa. Pertumbuhan sistem *e-learning* telah meningkatkan kompetisi diantara institusi pendidikan tinggi dan mengurangi hambatan keluar bagi siswa (Tam dan Werner, 2005). Pesaing tidak hanya berasal dari perguruan tinggi yang ada di Indonesia, tetapi juga berasal dari perguruan tinggi di luar negeri. Kepuasan dan komitmen terhadap sistem *e-learning* serta niat mahasiswa dalam mengikuti Tuton telah mendapat perhatian besar dari institusi pendidikan (Tam dan Werner, 2005). Carvalho dan de Oliveira Mota (2010) percaya bahwa hubungan berkelanjutan dengan siswa setelah kelulusan sangat berguna bagi kesinambungan keuangan perguruan tinggi. Selain itu, biaya mempertahankan siswa yang ada lebih murah daripada mencari siswa baru. Siswa yang loyal mau merekomendasikan perguruan tinggi tempatnya menuntut ilmu sebelum dan sesudah kelulusan (Hennig-Thurau *et al.*, 2001).

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Registrasi

Fakultas	Masa Registrasi				
	2013.1	2013.2	2014.1	2014.2	2015.1
FKIP	283,542	268,283	261,720	245,819	234,559
FMIPA	2,394	2,881	2,691	3,203	3,152
FISIP	57,739	58,862	55,100	53,807	50,816
FEKON	15,950	19,740	19,710	22,489	23,156
PASCASARJANA	1,576	1,614	1,256	1,883	1,653
JUMLAH	361,201	351,380	340,477	327,201	313,336

Sumber: BAAPM UT, 2015

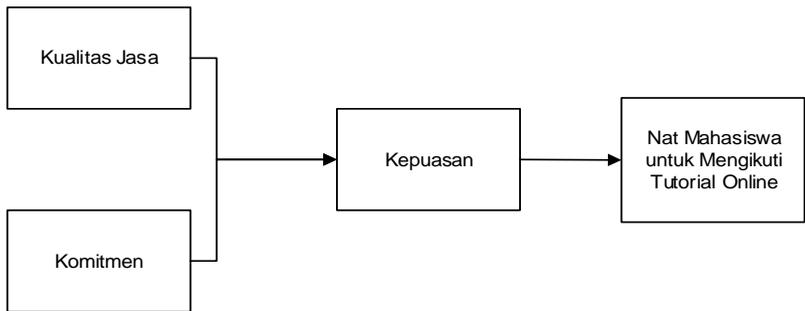
Untuk mengetahui sampai sejauh mana kebermanfaatannya bagi mahasiswa, telah dilakukan suatu penelitian. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menguji interelasi diantara antecedent kualitas jasa, komitmen, kepuasan, dan niat mahasiswa UT untuk mengikuti Tuton. Beberapa peneliti percaya bahwa sikap kepuasan dibentuk oleh pelanggan ketikanilai yang diterima dari produk melebihi harapan pra-pembelian (Oliver, 1980). Sebuah cara yang efektif untuk mengukur kepuasan pengguna adalah dengan menilai hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan (Pitt *et al.*, 1995). Athiyaman (1997) dan DeShields *et al.* (2005) telah meneliti kepuasan siswa dalam konteks kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Kualitas layanan adalah sejauh mana suatu layanan memenuhi kebutuhan pelanggan (Wiesniewski dan Donnelly, 1996). Kualitas layanan adalah perbedaan antara ekspektasi layanan pelanggan dan pelayanan yang dirasakan (Parasuraman *et al.*, 1985). Ketidakpuasan terjadi ketika ekspektasi lebih besar dari kinerja dan kualitas yang dirasakan kurang memuaskan (Parasuraman *et al.*, 1985). Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara persepsi kualitas dan loyalitas pelanggan (Hsu *et al.*, 2008).

Institusi pendidikan tinggi sering dikonseptualisasikan sebagai bagian dari industri jasa. Oleh karena itu, institusi pendidikan tinggi memberikan perhatian lebih pada pemenuhan harapan dan kebutuhan mahasiswa sebagai pelanggan (DeShields *et al.*, 2005). Athiyaman (1997) dan DeShields *et al.* (2005) telah meneliti kepuasan siswa dalam konteks kepuasan pelanggan dan kualitas jasa. Athiyaman (1997) menemukan bahwa karakteristik jasa adalah 1) penekanan pada pengajaran siswa dengan baik; 2) kesediaan staf untuk konsultasi siswa; 3) layanan perpustakaan; 4) fasilitas komputasi; 5) fasilitas rekreasi; 6) ukuran kelas; 7) tingkat dan kesulitan konten subjek; 8) beban kerja siswa. DeShields *et al.* (2005) menyatakan bahwa siswa yang tidak puas akan mengambil matakuliah lebih sedikit atau sepenuhnya meninggalkan perkuliahan. DeShields *et al.* (2005) percaya bahwa adanya kompetisi yang ketat di pasar pendidikan tinggi, universitas harus mulai menilai dan mengadopsi strategi orientasi pemasaran yang memenuhi kebutuhan pasar. Mereka mendapat manfaat dari memahami kebutuhan pelanggan, memodifikasi dan meningkatkan jasa agar berhasil memberikan layanan berkualitas tinggi. Dalam pasar yang kompetitif diperlukan pemahaman menyeluruh tentang pasar sasaran termasuk siswa dan pemangku kepentingan.

Komitmen dianggap sebagai faktor kunci kesuksesan jangka panjang (Gundlach *et al.* 1995). Komitmen didefinisikan sebagai keinginan mendalam untuk menjaga hubungan yang berharga (Anderson dan Weitz 1992). Komitmen dan niat perilaku pelanggan dianggap saling berhubungan (Pritchard *et al.* 1999). Selain itu, perilaku pelanggan setia dapat diukur dengan komitmen dan hubungan positif yang ada antara komitmen pelanggan dan pembelian barang (Bowen dan Shoemaker 2003). Komitmen dan kepuasan berhubungan juga, mengingat komitmen dapat menyebabkan kepuasan (Ben-Bakr *et al.* 1995). Komitmen dianggap sebagai jembatan terhadap niat perilaku pelanggan (Keh dan Xie 2009).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu prinsip niat perilaku pelanggan (Selnes 1993). Selnes (1993) menyatakan reputasi merek dan kepuasan berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan secara terpisah. Pelanggan mungkin setia bila merasa puas dan berniat untuk menjaga hubungan (Mokhtar *et al.* 2011).

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat dibentuk interelasi diantara keempat variabel kualitas jasa, komitmen, kepuasan, dan niat perilaku pelanggan dalam hal ini niat mahasiswa UT untuk mengikuti Tutor (Gambar 1).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Adapun hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, komitmen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, dan kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap niat mahasiswa untuk mengikuti Tutorial *Online*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Terbuka peserta tutorial online masa registrasi 2015.1.

Responden berasal dari 4 Fakultas (FKIP, FMIPA, FISIP, dan FEKON) dan 1 Program Pascasarjana. Pengumpulan data dilakukan melalui sampling acak sederhana menggunakan kuesioner berskala likert 1-5. Analisis multivariate yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling*, pertimbangan analisis ini merupakan perluasan dari beberapa teknik multivariate termasuk multiregresi dan analisis faktor yang mampu menjelaskan hubungan variabel tidak bebas secara simultan. Selain itu penelitian ini menguji variabel yang diprediksi sebagai variabel dependen dengan teknik multivariate untuk mengkonfirmasi suatu hubungan yang praspesifik (Hair *et al.*, 1998).

Ukuran sampel yang dipakai pada setiap objek penelitian dalam observasi adalah dengan alokasi proporsional atau pengambilan sampel minimal yang terbesar dengan rumus:

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

ni = jumlah sampel mahasiswa tiap jenis mahasiswa

N = jumlah populasi secara keseluruhan

Ni = jumlah populasi masing-masing jenis mahasiswa

n = jumlah sampel dari populasi

Sumber: Nazir, 1999

Berkaitan dengan identifikasi masalah penelitian yang akan mencari hubungan atau pengaruh dari beberapa variabel terhadap niat mahasiswa untuk mengikuti Tuton, juga teknik analisis yang digunakan, maka ukuran sampel yang akseptabel adalah 30-100 responden. Jumlah ini merupakan ukuran sampel kritis dalam pengukuran sampel yang diperlukan melalui SEM dengan pendekatan varians (*Partial Least Square Path Modeling – PLS PM*) (Yamin & Kurniawan, 2011). Semakin besar jumlah sampel, akan menghasilkan model yang semakin baik. Berdasarkan ukuran jumlah sampel minimum tersebut, kemudian kuesioner didistribusikan kepada responden melalui situs Google Docs secara online. Mahasiswa yang memenuhi kriteria sebagai responden akan diundang melalui surel untuk ikut serta mengisi kuesioner secara online di *Googledocs*. Dari kuesioner yang didistribusikan tersebut, jumlah kuesioner yang terisi dan dapat diolah adalah sebanyak 173 kuesioner.

Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif dan *Partial Least Square* (PLS). Analisis ini digunakan untuk menggambarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran angket sehingga dapat disajikan

gambaran faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas responden melalui statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan alat bantu statistik untuk mendeskripsikan data-data yang dikumpulkan dalam penelitian. Analisis dilakukan dengan mentransformasikan data mentah ke dalam bentuk data yang mudah dimengerti dan ditafsirkan untuk kemudian disusun, dimanipulasi, dan disajikan dalam suatu bentuk informasi.

Selain itu data dianalisis dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan *tools SmartPLS*. PLS adalah salah satu metode alternatif SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan dalam hubungan. Jumlah sampel yang kecil dan penggunaan indikator *refleksive* membuat PLS lebih sesuai untuk dipilih dibandingkan dengan alat analisis lain. Berikut persamaan inner model.

$$\eta = \eta\beta + \xi\Gamma + \zeta$$

Di mana η menggambarkan sebuah matriks laten endogen; ξ adalah sebuah matriks laten eksogen; Masing-masing β dan Γ adalah koefisien matriks dari variabel endogen dan eksogen. ζ adalah inner model residual matrix. Persamaan outer model

$$\begin{aligned}x &= \Pi_x \xi + \varepsilon_x \\y &= \Pi_y \eta + \varepsilon_y\end{aligned}$$

x dan y adalah matriks variabel manifest yang berhubungan dengan laten eksogen ξ dan laten endogen η , Π_x dan Π_y adalah matriks koefisien. ε_x dan ε_y masing-masing adalah matriks outer model residu. Sedangkan evaluasi model dalam PLS meliputi evaluasi outer model atau model pengukuran.

Evaluasi ini meliputi *convergent validity* dan *discriminant validity* melalui *cross loading* dan akar rata-rata *variance extracted*, serta *composite reliability*. Evaluasi inner model atau model struktural, model struktural dapat dievaluasi melalui R^2 (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur. Pengujian Hipotesis (β , γ , dan λ) dilakukan dengan metode resampling *Bootstrap* yang dikembangkan oleh *Geisser & Stone*. Statistik uji yang digunakan adalah statistic-t atau uji-t. Penerapan metode resampling, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (direkomendasikan

sampel minimum 30). Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value $\leq 0,05$ (alpha 5%) berarti signifikan.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden diuraikan mengenai jenis kelamin, umur, status pernikahan, pekerjaan, pendidikan terakhir, masa studi yang telah ditempuh di UT, fakultas, frekuensi mengakses Tutorial Online, kesesuaian biaya dengan manfaat yang diperoleh, keterampilan komputer menjadi kendala untuk berpartisipasi dalam tuton, dan tempat mengases Tuton.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Terbuka peserta tutorial online masa registrasi 2015.1 yang berasal dari 4 fakultas (FKIP, FMIPA, FISIP, dan FEKON) dan 1 Program Pascasarjana, terkumpul 173 kuesioner yang dapat diolah menjadi data penelitian. Adapun profil responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan sebagian besar responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah pria, dengan usia produktif yaitu antara 21-25 tahun, dan sebagian besar responden sudah menikah. Paling banyak responden berprofesi sebagai pegawai swasta yaitu sebesar 44.2% dengan tingkat pendidikan terakhir adalah SMA, hal ini dikarenakan mahasiswa UT sebagian besar adalah lulusan SMA. Namun demikian ada juga yang sudah menempuh pendidikan diploma, sarjana, dan pascasarjana. Sebagian besar mahasiswa UT telah menempuh masa studi selama 2-4 semester, responden terbanyak adalah mahasiswa dari FKIP.

Frekuensi mengakses Tuton, paling sering mahasiswa mengakses Tuton sebanyak 2-3 hari sekali namun demikian ada juga mahasiswa yang mengakses Tuton setiap hari. Sebagian besar mahasiswa menganggap bahwa biaya yang dikeluarkan untuk Tuton sesuai dengan manfaat yang diperoleh, namun demikian ada juga mahasiswa yang menganggap bahwa biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Selain itu dalam hal keterampilan komputer, ternyata sebesar 27.4% mahasiswa Tuton masih merasakan kendala dalam keterampilan menggunakan komputer, namun sebagian besar mahasiswa Tuton merasakan tidak ada kendala dalam keterampilan menggunakan komputer. Dari angka ini, ternyata masih cukup besar mahasiswa yang mengalami kendala dalam penggunaan komputer. Sebagian besar mahasiswa mengakses tuton dari

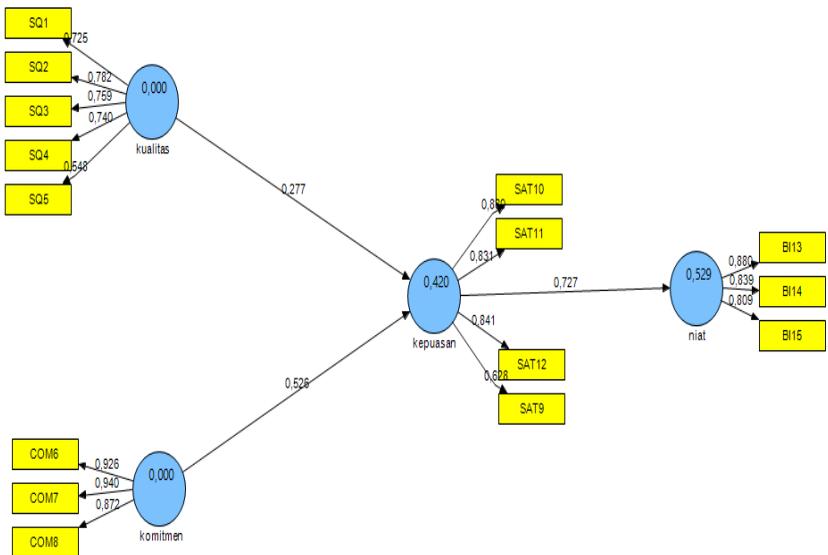
rumah, namun demikian ada juga mahasiswa yang mengakses dari kantor dan warnet.

Analisis Partial Least Square (PLS)

Analisis dengan PLS digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel laten serta variabel laten dengan indikator konstruksya. Dalam penelitian ini, model PLS dibuat berdasarkan data jumlah mahasiswa.

1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)

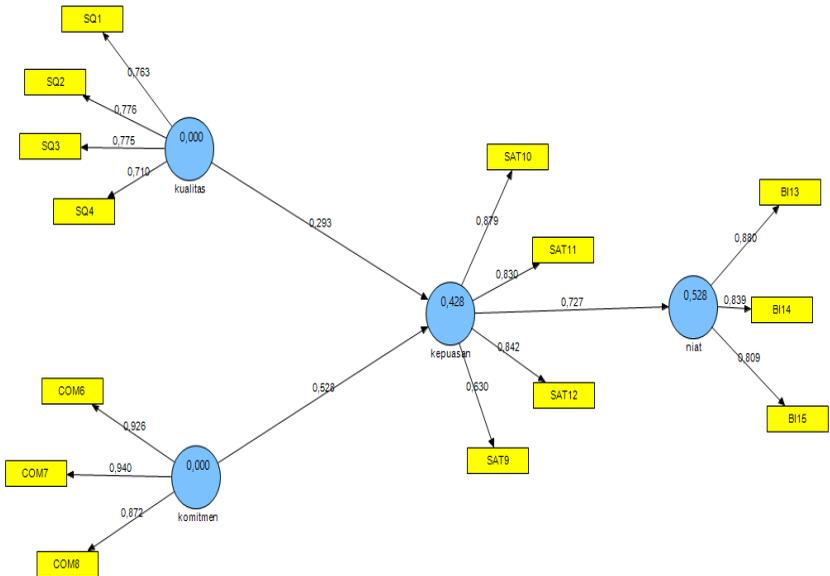
- a. *Convergent validity* dari *measurement model* dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara skor item/indikator dengan skor konstruksya. Indikator dianggap *reliable* jika memiliki nilai korelasi di atas 0.70, tetapi dapat diterima bila skala loading berada diantara 0.50-0.60 (Ghozali, 2008).



Gambar 2. Model PLS Algorithm Awal

Pada penelitian ini, nilai loading ditetapkan sebesar 0.7. Sehingga diketahui terdapat indikator yang bernilai kurang dari 0.7 yaitu sarana interaksi dengan sesama peserta tuton melalui forum komunitas atau grup media sosial seperti *whatsapp*, *blackberry*

messenger atau facebook (SQ5). Indikator tersebut di drop sehingga menghasilkan gambar sebagai berikut.



Gambar 3. Model PLS Algorithm Akhir (Setelah Pendropan)

- b. *Discriminant Validity* indikator refleksif dapat di uji dengan menggunakan nilai validitas dari konstruk, yaitu dengan melihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Model yang baik bila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0.50.

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	Loading
Kepuasan Mahasiswa	0.642
Kualitas Jasa	0.572
Komitmen Mahasiswa	0.711
Niat Mahasiswa untuk Mengikuti Tutor	0.834

Sumber: Data diolah

- c. Disamping uji validitas konstruk, dilakukan uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan 2 kriteria, yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0.70. Berikut ini hasil output SmartPLS untuk *composite reliability*.

Tabel 4. Composite Reliability

Konstruk	Loading
Kepuasan Mahasiswa	0.876
Kualitas Jasa	0.842
Komitmen Mahasiswa	0.880
Niat Mahasiswa untuk Mengikuti Tutor	0.938

Sumber: Data diolah

Sedangkan hasil output Smart PLS untuk *cronbach alpha* dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Cronbach Alpha

Konstruk	Cronbachs Alpha
Kepuasan Mahasiswa	0.812
Kualitas Jasa	0.770
Komitmen Mahasiswa	0.797
Niat Mahasiswa untuk Mengikuti Tutor	0.901

Sumber: Data diolah

2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

- a. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness of fit* model. Model pengaruh kepuasan mahasiswa, loyalitas mahasiswa, dan reputasi mempunyai nilai *R-Square* sebagai berikut.

Tabel 6. Nilai *R-Square*

Konstruk	R Square
Kepuasan Mahasiswa	0.428
Niat Mahasiswa untuk Mengikuti Tutor	0.528

Sumber: Data diolah

R^2 kepuasan mahasiswa sebesar 0.428 dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabilitas kualitas jasa dan komitmen sebesar 42.80% sedangkan lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

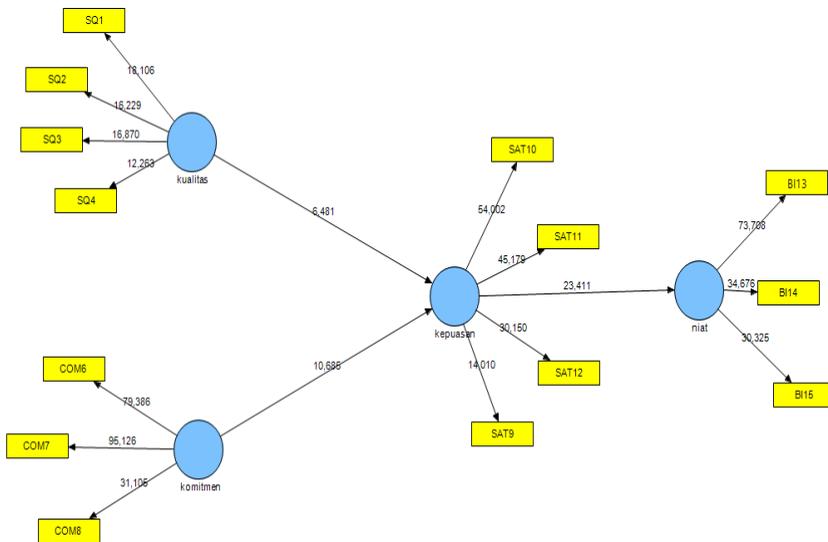
R^2 niat mahasiswa untuk mengikuti tutor sebesar 0.528 dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk niat mahasiswa untuk mengikuti tutor dapat dijelaskan oleh variabilitas kepuasan mahasiswa sebesar 52.80% sedangkan lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

- b. Signifikansi konstruk penelitian dapat dilihat melalui nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-statistik berikut.

Tabel 7. Path Coefficients

Hipotesis	Path	Loading	T- Statistik	Kesimpulan
1	Kualitas Jasa terhadap Kepuasan	0.293	6.481	Hipotesis diterima
2	Komitmen terhadap Kepuasan	0.528	10.685	Hipotesis diterima
3	Kepuasan terhadap Niat Mahasiswa untuk mengikuti Tutor	0.727	23.411	Hipotesis diterima

Sumber: Data diolah



Gambar 4. Model Bootstrapping

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Seluruh hipotesis diterima (H1 – H3 diterima).
2. Kualitas jasa berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan.
3. Komitmen berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan.
4. Kepuasan berpengaruh langsung signifikan terhadap niat mahasiswa UT untuk mengikuti Tuton.
5. Kepuasan dipengaruhi lebih besar oleh komitmen daripada oleh kualitas jasa ($0.528 > 0.293$).

Indikator-indikator yang paling dominan membentuk konstruk-konstruk terlihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Indikator Dominan Konstruk Kualitas Jasa, Komitmen, Kepuasan, dan Niat Mahasiswa UT untuk mengikuti Tutor

Konstruk/ Dimensi	Indikator	Nilai Loading
Kualitas Jasa	Tutor Tutor mudah dihubungi (SQ2)	0.776
	Tutor Tutor memberikan umpan balik (SQ3)	0.775
	Diskusi dan tugas relevan dengan materi inisiasi (SQ1)	0.763
	Tutor yang diikuti memberikan fasilitas hubungan secara realtime (SQ4)	0.710
Komitmen	Mahasiswa berkomitmen tinggi dengan program studi yang dipilih (COM7)	0.940
	Mahasiswa berkomitmen tinggi dengan UT (COM6)	0.926
	Mahasiswa berkomitmen tinggi dengan matakuliah yang diikuti dalam Tutor (COM8)	0.872
Kepuasan	Mahasiswa merasakan kepuasan dengan mengikuti Tutor (SAT12)	0.879
	Mahasiswa merasa melakukan pilihan tepat dengan mengikuti Tutor (SAT10)	0.842
	Mahasiswa akan menyampaikan hal-hal positif tentang Tutor kepada mahasiswa lain (SAT11)	0.830
	Mahasiswa merasa puas dengan pelayanan Tutor (SAT9)	0.630
Niat Mahasiswa UT untuk mengikuti Tutor	Mahasiswa akan merekomendasikan Tutor kepada mahasiswa lain (NI13)	0.880
	Mahasiswa akan mengikuti Tutor hingga selesai (pertemuan akhir) (NI14)	0.839
	Mahasiswa akan kembali mengikuti Tutor pada semester berikutnya (NI15)	0.809

Sumber: Data diolah

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kualitas jasa yang diberikan oleh UT mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Selain itu, komitmen mahasiswa juga mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat mahasiswa UT untuk mengikuti tutor. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi lebih besar oleh komitmen dibandingkan dengan kualitas jasa. Dari semua variabel yang memiliki pengaruh terhadap niat mahasiswa UT untuk

mengikuti Tuton, pengaruh terbesar adalah variabel komitmen, yaitu mahasiswa berkomitmen tinggi dengan program studi yang dipilih.

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu untuk meningkatkan niat mahasiswa UT untuk mengikuti Tuton, UT perlu meningkatkan pelayanan Tutorial *Online* dan memperhatikan kualitas Tuton, terutama dalam hal sarana interaksi dengan sesama peserta tuton melalui forum komunitas atau grup media sosial.

Daftar Pustaka

- Anderson, E., & Weitz, B.A. 1992. The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels. *Journal of Marketing Research*, 29, 18-34.
- Anderson, E.W. & Sullivan, M.W. 1993. The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12,2,125-143.
- Athiyaman, A. 1997. Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education. *European Journal of Marketing*, 31,7, 528-540.
- Ben-Bakr, K.A., Al-Shammari, I.S., Jefri, O.A. and Prasad, J.N. 1995. Organizational commitment, satisfaction, and turnover in Saudi organizations: a predictive study. *Journal of Socio-Economics*, 23,4, 449-456.
- Bowen, J.T., & Shoemaker, S. 2003. Loyalty: a strategic commitment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44, 5/6, 31-46.
- Carvalho, S.W., & de Oliveira Mota, M. 2010. The role of trust in creating value loyalty in relational exchanges between higher Education institutions and their students. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20,1, 145-165.
- Daulay, P., & Zaman, B. 2012. Pengembangan model penelusuran diskusi tutorial online melalui aplikasi faq (Frequently Ask Question). *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, Vol. 13, No. 2, pp. 80 – 93.
- DeShields, O.W. Jr., Kara, A., & Kaynak, E. 2005. Determinants of Business student satisfaction and retention in higher education: applying Herzberg's two factor theory. *International Journal of Educational Management*, 19,2, 128-139.
- Gundlach, G.T., Achrol, R.S., & Mentzer, J.T. 1995. The structure of commitment in exchange. *The Journal of Marketing*, 59,1, 78-92.

- Hennig-Thurau, T., Langer, M.F. & Hansen, U. 2001. Modeling and managing student loyalty, *Journal of Service Research*, 3,4, 331-344.
- Hsu, G.J., Lin, Y.H. and Wei, Z.Y. 2008. "Competition policy for technological innovation in an era of knowledge-based economy", *Knowledge-Based Systems*, Vol. 21 No. 8, pp. 826-832.
- Kahiigi, E.K., Ekenberg, L., Hansson, H., Tusubira, F. & Danielson, M. 2007. Exploring the e-learning state of art. *The Electronic Journal of E-Learning*, 6,2, 77-88.
- Keh, H.T., & Xie, Y. 2009. Corporate reputation and customer behavioral intentions: the roles of trust, identification and commitment. *Industrial Marketing Management*, 38, 7,732-742.
- Mokhtar, S.S., Maiyaki, A.A., & Mohd Noor, N.bt. 2011. The relationship between service quality and satisfaction on customer loyalty in Malaysian mobile communication industry. *School of Doctoral Studies (European Union) Journal*, 2011, 3, 32-38.
- Nagel, D. (2009). Most college students to take classes online by 2014", available at: <http://campustechnology.com/articles/2009/10/28/most-college-students-to-take-classes-online-by-2014.aspx> (accessed 2009).
- Oliver, R.L. 1980. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfactiondecisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49,4, 41-50.
- Pitt, L.F., Watson, R.T., & Kavan, C.B. 1995. Service quality: a Measures of information systems effectiveness. *MIS Quarterly*, 19, 2, 173-187.
- Pritchard, M.P., Havitz, M.E., & Howard, D.R. 1999. Analyzing the commitment-loyaltylinkin service contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 3, 333-348.

- Selnes, F. 1993. An examination of the effect of Products performance on brand reputation, satisfaction and loyalty. *European Journal of Marketing*, 27,9, 19-35.
- Tam, C.M., & Werner, J. M. 2005. Designing and evaluating e-learning in higher education: a review and recommendations. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 11,2, 15-25.
- UT dalam Angka diambil tanggal 21 Februari 2014 dari: <http://www.ut.ac.id/tentang-ut/ut-dalam-angka.html> .
- Wisniewski, M., & Donnelly, M. 1996. Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL. *Total Quality Management Journal*, 7, 4, 357-365.
- Zhang, D., Zhao, J.L., Zhou, L., & Nunamaker, J.F. Jr. 2004. Can e-learning replace classroom learning? *Communication of the ACM*, 47,5, 75-79.