

Kode>Nama Rumpun Ilmu: 571/ Manajemen

**LAPORAN PENELITIAN FUNDAMENTAL
DETERMINAN LOYALITAS MAHASISWA TUTORIAL ONLINE**



JUDUL

TIM PENGUSUL:

Etik Ipda Riyani, SE., Ak., M.Ak.. CA / 0014057503

Devi Ayuni, SE., M.Si / 0003067810

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS TERBUKA**

2017

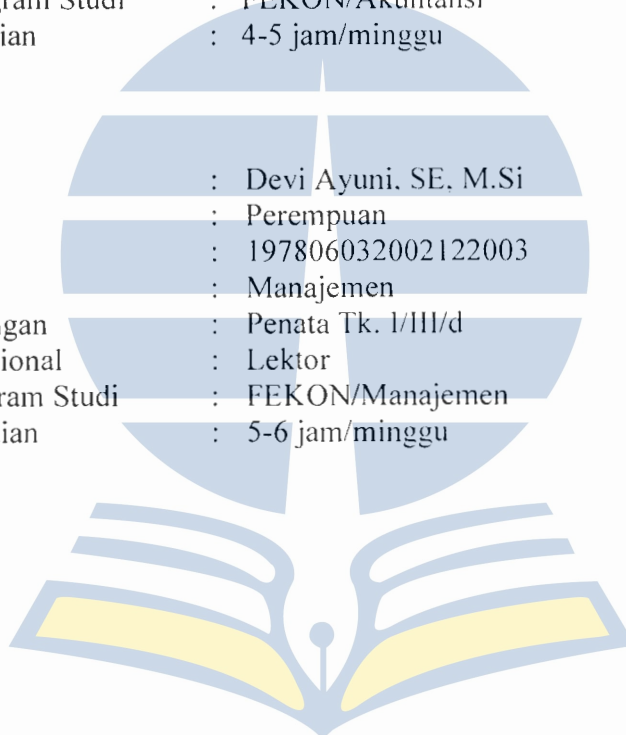
PERSONALIA PENELITIAN

1. Ketua Peneliti

- a. Nama : Etik Ipda Riyani, SE, Ak, M.Ak, CA
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. NIP : 197505142000122001
- d. Bidang Ilmu : Akuntansi
- e. Pangkat/golongan : Penata Muda Tingkat I /III/b
- f. Jabatan Fungsional : Lektor
- g. Fakultas/ Program Studi : FEKON/Akuntansi
- h. Waktu Penelitian : 4-5 jam/minggu

2. Anggota Peneliti:

- a. Nama : Devi Ayuni, SE, M.Si
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. NIP : 197806032002122003
- d. Bidang Ilmu : Manajemen
- e. Pangkat/golongan : Penata Tk. 1/III/d
- f. Jabatan Fungsional : Lektor
- g. Fakultas/Program Studi : FEKON/Manajemen
- h. Waktu Penelitian : 5-6 jam/minggu



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “Determinan Loyalitas Mahasiswa Tutorial Online” dengan tepat waktu.

Adapun tujuan dari penulisan laporan penelitian ini adalah untuk memenuhi tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Pada kesempatan ini, kami menyampaikan terima kasih kepada:

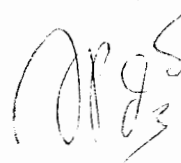
1. Rektor Universitas Terbuka
2. Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka
3. Kepala UPBJJ-UT Bandung
4. Para mahasiswa Fakultas Ekonomi peserta Tutorial Online masa registrasi 2017.2 yang aktif sebagai responden
5. Semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan selama pelaksanaan penelitian sehingga laporan penelitian ini dapat selesai.

Kami menyadari bahwa laporan penelitian ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam laporan penelitian ini.

Akhir kata, kami berharap semoga laporan penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tangerang Selatan, 13 November 2017

Ketua Peneliti,



Etik Ipda Riyani SE., Ak., M.Ak., CA
NIP. 197505142000122001

LEMBAR PENGESAHAN

1. **Judul Penelitian** : **DETERMINAN LOYALITAS MAHASISWA TUTORIAL ON LINE**
2. **Ketua Peneliti**
 Nama Lengkap : Etik Ipda Riyani, SE. Ak. M.Ak. CA
 NIDN : 0014057503
 Jabatan Fungsional : Lektor
 Program Studi : Akuntansi
3. **Anggota Peneliti**
 Nama Lengkap : Devi Ayuni, SE, M.Si
 NIDN : 0003067810
 Jabatan Fungsional : Lektor
 Program Studi : Manajemen
4. **Biaya Penelitian** : **34.475.000 (Tiga Puluh Empat Juta Empat Ratus Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah)**
5. **Sumber Dana** : **DIPA Universitas Terbuka**

Tangerang Selatan,

Ketua Peneliti,

Mengetahui
 Dekan FEKON

Drs. Moh Muzammil, MM
 NIP. 196109171987031002

Etik Ipda Riyani, SE, Ak, M.Ak, CA
 NIP. 197505142000122001

Menyetujui
 Ketua L&PM

Kenti Ambar Puspitasari, M.Ed, Ph.D
 NIP. 196102121986032001

Menyetujui
 Kepala Pusat Keilmuan

Dr. Herman
 NIP. 195605251986031004

DAFTAR ISI

	HAL
PERSONALIA PENELITIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.2 Kerangka Pemikiran	21
2.3 Hipotesis	24
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.6 Metode Analisis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Responden	35
4.2 Analisis Deskriptif	36

4.3 Uji Kecocokan Seluruh Model	46
4.4 Analisis Model Pengukuran	46
4.5 Analisis Model Struktural	50
4.6 Perincian Hasil Analisis Model Persamaan Struktural	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	63-67
LAMPIRAN	68-81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi telah meresap hampir keseluruhan aspek kehidupan masyarakat. Teknologi mengubah cara orang, perusahaan, dan institusi dalam menyebarkan serta mengkomunikasikan pesan-pesannya, menciptakan lingkungan belajar di mana-mana dan mempercepat pembentukan masyarakat informasi. Pada masyarakat informasi, pencapaian tingkat akuisisi dan manajemen pengetahuan akan menjadi salah satu kunci keunggulan kompetitif.

Dengan situasi ini, teknologi informasi telah memperluas dunia pendidikan dan menambahkan dimensi baru tentang kualitas khususnya kualitas pendidikan yang selalu berubah. Saat ini pendidik perlu mempertimbangkan pengembangan solusi alternatif dalam penyampaian materi pembelajaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Pendidik didorong menggunakan pengembangan teknologi informasi secara lebih luas. Siswa pun menghadapi lingkungan yang lebih fleksibel dimana memungkinkan mereka terlibat dalam pembelajaran seumur hidup. Berdasarkan peluang dan tantangan yang ada, sejumlah peneliti telah menunjukkan potensi pembelajaran *online* dalam mendorong peningkatan tren ilmu pendidikan dan lingkungan pembelajaran terutama yang dirancang sesuai prinsip-prinsip konstruktivisme (Harasim, 2000; Sigala, 2002). Beberapa literatur menyatakan bahwa lingkungan belajar konstruktivisme memfasilitasi peningkatan pengetahuan pribadi tentang dunia luar. Proses ini difasilitasi oleh lingkungan yang direpresentasikan melalui dunia nyata, kasus berbasis pembelajaran dan pengembangan kolaboratif fasilitas pengetahuan.

Di sisi lain, muncul kekhawatiran yang cukup besar, khususnya yang berkaitan dengan kualitas *e-learning*. Pembelajaran *online* adalah belajar mandiri yang tidak memiliki interaksi

fisik, peningkatan kualitas berfokus pada kualitas interaksi. Beberapa peneliti (Anderson, 2003; Hiltz, 1994; Moore, 1989) berfokus pada interaksi sebagai dimensi utama kualitas pembelajaran *online*. Moore (1989) menyatakan 3 (tiga) jenis interaksi yang terjadi dalam proses pembelajaran, yaitu interaksi dengan konten (kehadiran kognitif), interaksi dengan instruktur (kehadiran pengajar) dan interaksi dengan teman sekelas (kehadiran sosial). Sementara itu, Taylor (2001) melihat "generasi keempat" teknologi pembelajaran *online* sebagai cara untuk meningkatkan interaksi dan secara otomatis meningkatkan kualitas. Benbunan-Fich et al. (2005) mengusulkan sebuah model yang terdiri dari 3 (tiga) bagian yaitu input-proses-output yang berkaitan dengan proses dan tujuan pembelajaran (efektivitas pembelajaran, pembelajaran siswa, kepuasan siswa, efektivitas biaya, dll).

Universitas Terbuka (UT) sebagai perguruan tinggi negeri dengan sistem pendidikan jarak jauh sejak awal berdiri tahun 1984 telah memulai *e-learning*. Tutorial *online* (tuton) merupakan salah satu bentuk *e-learning* yang ditawarkan UT. Mahasiswa memperoleh manfaat yang sangat besar. Melalui tuton interaksi mahasiswa dan tutor dapat berlangsung lebih cepat dimana mahasiswa langsung menerima jawaban, masukan atau perbaikan materi yang tidak dipahami dari tutor (Puspitasari dan Huda, 2000 dalam Daulay dan Zaman, 2012). Selain itu, tuton merupakan alternatif layanan tutorial bagi mahasiswa yang memerlukannya, tetapi layanan Tutorial Tatap Muka (TTM) tidak dapat diselenggarakan karena keterbatasan jumlah dan ketersebaran peserta serta ketersediaan tutor yang berkualitas (Dewiki dan Budiman, 2004 dalam Asandhimitra *et al.*, 2004).

Dari masa registrasi 2013.1 – 2015.2, jumlah matakuliah yang ditawarkan dalam tuton bertambah sebesar 11% dan peserta tuton meningkat 52% (Tabel 1.1). Bila pada masa registrasi 2013.1 jumlah mahasiswa peserta tuton 108.942 orang, maka diakhir 2015.2 meningkat menjadi 319.235 orang.

Tabel 1.1
Jumlah Matakuliah Tawar dan Peserta Tutor

Tahun	MK Tawar	Jml Peserta	Retensi
2013.1	930	108,942	70,01%
2013.2	930	123,960	68,10%
2014.1	1,021	222,905	65,23%
2014.2	1,044	226,479	64,13%
2015.1	1.063	277.397	62,76%
2015.2	1.076	319.235	61,81%

Sumber: Laporan Kerja Rektor 2013 - 2015

Peningkatan jumlah peserta tutor dapat dianggap sebagai keberhasilan UT dalam menyediakan bantuan belajar berbentuk *e-learning*. Tetapi peningkatan jumlah matakuliah tawar dan jumlah peserta tidak dibarengi dengan peningkatan retensi mahasiswa. Dari masa registrasi 2013 hingga 2015 terjadi penurunan tingkat retensi sekitar 10%, yaitu 70,01% menjadi 61,81%. Padahal menurut Martinez-Arguelles dan Batalla-Busquets (2016), retensi adalah bentuk loyalitas mahasiswa yang sangat penting bagi institusi pendidikan agar dapat berkembang dan memperoleh keuntungan. Rendahnya retensi tutor dapat dijustifikasi sebagai kurangnya loyalitas mahasiswa dalam mengikuti tutor. Loyalitas secara teoritis dan empiris tidak hanya dapat meningkatkan frekuensi dan nilai pembelian, tetapi juga meningkatkan retensi terhadap tawaran pesaing serta aktivitas promosi citra positif institusi oleh pengguna (Alves dan Raposo, 2010).

Kepuasan dan loyalitas siswa terhadap sistem *e-learning* telah mendapat perhatian besar dari institusi pendidikan tinggi (Tham dan Werner, 2005 dalam Dehghan *et al.*, 2014). Berdasarkan survei kepuasan siswa terlihat layanan tutorial online kurang memuaskan karena hanya sebesar 38,87%. Walaupun begitu, siswa tetap menganggap tutorial online cukup penting dan bermanfaat dalam membantu proses belajar mengajar.

Tabel 1.2 CSI Tutorial Online FEKON-UT 2016

No	Atribut	Rata-Rata Skor Kepentingan	Importance Weighting Factors	Rata-Rata Skor Kinerja	Weighted Score
1	Kemudahan Menghubungi Tutor	2,40	79,89%	1,78	1,42
2	Penguasaan Materi oleh tutor	2,11	70,39%	1,70	1,20
3	Peran tutor dalam membantu mahasiswa memahami mata kuliah	2,19	73,00%	1,68	1,22
4	Umpan Balik yang diberikan tutor terhadap latihan/tugas	2,35	78,40%	1,75	1,37
5	Kesesuaian pelaksanaan tutorial dengan jadwal	2,01	67,04%	1,71	1,15
6	Kemudahan akses ke tutor	1,93	64,43%	1,68	1,08
Total		12,99	433,15%	10,29	
					1,55
					Weighted Average
					Customer Satisfaction Index
					38,87%

Sumber: data diolah (2016)

Peningkatan loyalitas, kepuasan dan kebermanfaatan tutorial online dapat dilakukan dengan perbaikan kualitas jasa tutorial online. Perbaikan kualitas tidak hanya dilakukan melalui perbaikan materi pembelajaran tetapi juga perbaikan *Learning Management System* (LMS). Saat ini tutorial online telah menggunakan LMS berbasis Moodle 2.9 yang lebih stabil dibandingkan versi-versi sebelumnya. Namun keluhan-keluhan mahasiswa terkait kualitas jasa tutorial online masih sering ditemui. Keluhan-keluhan tersebut meliputi kesulitan mengakses laman tutorial online, kesulitan menghubungi tutor dan kurangnya keaktifan tutor dalam berinteraksi dan memberikan umpan balik (Laporan KerjaTahunan Rektor 2014, 2015).

Kebutuhan dan minat terhadap peningkatan kualitas jasa tutorial online yang terdiri dari kualitas pembelajaran online dan kualitas interaksi terus tumbuh dari waktu ke waktu tetapi studi tentang kedua aspek ini masih langka. Pengetahuan dan informasi tentang kebutuhan siswa akan menjadi titik awal untuk mengetahui keadaan pembelajaran online saat ini. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis determinan loyalitas mahasiswa tutor menurut model yang diusulkan Benbunan-Fich *et al.* (2005), yaitu kualitas pembelajaran online, kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pembelajaran online terhadap kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh kualitas interaksi terhadap persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap kepuasan mahasiswa?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya unsur persepsi kualitas pembelajaran online, kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan mahasiswa dalam membentuk loyalitas peserta tuton.

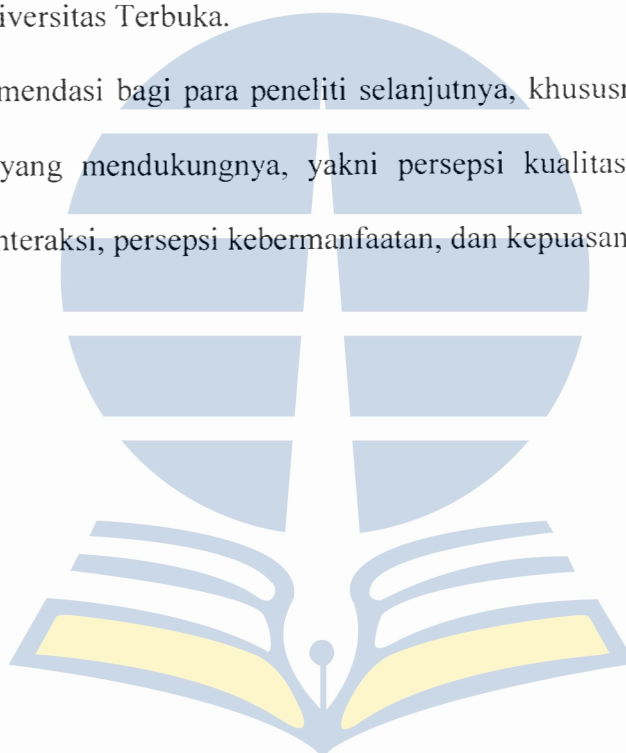
Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pembelajaran online terhadap kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa.
2. Menganalisis pengaruh kualitas interaksi terhadap persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap kepuasan mahasiswa.
4. Menganalisis pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan kegunaan kepada berbagai pihak yang membutuhkannya. Adapun manfaat dan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkenaan dengan aspek persepsi kualitas pembelajaran online, kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan, kepuasan mahasiswa, dan loyalitas peserta tuton.
2. Memberikan bahan masukan yang berkenaan dengan loyalitas mahasiswa peserta tuton bagi pengelola Universitas Terbuka.
3. Memberikan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya, khususnya mengenai loyalitas dan unsur-unsur yang mendukungnya, yakni persepsi kualitas pembelajaran online, persepsi kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan mahasiswa.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 E-Learning

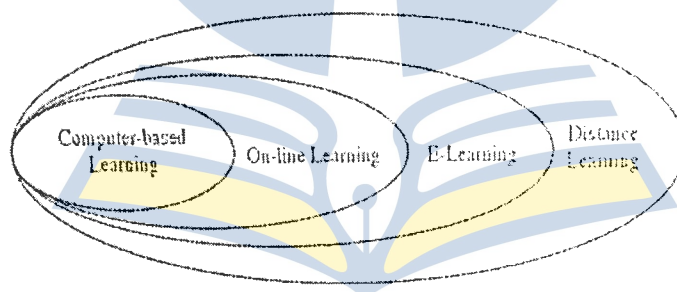
E-learning adalah pengiriman bahan ajar melalui media elektronik seperti internet, TV, CD-ROM, dan lain-lain (Kahiigi *et al.*, 2007). Di Amerika Serikat tahun 2006, hampir $\frac{1}{6}$ pendaftar pendidikan tinggi mengikuti sekurangnya satu program *online* (Pope, 2006). Selain itu, pada tahun 2009 hampir 12 juta siswa tingkat sarjana mengikuti satu atau semua matakuliah secara *online*, dan akan mencapai angka lebih dari 22 juta pada tahun 2013 (Nagel, 2009).

Dua dekade yang lalu, tidak seorangpun memprediksi bahwa institusi pendidikan tinggi dapat mengizinkan siswanya hadir kuliah dimanapun (Levy, 2007). *E-learning* tidak hanya dipakai memberikan pengetahuan kepada siapapun dimanapun, tetapi juga dapat digunakan untuk melatih orang yang tepat diwaktu yang tepat dengan paket pengetahuan yang relevan (Govindasamy, 2002). Untuk mendapat citra yang lebih baik tentang sistem pembelajaran *online*, perbandingan singkat antara *e-learning* dan pembelajaran tatap muka tradisional perlu dilakukan. Menurut Zhang *et al.* (2004), perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Kelebihan dan Kelemahan Kuliah Tatap Muka vs E-Learning

	Tatap Muka (Tradisional)	<i>E-Learning</i>
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> • Umpan balik cepat • Familiar antara instruktur dan siswa • Mudah memotivasi siswa • Menyediakan komunitas sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Terpusat pada siswa dan kecepatan siswa • Fleksibilitas waktu dan tempat • Biaya yang efektif bagi siswa • Dapat digunakan audiens secara global • Akses tidak terbatas pada pengetahuan • Kemampuan untuk menyimpan, menggunakan, dan membagi pengetahuan
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Terpusat pada instruktur • Keterbatasan waktu dan tempat • Pengiriman lebih mahal 	<ul style="list-style-type: none"> • Umpan balik kurang cepat pada <i>asynchronous e-learning</i> • Diperlukan waktu persiapan lebih panjang bagi instruktur • Tidak nyaman bagi sebagian orang • Dapat menyebabkan rasa frustrasi

Online learning atau pembelajaran berbasis web merupakan bagian dari *e-learning*. *E-learning* adalah penggunaan teknologi internet untuk menyebarkan dan mengirimkan berbagai materi yang dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja (Rosenberg, 2001). Menurut Khan (2001), *e-learning* terdiri dari *Web-based Learning* (WBL), *Internet-based Training* (IBT), *Advanced Distributing Learning* (ADL) dan *online learning* (OL). Secara lebih luas Govindasamy (2002) menyatakan *e-learning* adalah instruksi yang dikirim melalui seluruh media elektronik seperti internet, intranet, ekstranet, dan media-media hypertext lainnya. Menurut Rosenberg (2001) ruang lingkup *e-learning* juga meliputi jaringan, pendidikan tinggi, perusahaan, institusi pemerintah, organisasi non profit, rumah tangga dan area publik. Dengan *online learning* sebagai salah satu jenis *e-learning*, secara umum siswa dapat mengakses materi pembelajaran kapan dan dimana saja. Berbagai sistem manajemen pembelajaran digunakan untuk mengakomodasi komunikasi antara siswa dan tutor baik secara sinkronus ataupun asinkronus.



Gambar 2.1 Lingkup *E-Learning*

Sumber: Bachman (2000) *Corporate E-Learning: Exploring a New Frontier*. Diakses Januari 2017 dari <http://www.astd.org/NR/rdonlyres/E2CF5659-B67B-4D96-99D85-BFAC308D0E28:0/hambrecht.pdf>

Dalam pasar global, *e-learning* diperkirakan telah melewati lebih dari \$52,6 milyar pada tahun 2010 (*E-learning market*, 2007). Saat ini kebanyakan perguruan tinggi di dunia menawarkan pembelajaran berbasis web melalui Sistem Manajemen Pembelajaran (*Learning Management System* = LMS) yang memungkinkan pembukaan kampus tatap muka atau jarak

jauh serta melewati batas negara (Raaij & Schepers, 2008; Sigala & Baum, 2003). Beberapa perguruan tinggi bekerjasama dengan sektor swasta dalam pengembangan materi pembelajaran berbasis web kualitas tinggi. Allen dan Seaman (2007) menyatakan lebih dari 96% institusi di Amerika Serikat memiliki lebih dari 15.000 mahasiswa peserta pembelajaran online. Dari tahun 2002 – 2006 dalam satu semester peserta pembelajaran online meningkat dari 1,6 juta menjadi 3,48 juta. Fenomena yang sama terjadi pada pasar pelatihan perusahaan di Amerika Serikat diperkirakan hampir 48,2 juta peserta di tahun 2009 (Lamoureux, 2010).

Berbagai perusahaan menghabiskan lebih dari \$1.2 juta untuk *e-training* dan pelatihan berbasis teknologi informasi meningkat 20% sejak 1999. Diperkirakan peningkatan sebesar 83% per tahun (Gold, 2001; Zenger & Uehlein, 2001). Motivasi peningkatan *e-training* dalam sektor swasta berubah dari pengurangan biaya ke produktivitas pegawai dan efisiensi operasional. Institusi pemerintah juga mendukung pendidikan melalui teknologi. Pada tahun 2001, pemerintah Amerika Serikat menghabiskan dana sebesar \$ 800 juta dalam sektor pendidikan.

Saat ini pendidikan jarak jauh telah lebih dalam berbasis teknologi. Pendidikan jarak jauh menggunakan berbagai media seperti cetak, audio, video, komputer dan web. Komputer dan jaringan internet menghubungkan siswa dan dosen melalui pengolahan kata, surel, ruang chat dan lingkungan virtual. *E-learning* dikatakan telah memasuki generasi keempat pendidikan jarak jauh (Taylor, 2001). Pendidikan jarak jauh melalui empat generasi dan pengembangan empat model generasi sejajar dengan tren pedagogi dan paradigma pembelajaran. Generasi pertama dilakukan melalui pengajaran secara surat menyurat di tahun 1800-an. Generasi kedua memanfaatkan televisi sebagai sarana penyampaian materi pembelajaran. Generasi ketiga dimulai sejak akhir era 80-an ketiga perguruan tinggi secara sporadis mulai menawarkan pendidikan online. Pada era ini eksperimen dan pencarian cara penggunaan internet untuk menjangkau siswa terus dilakukan berdasarkan pengalaman tahap

sebelumnya. Saat ini, pendidikan jarak jauh telah memasuki generasi keempat dimana ‘virtual program’ secara menyeluruh diperkenalkan kepada masyarakat (Dirr, 1999).

2.1.2 Kualitas Jasa

Cara terbaik untuk mengukur kepuasan pemakai dengan menilai hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas jasa (Pitt *et al.*, 1995). Kualitas mempunyai berbagai definisi berbeda. Kualitas jasa adalah kemampuan memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan (Wisniewski dan Donnelly, 1996). Kualitas jasa adalah perbedaan antara ekspektasi pelanggan tentang jasa dan persepsi jasa (Parasuraman *et al.*, 1985). Ketidakpuasan terjadi ketika ekspektasi lebih besar daripada kinerja dan persepsi kualitas kurang daripada kepuasan (Parasuraman *et al.*, 1985). Cronin *et al.* (1987) menyatakan, kualitas jasa adalah bentuk dari sikap, berkaitan tetapi tidak ekuivalen dengan kepuasan sebagai hasil dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja.

Definisi kualitas jasa mengindikasikan sebagai hasil dari perbandingan pelanggan tentang ekspektasi jasa dan persepsi kinerja jasa (Parasuraman *et al.*, 1985). Parasuraman *et al.* (1985) mengidentifikasi secara detail 10 determinan kualitas jasa, yaitu berwujud, reliabilitas, daya tanggap, komunikasi, akses, kompetensi, kenyamanan, kredibilitas, keamanan, dan pengetahuan tentang pelanggan. Kemudian kesepuluh determinan ini dikurangi menjadi 5 dimensi pengukuran kualitas jasa yang disebut SERVQUAL: berwujud, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati (Parasuraman *et al.*, 1988). Skala SERVQUAL adalah alat utama pengukuran kualitas dalam literatur pemasaran jasa (Parasuraman *et al.*, 1991).

Beberapa peneliti menyatakan bahwa pengelolaan kualitas di perguruan tinggi merupakan tugas yang sangat menantang karena kualitas memiliki arti berbeda bagi tiap pemangku kepentingan dan produk pendidikan secara alami cukup rumit. Dunia pendidikan dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri dari input, proses dan output. Becket dan Brookes

(2008) menyatakan terdapat aspek manusia, fisik dan keuangan sebagai input dalam menjalankan proses termasuk pembelajaran, penelitian dan transformasi pengetahuan.

Pengukuran dan pemantauan kualitas perlu dilakukan organisasi. Kualitas jasa adalah determinan kunci dalam diferensiasi jasa dan keunggulan kompetitif (Santos, 2003). Walaupun tidak ada kesepakatan tentang konsep kualitas jasa tetapi harus didefinisikan dan dikelola untuk mencapai tujuan.

Beberapa peneliti memandang persepsi kualitas sebagai penilaian atau evaluasi total terhadap suatu produk atau jasa (Rust dan Oliver, 1994; Taylor dan Baker, 1994). Gronroos (1984) mengklasifikasikan kualitas jasa menjadi kualitas fungsional dan teknikal. Kualitas fungsional terfokus pada evaluasi proses jasa. Sedangkan kualitas teknikal merujuk pada evaluasi output jasa. Menurut definisi ini, dalam bidang pendidikan, kualitas fungsional adalah efektivitas pengajaran atau proses pengajaran yang terkait pengalaman dan keahlian tutor, pemenuhan kebutuhan siswa, lingkungan pembelajaran yang baik, umpan balik, akses dan komunikasi. Di sisi lain, kualitas teknikal dalam *e-learning* merujuk pada pemenuhan parameter kriteria seperti kegunaan, fungsionalitas, antarmuka sistem pembelajaran, ketersediaan, konten dan dokumentasi (Saxena, na).

ISO 9000 (1997) menyatakan semua kualitas tidak sama. Beberapa lebih penting atau kurang penting dari lainnya. Chua dan Dyson (n.a) memperkenalkan Model Kualitas ISO 9126 sebagai basis evaluasi sistem e-learning (Blackboard). Dengan mengadopsi model ini, peneliti mengaplikasikan Model Kualitas ISO 9126 pada mahasiswa pengguna sistem *e-learning*. Peneliti menemukan bahwa model ISO saja tidak cukup karena hanya mengukur kualitas perangkat lunak secara umum tidak spesifik terhadap aktivitas pendidikan dan pengajaran.

Broderick dan Vachirapornpuk (2002) menyarankan bahwa ekspektasi bukan merupakan satu-satunya faktor pengaruh penilaian kualitas jasa, tetapi pengaruh lainnya seperti

citra dan reputasi organisasi, latarbelakang organisasi, dan partisipasi konsumen dapat berpengaruh signifikan. Dengan menekankan pengguna dan persepsinya terhadap *website*, Barnes dan Vidgen (2002) menyatakan beberapa karakteristik kunci kualitas website berdasarkan perspektif pengguna. Terdapat 22 indikator dengan 3 dimensi tentang kualitas web, yaitu informasi, kegunaan, dan interaksi layanan. Kualitas informasi berdasarkan penelitian sistem informasi; kegunaan dari interaksi manusia-komputer; dan kualitas interaksi layanan berdasarkan ilmu pemasaran. Instrumen menunjukkan sifat psikometrik dan memberikan ukuran komprehensif dari kualitas web.

Beberapa peneliti lain (Jurczyk et al., 2005; Scanlan, 2003) telah menggunakan 7 kategori *Institute of Higher Education Policy (IHEP)* dimana dijadikan tolok ukur praktik baik pendidikan jarak jauh dilingkungan pendidikan tinggi. Ketujuh kategori tersebut terdiri dari dukungan institusi, pengembangan materi, proses pendidikan dan pengajaran, struktur program, dukungan siswa, dukungan fakultas dan evaluasi & penilaian. Standar tersebut ditujukan pada masalah yang relevan dengan proses pembelajaran online pendidikan jarak jauh. Standar IHEP dikembangkan berdasarkan penelaahan pustaka dan wawancara terhadap 147 orang termasuk anggota fakultas, siswa dan administrator pada 6 institusi terakreditasi di bidang pendidikan jarak jauh.

Dalam rangka menjelaskan elemen utama dari kualitas pembelajaran online yang akan berpengaruh terhadap kepuasan, Peltier et al. (2007) mengajukan Model Persepsi Kualitas Pengalaman Pembelajaran Online. Model ini terdiri dari 6 dimensi kualitas pengajaran, yaitu interaksi siswa-siswa, interaksi siswa-tutor, dukungan tutor, kualitas pengiriman tutor, materi ajar, dan struktur pengajaran. Keenam dimensi kualitas ini dikembangkan berdasarkan 3 konseptual model, yaitu Model Perspektif Komunitas Virtual (Peltier et al., 2003), Model Efektivitas Pembelajaran Online (Marks et al., 2005) dan Faktor-Faktor Kepuasan dan Ketidakpuasan Model Pembelajaran Online (2005). Penelitian ini menunjukkan bahwa materi

ajar adalah faktor terpenting penentu persepsi kualitas pengalaman pembelajaran online. Kualitas interaksi siswa-tutor dan interaksi siswa-siswa tidak berpengaruh langsung terhadap persepsi kualitas.

2.1.2.1 Kualitas Informasi

Seperti pada kelas tradisional, materi ajar dalam lingkungan pembelajaran online bukan tugas yang mudah. Banyak penelitian mengevaluasi sistem dan layanan *e-learning*, begitupun penelitian kualitatif atau survei memasukkan informasi atau kualitas materi ajar sebagai sebuah dimensi. Dalam banyak penelitian kualitatif, kualitas informasi merujuk pada semua materi instruksional dan desain program ajar. Materi instruksional termasuk materi ajar yang dimasukkan dalam web intruksional oleh tutor, hypermedia, simulasi dan modul pembelajaran.

Apa yang diajarkan dalam program online dikirimkan melalui materi pengiriman tutor, materi dorongan internet dan aktivitas penugasan serta penilaian pembelajaran (Peltier et al., 2007). Beberapa penelitian mengukur kualitas informasi berdasarkan Model DeLone dan McLean (Chiu et al., 2005; Klobas dan McGill, 2010; Roca et al., 2006). Dalam penelitian Roca et al. (2006), kualitas informasi merujuk pada kualitas output seperti *timeline*, cakupan, relevansi, mudah dimengerti, ketepatan format, reliabilitas output informasi, kejelasan, kelengkapan dan akurasi informasi dari sistem informasi. Diantara ketiga dimensi kualitas, kualitas informasi berpengaruh paling besar terhadap kepuasan daripada kualitas sistem dan kualitas layanan.

Beberapa penelitian membandingkan bahwa siswa kelas online menganggap materi ajar lebih penting daripada kehadiran tutor. Miyazoe dan Chiyodaku (2010) menguji relasi antara desain program dan interaksi dalam konteks kepuasan. Dengan membandingkan kelas tradisional dan online, Miyazoe dan Chiyodaku (2010) menemukan dalam kelas online

informasi merupakan prioritas utama. Sebaliknya pada kelas tradisional, interaksi siswa-tutor merupakan prioritas pertama. Tendensi ini semakin terlihat pada siswa berumur. Semakin dewasa siswa semakin tinggi kemampuan belajar mandiri. Oleh karena itu interaksi materi ajar dianggap lebih penting daripada interaksi siswa-tutor atau interaksi siswa-siswa. Benson dan Samarawickrema (2009) menyatakan desainer materi harus memahami karakteristik siswa dan konsep *transactional distance* termasuk jarak psikologis antara siswa dan pengajar.

2.1.2.2 Kualitas Sistem

Teknologi dalam pembelajaran online berkaitan dengan kapasitas dan kualitas dari perangkat keras dan perangkat lunak. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem online atau *e-learning* kebanyakan berkaitan dengan kebergunaan website (Dobbs, 2000; Fabianic, 2002; Zhao, 2003). Fabianic (2002) dan Dobbs (2000) menganalisa kriteria yang biasanya digunakan siswa untuk menilai kualitas *website e-learning*. Kriteria ini terdiri dari tampilan, navigasi, reliabilitas, pengenalan, kecepatan respons, kecepatan, kepedulian pada konsumen, akses, relevansi materi, kekayaan materi, harga materi, keindahan website, personalisasi, otoritas, jaminan FAQs, komunikasi dan kepercayaan.

Disisi lain, sejalan dengan karakteristik multidimensi kualitas website, Buyukozkan et al. (2007) mengembangkan 7 kriteria menggunakan Metode *Multi Criteria Decision Making* (MCDM). Kriteria tersebut adalah kemudahan materi dimengerti, kelengkapan materi, personalisasi, keamanan, navigasi, interaktivitas dan antarmuka pengguna. Bila siswa menemukan website yang dirancang buruk, pembelajaran online dapat gagal menghasilkan hasil belajar (Trentin, 2006).

2.1.2.3 Interaksi Tutor dan Interaksi Layanan

Beberapa penelitian (Liaw et al., 2007; Sheard et al., 2001; Selim, 2007) menyatakan *e-learning* tergantung pada gaya interaktif, sikap dan perilaku tutor terhadap teknologi. Selim

(2007) menemukan bahwa sikap tutor terhadap pembelajaran interaktif merupakan faktor kritis kesuksesan daripada faktor lain seperti kontrol teknologi, gaya pengajaran, kompetensi komputer siswa, kolaborasi interaktif, materi ajar, desain, akses, infrastruktur dan dukungan.

Boyd (2008) menyatakan bahwa perasaan siswa tentang koneksi lebih penting daripada jumlah interaksi yang dinyatakan Young dan Norgard (2006). Boyd menyimpulkan umpan balik atau instruksional menjadi semakin penting ketika siswa tidak bertemu tutor dan persepsi siswa tentang waktu dan kualitas umpan balik tutor berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan siswa.

Berdasarkan sikap tutor, Liaw et al. (2007) menunjukkan tutor yang bersikap positif terhadap lingkungan *e-learning* dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan kemandirian pribadi. Disisi lain, Sheard et al. (2001) kebanyakan tutor memandang web sebagai alat yang mudah bagi siswa untuk memperoleh informasi. Tersirat bahwa mereka menyediakan bahan ajar di web karena ekspektasi siswa bukan karena persepsi pendidikan atau pengajaran.

2.1.3 Kepuasan

Kepuasan terjadi ketika seseorang merasa tujuannya tercapai (Sheldon dan Elliot, 1999). Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting kesuksesan sistem bisnis tradisional atau online (Ho dan Wu, 1999). Ekspektasi dan pengalaman kinerja jasa adalah dua faktor yang dipengaruhi kepuasan pelanggan (Shahin, 2006; Dehghan dan Shahin, 2011). Persepsi kinerja dipengaruhi oleh persepsi pelanggan tentang kualitas jasa, bauran pemasaran dan nama merek, dan citra perusahaan (Andreassen dan Lindestad, 1998). Beberapa peneliti percaya bahwa sikap kepuasan dibentuk oleh pelanggan ketika kinerja yang diperoleh dari produk melampaui ekspektasi pra pembelian (Oliver, 1980). Beberapa definisi yang dikenal tentang kepuasan pelanggan adalah:

- Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara persepsi kinerja produk dikaitkan dengan ekspektasinya (Kotler, 2000)
- Kepuasan pelanggan ditentukan sebagai evaluasi pasca pemilihan produk dari sebuah pembelian spesifik (Anderson *et al.*, 1990)
- Kepuasan pelanggan adalah dasar, konseptualisasi, pada penggabungan atribut kualitas jasa seperti harga dan kenyamanan (Athanasopoulos, 2000).

Ketika kinerja produk kurang dari ekspektasi, terjadi diskonfirmasi negatif dan ketidakpuasan (Chen-Yu *et al.*, 2009). Ekspektasi pelanggan digambarkan sebagai kepercayaan pelanggan terhadap produk sebelum pembelian (McKinney *et al.*, 2002). Prediksi pelanggan tentang apa yang akan terjadi sepanjang transaksi atau pertukaran adalah ekspektasi (Zeithaml dan Berry, 1988). Persepsi kinerja dipandang sebagai persepsi pelanggan tentang bagaimana kinerja produk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan hasrat pelanggan (Cadotte *et al.*, 1987). Persepsi kualitas adalah penilaian pelanggan tentang superioritas organisasi (Zeithaml, 1988). Diskonfirmasi dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan dari perbandingan ekspektasi dan persepsi kinerja yang diterima (McKinney *et al.*, 2002).

Churchill dan Suprenant (1982) percaya bahwa teori diskonfirmasi adalah dasar utama dari model kepuasan. Perbedaan antara persepsi kinerja dan ekspektasi ditentukan oleh kepuasan (Khalifa dan Liu, 2003). Kepercayaan pelanggan tentang produk disebut ekspektasi (McKinney *et al.*, 2002). Persepsi kinerja adalah bagaimana penilaian pelanggan tentang organisasi secara keseluruhan (Zeithaml, 1988). Diskonfirmasi adalah persepsi pelanggan yang diperoleh dari perbandingan antara ekspektasi dan persepsi kinerja yang diperoleh (McKinney *et al.*, 2002).

Secara umum dipahami bahwa institusi pendidikan adalah industri jasa. Oleh karena itu, perhatian lebih diberikan kepada pemenuhan ekspektasi dan kebutuhan siswa sebagai pelanggan (DeShields Jr. *et al.*, 2005). DeShields Jr. *et al.* (2005) percaya bahwa dalam

persaingan yang ketat, perguruan tinggi harus menggunakan dan mengadopsi strategi pemasaran untuk mencapai pasar sasaran. Perguruan tinggi perlu mengerti kebutuhan pelanggan, memodifikasi, dan memperkuat penawaran mereka dalam rangka memberikan kualitas jasa yang superior.

2.1.4 Persepsi Kebermanfaatan

Persepsi Kebermanfaatan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang tentang penggunaan teknologi akan meningkatkan atau mempermudah pekerjaannya (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang tentang sistem yang akan mengurangi usaha yang diperlukan. Selain itu, persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap seseorang terhadap sistem, dan konsisten dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), sikap terhadap sistem menentukan niat berperilaku yang pada akhirnya menuju pada penggunaan sistem.

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) menyatakan keputusan pengguna untuk menggunakan teknologi ditentukan oleh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Davis (1989) pertama kali memperkenalkan TAM sebagai pengembangan TRA. TRA lebih dikenal sebagai domain model psikologi sosial dimana perilaku seseorang ditentukan oleh niat seseorang untuk tampil dan niat ini berfungsi sebagai sikap perilaku dan norma subjektif.

Hubungan sebab akibat diantara komponen TAM telah diuji dan diverifikasi oleh beberapa penelitian penerimaan pengguna dalam berbagai bidang. Beberapa peneliti dalam banyak kasus menambahkan variabel eksternal diluar variabel asli TAM untuk melihat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, dan niat penggunaan.

2.1.5 Loyalitas Pelanggan

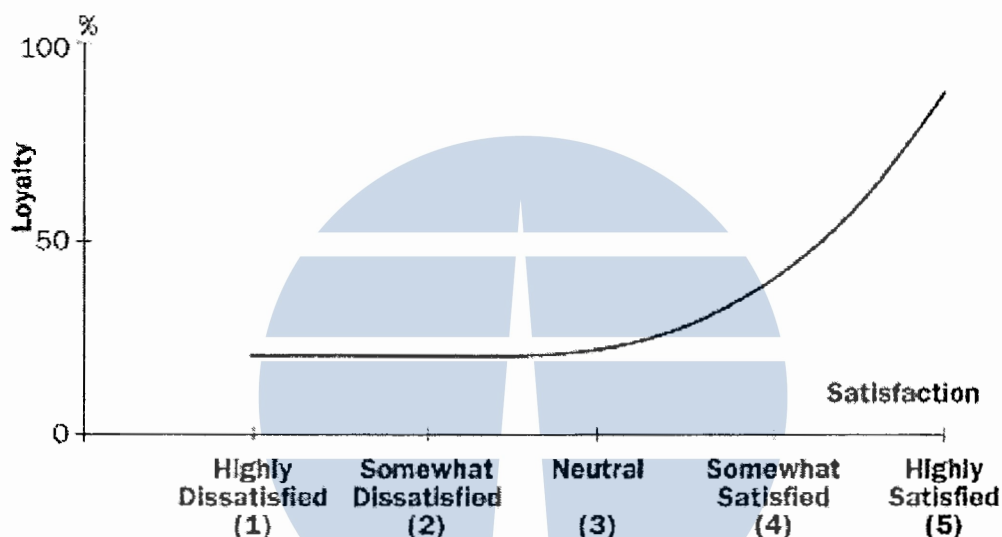
Oliver (1999) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai komitmen mendalam pembelian ulang produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang. Loyalitas pelanggan dianggap penting sejak diketahui berpengaruh secara positif terhadap profitabilitas jangka panjang (Ribbink *et al.*, 2004).

Kehilangan pelanggan baik keseluruhan atau sebagian akan berpengaruh terhadap volume penjualan secara negatif (Zins, 2001). Hubungan antara seorang pelanggan dan penjual setelah transaksi pertama didefinisikan sebagai loyalitas pelanggan (Dehghan, 2006). Pelanggan yang loyal adalah yang terbaik, karena pelayanan lebih murah, biasanya membayar lebih dari pada pelanggan lain, dan bertindak sebagai pemasar bagi perusahaan melalui *word of mouth* (Reinartz dan Kumar, 2002). Merek, produk, dan jasa dapat menciptakan loyalitas, sikap positif, perilaku pembelian ulang, tambahan pembelian, dan rekomendasi (Rowley, 2005).

Program loyalitas pelanggan memiliki dua tujuan, yaitu peningkatan pendapatan penjualan dengan peningkatan pembelian atau pemakaian dan hubungan erat antara pelanggan yang ada dengan merek. Pencapaian tujuan akan meningkatkan keuntungan (Dehghan dan Shahin, 2011). Dehghan dan Shahin (2011) mengatakan pelanggan menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi melalui aktivitas produk atau jasa dengan lebih sering melakukan pembelian ulang dan menghabiskan lebih banyak uang.

Menurut Bowen dan Chen (2001), kepuasan pelanggan tidak sama dengan loyalitas pelanggan. Tecepi (1999) dan Bowen & Chen (2001) menemukan hubungan nonlinear dan asimetrik antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Gambar 2.2 dapat menjelaskan hubungan tersebut.

Gambar 2.2
Hubungan Loyalitas dan Kepuasan



Sumber: Tecepi (1999) *Increasing Brand Loyalty in the Hospitality Industry*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(5), 223 – 229.

Loyalitas siswa menjadi sangat penting bagi organisasi pendidikan yang terkait pendidikan tinggi (Helgesen dan Nasset, 2007). Loyalitas siswa (pelanggan) berkaitan erat dengan 2 faktor, yaitu kepuasan siswa (pelanggan) dan kinerja perguruan tinggi (unit bisnis) (Helgesen dan Nasset, 2007).

Helgesen dan Nasset (2007) menyatakan kepuasan siswa memiliki tingkat keterkaitan paling erat dengan loyalitas siswa, representasi pengaruh total tiga kali lebih besar daripada citra perguruan tinggi. Sumber utama perguruan tinggi swasta adalah sumbangan pendidikan. Oleh karena itu, mempertahankan siswa akan membantu institusi pendidikan mengembangkan aktivitas di masa mendatang. Berdasarkan teori pemasaran, mencari siswa baru lebih mahal daripada mempertahankan siswa yang ada. Retensi siswa membantu perguruan tinggi

mengurangi biaya secara drastic (Reichheld, 1996, Akarapanich, 2006). Perguruan tinggi yang memiliki kemampuan menarik siswa baru dan mempertahankan siswa yang ada berarti beruntung memiliki siswa yang loyal (Oliver *et al.*, 1997; Henning-Thurau *et al.*, 2001; Helgesen dan Nettet, 2007).

Siswa yang loyal dapat berpengaruh terhadap kualitas pengajaran secara positif dengan partisipasi dan perilakunya (Helgesen dan Nettet, 2007). Henning-Thurau *et al.* (2001) menyatakan keterikatan pengajar pada matakuliahnya meningkat bila siswa memiliki motivasi tinggi, berkontribusi pada atmosfir kelas yang menstimulasi pembelajaran. Menurut Henning-Thurau *et al.* (2001), sebagai alumni, siswa yang loyal mau memberikan berbagai sumbangan, memberikan rekomendasi verbal atau tertulis, dan memberikan bantuan-bantuan lain yang berharga bagi perguruan tinggi.

2.1.6 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Lingkungan *Online*

Belanja *online* menciptakan banyak kemudahan bagi pembeli dan penjual. Pelanggan dapat mencari dan memperoleh barang yang dibutuhkannya tanpa harus meninggalkan rumahnya masing-masing. Hal ini memungkinkan penyedia jasa mencari lebih banyak pelanggan. Saat ini, pembelian *online* telah membentuk persepsi positif dari *e-satisfaction* (Szymanski dan Hise, 2000).

Kecepatan pertumbuhan transaksi *online* telah meningkatkan pertanyaan tentang kepuasan pelanggan dan loyalitas pada lingkungan *online* (Wind dan Rangaswamy, 2001). McKinney *et al.* (2002) menemukan bahwa dalam lingkungan *e-commerce* yang bergolak, perusahaan internet perlu mengerti bagaimana kepuasan pelanggan dibentuk untuk mempertahankan pertumbuhan dan pangsa pasar. Ledakan internet telah mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas secara berbeda (Shankar *et al.*, 2003). Pelanggan *online* memiliki lebih banyak alternatif perbandingan dari pada pelanggan *offline*. Szymanski dan

Hise (2000) berpendapat semakin banyak janji yang diberikan pengecer elektronik (*e-retailer*) bahwa pengalaman belanja *online* akan memberikan kepuasan, pemahaman tentang apa yang membentuk kepuasan pelanggan menjadi semakin penting.

Mendapatkan pelanggan melalui internet sangat mahal, tetapi keuntungan akan tetap cukup jika pelanggan melakukan pembelian ulang terus menerus (Hsu, 2008). Sistem *online* menyebabkan kompetisi semakin ketat bagi penyedia jasa, karena sebuah *klik* dapat menyebabkan pelanggan keluar dari situs manapun (Anderson dan Swaminathan, 2011). Srinivasan *et al.* (2002) mengidentifikasi 8 faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan elektronik (*e-loyalty*), yaitu kustomisasi, kontak dan interaktif, pemeliharaan, kepedulian, komunitas, pilihan, kenyamanan dan karakter.

Lingkungan *online* menawarkan lebih banyak kesempatan bagi pembelian dan penjual: bagaimanapun, kesempatan ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas secara berbeda dengan lingkungan *offline* (Shankar *et al.*, 2003). Pemahaman secara jelas tentang hubungan loyalitas dan kepuasan *online* akan membantu pebisnis mengalokasikan anggaran pemasaran secara efisien antara kepuasan dan program loyalitas (Shankar *et al.*, 2003).

2.2 Kerangka Pemikiran

Perilaku aktual seseorang secara langsung mengarahkan niat keperilakuannya (Ajzen, 1991 dalam Song, 2010). Niat keperilakuan adalah pengukuran kemauan seseorang dalam perilaku tertentu (Ajzen, 1991 dalam Song, 2010). Beberapa penelitian menghipotesiskan determinan kunci loyalitas siswa yang direfleksikan melalui niat.

Penelitian membuktikan hubungan persepsi kualitas dengan kepuasan serta integrasi model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* = TAM) dengan Teori Diskonfirmasi Harapan (*Expenctation Disconfirmation Theory* = EDT) (Chiu, et al, 2005;.. Roca, et al, 2006; Wixom & Todd, 2005). Dalam model yang diusulkan, persepsi kualitas

dianggap setara dengan persepsi kinerja pada EDT. Persepsi kualitas jasa dioperasionalkan sebagai evaluasi pasca konsumsi yang secara langsung memprediksi kepuasan siswa dan niat berperilaku dan dihipotesiskan bahwa siswa membangun kembali tingkat baru harapan tentang kualitas pembelajaran online karena mereka menjalani pembelajaran online. Level baru harapan tentang kualitas pembelajaran online yang dapat dianggap sebagai persepsi kebermanfaatan. Kemudian dapat berfungsi untuk memotivasi penggunaan lebih lanjut siswa atau menyebabkan *word of mouth* negatif.

Selanjutnya, hipotesis yang diajukan bahwa persepsi kualitas interaksi secara signifikan akan mempengaruhi kepuasan siswa. Hal ini konsisten dengan asumsi teori proses pembelajaran dan Model Success (Benbunan-fich, et al., 2005; Biggs, 1999; DeLone & McLean, 2003). Sebagai contoh, Benbunan-fich, et al. (2005) dan Biggs (1999) menyatakan bahwa proses pembelajaran sangat tergantung dengan interaksi atau pendekatan pembelajaran siswa secara mendalam, atau kolaborasi daripada belajar mandiri secara langsung mempengaruhi pembelajaran dan kepuasan siswa. DeLone dan McLean (2003) menyatakan tingginya kualitas layanan pembelajaran online dapat diciptakan dari interaksi siswa dengan instruktur/tutor sangat mempengaruhi persepsi kebermanfaatan dan kepuasan pengguna pembelajaran online.

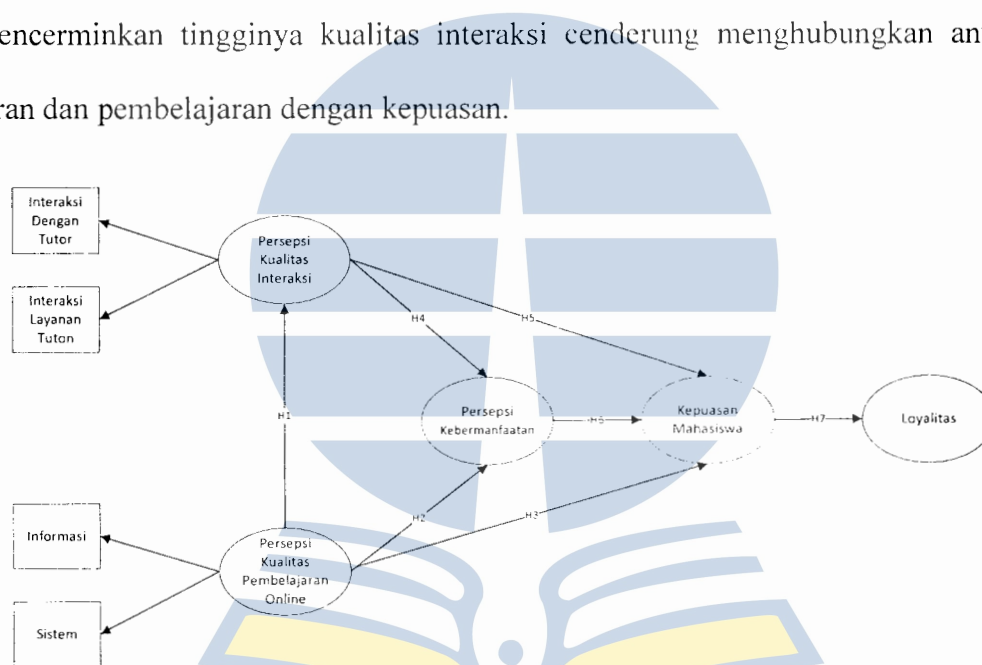
Penelitian pada *e-learning* konteks (Chiu, et al, 2005;. Roca et al, 2006) menunjukkan bahwa persepsi kualitas adalah anteseden kepuasan. Chiu, et al. (2005) dan Roca, et al. (2006) menyatakan bahwa persepsi kinerja diuraikan menjadi persepsi kualitas dan persepsi kebermanfaatan, berpengaruh terhadap niat keberlanjutan pengguna melalui kepuasan. Beberapa penelitian (Boyd, 2008; Rivera & Rowland, 2008; Selim, 2007) melaporkan bahwa keterlibatan aktif instruktur/tutor dalam diskusi berkontribusi terhadap kepuasan siswa terhadap pembelajaran online. Dalam penelitian ini, persepsi kualitas dinilai dari segi kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas interaksi layanan tutor, dan kualitas interaksi dengan tutor.

Pembelajaran online sangat berhubungan dengan aplikasi teknologi, penerimaan teknologi oleh peserta didik akan memainkan peran penting dalam keberhasilan program pembelajaran online. Persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness* = PU) didefinisikan sebagai keyakinan seseorang yang menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Beberapa penelitian teknologi informasi membuktikan bahwa persepsi kebermanfaatan terhadap sistem teknologi informasi memiliki pengaruh positif pada keberhasilan sistem IT (Bhattacharjee, 2001a; Bhattacharjee, 2001b; Davis, 1989). Pada sistem pembelajaran online perlu menemukan sistem serta layanan sebagai alat yang berguna dalam meningkatkan kinerja mereka dalam belajar. Ketika siswa percaya penggunaan sistem belajar online dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas belajar, mereka cenderung mempertimbangkan terus mengikuti pembelajaran online. Dalam situasi telah memiliki pengalaman dari pembelajaran online, niat mereka untuk mengambil pembelajaran online di masa depan akan dipengaruhi oleh perasaan positif atau negatif mereka tentang pembelajaran online. Chiu, et al. (2005) dan Roca, et al., (2006) menemukan bahwa persepsi kegunaan, yang mencakup persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek signifikan pada kepuasan dan akhirnya menyumbang niat keberlanjutan pengguna. Bukti empiris menunjukkan hubungan positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan konstruksi lainnya seperti persepsi kualitas, persepsi kebermanfaatan dan kepuasan (Lu et al, 2009;. Wu & Chen, 2005).

Kepuasan adalah prediktor utama dari niat berperilaku. Dalam penelitian ini, loyalitas terdiri dari item yang mencerminkan niat pembelian ulang. Berdasarkan beberapa penelitian (Bhattacharjee, 2001ab; Khalifa & Liu, 2002;. Liao et al, 2007) menunjukkan bahwa kepuasan adalah indikator kuat dari niat kelanjutan. Khalifa dan Liu (2002) juga menemukan bahwa kepuasan prediktor terkuat pengguna layanan internet. Dalam konteks *e-learning*, beberapa penelitian menemukan bahwa ada hubungan yang kuat antara kepuasan dan keberlanjutan

penggunaan sistem *e-learning* atau program online (Chiu, et al., 2005; Liao et al., 2007; Roca et al., 2006). Khususnya Liao et al. (2007) menemukan bahwa kepuasan indikator terkuat yang menjelaskan 80% varians dalam penelitiannya.

Perilaku aktual seseorang secara langsung dipandu oleh niat berperilaku (*behavioral intention*) (Ajzen, 1991). Niat berperilaku adalah ukuran kekuatan kemauan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor penentu utama dari loyalitas, yang mencerminkan niat kelanjutan pembelajaran online, adalah kepuasan siswa. Menurut Model Teori Interaksi Pembelajaran Online, jenis belajar mengajar yang mencerminkan tingginya kualitas interaksi cenderung menghubungkan antara input pengajaran dan pembelajaran dengan kepuasan.



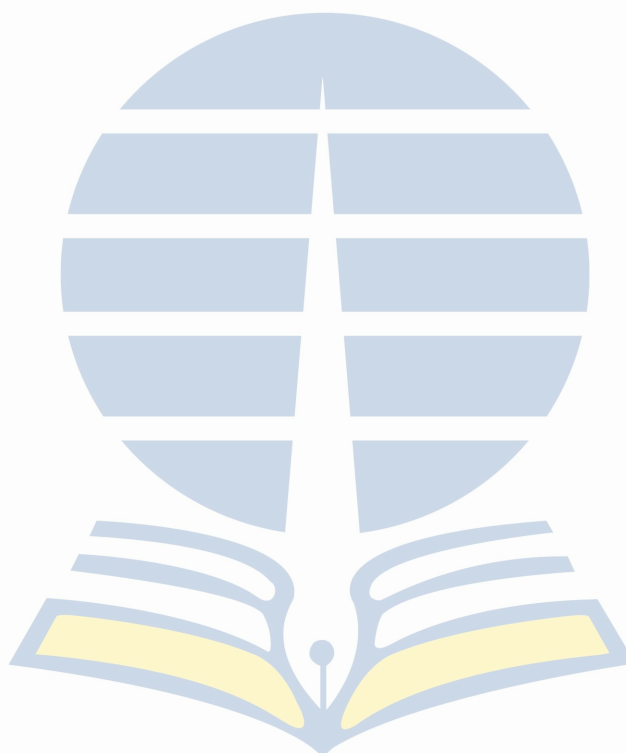
Gambar 2.2
Kerangka Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka ada beberapa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas pembelajaran online dan persepsi kualitas interaksi
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas pembelajaran online dan persepsi kebermanfaatan

3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas pembelajaran online dan kepuasan mahasiswa
4. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas interaksi dan persepsi kebermanfaatan
5. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas interaksi dan kepuasan mahasiswa
6. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa
7. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa dan loyalitas peserta tuton`



BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian pemasaran jasa pendidikan untuk mendapatkan gambaran sejauh mana persepsi kualitas pembelajaran online dan kualitas interaksi serta persepsi kebermanfaatan sebagai penyebab terbentuknya kepuasan serta dampaknya pada loyalitas peserta tutorial online Fakultas Ekonomi UT (FE UT). Oleh karena itu, diperlukan suatu survei terhadap perilaku dan sikap mahasiswa FE UT.

Mahasiswa peserta tutorial online FE UT adalah subjek penelitian yang diminta kesediaannya menjadi responden. Populasi mahasiswa yang dipilih sebagai unit pengamatan dan analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa peserta tutorial tahun 2017.2.

Objek penelitian ini adalah Universitas Terbuka sebagai perguruan tinggi jarak jauh yang menggunakan tutorial online (*e-learning*) sebagai salah satu sarana pembelajaran.

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan tinjauan ekonomi manajemen dan berfokus pada bidang kajian manajemen pemasaran jasa pendidikan, terutama menyangkut perilaku mahasiswa FE UT.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas pembelajaran online dan kualitas interaksi serta persepsi kebermanfaatan sebagai penyebab terbentuknya kepuasan serta dampaknya pada loyalitas peserta tutorial online FE UT. Oleh karena itu, pendekatan penelitian ini sesuai tujuannya menggunakan pendekatan *descriptive research* dan *causal research*.

Metode atau teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan survei, yaitu penelitian lapangan yang dilakukan terhadap beberapa anggota *sample* dari suatu populasi tertentu untuk mengetahui persepsi sebagian populasi tersebut terhadap objek penelitian

sehingga didapat data atau keterangan aktual. Data yang dikumpulkan berupa data primer dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Selain itu, data diperoleh melalui wawancara mendalam kepada berbagai pihak yang terkait dalam pelaksanaan tutorial online.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pada dasarnya data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi 5 variabel, yaitu:

1. Variabel exogenous persepsi kualitas pembelajaran online yang dibagi menjadi dimensi kualitas informasi dan kualitas sistem.
2. Variabel exogenous persepsi kualitas interaksi yang dibagi menjadi dimensi kualitas interaksi layanan dan kualitas interaksi tutor.
3. Variabel endogenous Persepsi Kebermanfaatan.
4. Variabel endogenous Kepuasan Mahasiswa.
5. Variabel endogenous Loyalitas Peserta Tutor .

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel/Dimensi	Indikator	Kode	Sumber	
1.	Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_1)	1) Informasi (η_1)	i. Akurat	INF1 – INF8	Barnes & Vidgen (2002); Paechter et al. (2010); Sherry et al. (1998)
			ii. Mendukung tujuan		
			iii. Tepat waktu		
			iv. Relevan		
			v. Mudah dipahami		
			vi. Kesesuaian		
			vii. Sesuai format		
	2) Sistem (η_2)	i. Moodle	STM1 – STM9		
		ii. Jelas dan dimengerti			
		iii. Kemudahan sistem navigasi			
		iv. Kemudahan penggunaan			
		v. Tampilan menarik			
		vi. Kecepatan browsing			
		vii. Kecocokan desain OL			
		viii. Sesuai kompetensi			

		ix.	Menciptakan pengalaman positif		
2.	Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_2)				
	1) Interaksi dengan tutor (η_3)	i.	Tutor mudah dihubungi	TUT1 – TUT8	
		ii.	Kompetensi tutor		
		iii.	Kecepatan umpan balik		
		iv.	Dukungan tutor		
		v.	Hubungan pribadi dengan tutor		
		vi.	Pendapat tutor		
		vii.	Pertanyaan tutor		
	2) Interaksi layanan tuton (η_4)	i.	Reputasi	INT1 – INT8	
		ii.	Kenyamanan		
		iii.	Keamanan informasi pribadi		
		iv.	Personalisasi pribadi		
		v.	Menciptakan komunitas pembelajaran		
		vi.	Mudah mengkomunikasikan kebutuhan		
		vii.	Kelancaran proses pembelajaran		
3.	Persepsi Kebermanfaatan (η_5)	i.	Peningkatan kinerja	MAN1 – MAN4	Roca et al. (2006)
		ii.	Peningkatan efektivitas pembelajaran		
		iii.	Kegunaan bagi peserta		
4.	Kepuasan Mahasiswa (η_6)	i.	Perbandingan dengan program lain	KEP1 – KEP6	Oliver (1997); Keaveney & Young (1997)
		ii.	Kepuasan terhadap kualitas		
		iii.	Kesesuaian dengan biaya		
		iv.	Kualitas tuton		
		v.	Kepuasan terhadap prodi		
		vi.	Kepuasan terhadap fakultas		
5.	Loyalitas Peserta Tuton (η_7)	i.	Mengikuti tuton hingga selesai	LOY1 – LOY6	Hennig – Thureau et al. (2001); Eggert & Ulaga (2002)
		ii.	Mengikuti tuton matakuliah lain		
		iii.	Rekomendasi		
		iv.	Mengatakan hal-hal positif		
		v.	Berniat mengikuti tuton di masa datang		

3.3 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat 2 jenis data yang diperlukan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui metode survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui situs *google docs*. Sementara data sekunder diperoleh dan dikumpulkan dari berbagai wawancara, literatur, buku, jurnal, tesis, disertasi, dan data dari internet yang dianggap relevan. Pengukuran data yang akan dilakukan menggunakan skala Likert dengan ukuran sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang efektif dan efisien diperlukan untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Pertama kali yang dilakukan adalah mendapatkan data sekunder internal yang didapat dari UT sebagai penyedia jasa pendidikan berupa jumlah peserta tutorial online masa registrasi 2017.2. Sedangkan sumber data sekunder eksternal yang diperlukan adalah jurnal-jurnal, buku-buku referensi, dan publikasi-publikasi lain yang terkait sebagai sumber kepustakaan.

Untuk memenuhi persyaratan data dari penelitian ini, data sekunder perlu dilengkapi dengan data primer yang dikumpulkan khusus dalam penelitian ini. Data primer diperoleh dari sumber pertama secara individu, yang dalam penelitian ini akan digunakan metode interview dengan kuesioner.

Kuesioner yang diajukan bertipe pertanyaan tertutup terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian A dan B. Bagian A adalah kuesioner tentang profil demografi dan perilaku mahasiswa sebagai responden. Bagian B merupakan kuesioner untuk menilai variabel kualitas pembelajaran online, kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan, kepuasan, dan loyalitas.

Kuesioner akan didistribusikan kepada responden melalui situs survei *google docs* secara online. Pertama-tama, peneliti perlu menyiapkan kuesioner yang akan diisi responden

dengan mengunggahnya di situs *google docs*. Disamping itu, peneliti harus menyiapkan basis data peserta tutorial online yang diperoleh dari PBB UT.

Setelah kuesioner online dan basis data peserta tutorial online siap, maka mahasiswa yang memenuhi kriteria sebagai responden akan diundang melalui surel untuk ikut serta mengisi kuesioner secara online di *google docs*.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Terbuka pengguna tutorial online masa registrasi 2017.2. Sedangkan sampel yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi pengguna tutorial online pada masa registrasi 2017.2.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Malhotra (2010), *nonprobability sampling* mengandalkan pertimbangan pribadi dari peneliti dalam kesempatan untuk memilih elemen sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *judgemental sampling*, yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Pemilihan metode dan teknik yang digunakan didasari pertimbangan kemudahan peneliti untuk memperoleh sampel sesuai dengan kriteria dan sampel yang dipilih dapat menjawab kuesioner dengan lebih baik.

Dalam penelitian ini dipertimbangkan unit sampel berdasarkan permasalahan serta tujuan penelitian, yaitu mahasiswa UT yang mengikuti tutorial online. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala likert 1 – 5. Analisis multivariat yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling*. pertimbangan analisis ini merupakan perluasan dari beberapa teknik multivariat termasuk multiregresi dan analisis faktor yang mampu menjelaskan hubungan variabel dependen secara simultan.

Berkaitan dengan identifikasi masalah penelitian yang akan mencari hubungan atau pengaruh dari beberapa variabel terhadap loyalitas mahasiswa, sesuai dengan teknik analisis

yang digunakan, maka ukuran sampel yang *acceptable* adalah minimal 5 – 10 kali jumlah pertanyaan, yaitu $5 \times 490 = 245$. Jumlah ini merupakan ukuran sampel yang diperlukan melalui SEM dengan metode estimasi *Maximum Likelihood* (MLE). MLE merupakan prosedur estimasi yang umum digunakan dalam SEM untuk memberikan suatu hasil yang valid (Hair *et al.*, 1998 dalam Wijanto, 2008).

3.6 Metode Analisis

Pengumpulan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam 3 langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Sehubungan penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif, maka untuk analisis data digunakan 2 pendekatan yaitu metode analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui gambaran karakteristik responden dan penilaian responden secara keseluruhan terhadap setiap indikator variabel penelitian. Sedangkan analisis verifikatif bertujuan menguji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling* = SEM). SEM dikenal juga dengan *Linear Structural Relationship* (LISREL) ini digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat di antara *latent variable* yang tidak dapat diukur secara langsung. SEM memiliki 2 bagian, yaitu *Measurement Model* dan *Structural Model*. Bagian pertama, model pengukuran digunakan untuk menghubungkan variabel teramati dengan *latent variable*. Bagian kedua SEM ialah model struktural. Model ini memperlihatkan hubungan sebab akibat diantara *latent variable*. Model persamaan struktural sering dinyatakan dalam diagram path. Berbeda dengan analisis regresi, SEM bisa terdapat beberapa variabel *endogenous* (dependen) dan variabel *endogenous* ini bisa menjadi variabel *exogenous* (independen) bagi variabel *endogenous* yang lain (Hair *et al.*, 1998 dalam Wijanto, 2008).

Kemudian dilanjutkan dengan menyiapkan pasangan data dari variabel *endogenous* dan *exogenous* dari populasi penelitian untuk mengetahui tingkat pengaruh antar variabel bebas

terhadap loyalitas, kemudian hipotesis penelitian akan diuji secara serempak dengan menggunakan SEM. Menurut Hair *et al.* (1998) ada 7 langkah yang harus dilakukan bila menggunakan SEM yaitu:

1. Membangun model yang berbasis teori

SEM berdasar pada hubungan sebab akibat dimana perubahan yang terjadi pada suatu variabel diasumsikan untuk menghasilkan perubahan pada variabel yang lain. Pada tahap ini model teoritis dikembangkan sesuai dengan model yang akan diamati yang mana hal ini sudah tercermin dalam kerangka pemikiran.

2. Membangun diagram alur hubungan sebab akibat

Menggambarkan hubungan antar variabel pada sebuah diagram alur secara khusus dapat membantu dalam menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat antar konstruk dari model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama. Diagram alur menggambarkan hubungan antar konstruk dengan anak panah yang digambarkan lurus menunjukkan hubungan kausal langsung dari suatu konstruk ke konstruk lainnya.

Konstruk eksogen dikenal sebagai variabel independen yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung anak panah.

3. Menggambarkan diagram alur kedalam persamaan matematis

Berdasarkan konsep penelitian pada tahap 2 di atas dikonfirmasi dalam bentuk matematis. Persamaan yang dibangun dari diagram alur yang dikonversi terdiri atas:

- Persamaan struktural menyatakan hubungan kausalitas untuk menguji hipotesis
- Model pengukuran menyatakan hubungan kausalitas antara indikator dengan variabel penelitian (latent)

Adapun persamaan umum model matematis SEM/LISREL adalah sebagai berikut:

Model struktural: $\eta = \Gamma\xi + B\eta + \zeta$

Model pengukuran x: $X = \Lambda x + \delta$

Model pengukuran y: $Y = \Lambda y + \varepsilon$

4. Memilih tipe matriks input

Dalam pengujian matriks input yang digunakan adalah matriks korelasi.

5. Menaksir identifikasi persamaan model

Masalah dalam identifikasi pada prinsipnya adalah pada problem mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan tersebut untuk menghasilkan estimasi yang baik. Pada langkah kelima ini dapat dilakukan dengan melihat:

- Standard error yang lebih besar untuk satu atau lebih koefisien
- Korelasi yang tinggi (lebih besar atau sama dengan 0,9) diantara koefisien estimasi.

6. Interpretasi model dan hasil pengujian. Pada tahap ini hasil diinterpretasikan dan dikaji secara teoritis dan mendalam. Penjelasan-penjelasan logis diuraikan atas temuan.

Pengujian hipotesis secara serempak dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM adalah salah satu teknik analisis data multivariate yang merupakan perpaduan atau gabungan antara analisis jalur dan analisis faktor (Hair *et al.*, 1998). Beberapa konvensi yang berlaku dalam diagram SEM adalah:

1. Variabel terukur atau *observed variable* digambarkan dalam bentuk segi empat atau bujursangkar.
2. Faktor merupakan variabel bentukan atau sering disebut *latent variable* dan digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran atau elips.
3. Hubungan antar variabel dinyatakan dalam bentuk garis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Dari pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara online yang telah diisi oleh 405 responden, maka diperoleh data-data karakteristik mahasiswa pengguna tutorial online Universitas Terbuka. Karakteristik meliputi umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir dan asal UPBJJ.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Proporsi
Umur	< 21 tahun	16,0%
	21 – 25 tahun	40,0%
	26 – 30 tahun	21,5%
	31 – 35 tahun	12,3%
	> 35 tahun	10,1%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	56,0%
	Perempuan	44,%
Pekerjaan	Pegawai Negeri Sipil	18,5%
	Polisi/Tentara	0,2%
	Pegawai Swasta	48,4%
	Wiraswasta	9,6%
	Belum Bekerja	8,9%
	Lain-Lain	14,3%
Pendidikan Terakhir	SMA	41,2%
	SMK	37,8%
	Diploma	18,8%
	Sarjana	1,5%
	Pascasarjana	0,7%
UPBJJ	Jakarta	14,6%
	Bandung	4,4%

Batam	3,7%
Bogor	4,4%
Purwokerto	3,5%
Samarinda	3,5%
Semarang	5,9%
Denpasar	5,2%
Surabaya	5,7%
Pangkal Pinang	3,7%
Lain-Lain	< 3,0%

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menggambarkan tanggapan responden terhadap masing-masing item pernyataan. Pernyataan dikategorikan menjadi 5 kategori, yaitu sangat baik (5), baik (4), cukup baik (3), tidak baik (2) dan sangat tidak baik (1).

4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas Pembelajaran Online

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Sistem

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	STM1	95	147	126	26	8	402	1501	2010	3.73	Baik
		23,6%	36,6%	31,3%	6,5%	2,0%	100,0%	74,7%			
2	STM2	108	157	113	22	2	402	1553	2010	3.86	Baik
		26,9%	39,1%	28,1%	5,5%	0,5%	100,0%	77,3%			
3	STM3	132	149	105	14	2	402	1601	2010	3.98	Baik
		32,8%	37,1%	26,1%	3,5%	0,5%	100,0%	79,7%			
4	STM4	94	140	133	27	8	402	1491	2010	3.71	Baik
		23,4%	34,8%	33,1%	6,7%	2,0%	100,0%	74,2%			
5	STM5	92	155	111	36	8	402	1493	2010	3.71	Baik
		22,9%	38,6%	27,6%	9,0%	2,0%	100,0%	74,3%			
6	STM6	105	162	116	13	6	402	1553	2010	3.86	Baik
		26,1%	40,3%	28,9%	3,2%	1,5%	100,0%	77,3%			
7	STM7	115	142	120	21	4	402	1549	2010	3.85	Baik
		28,6%	35,3%	29,9%	5,2%	1,0%	100,0%	77,1%			
8	STM8	135	171	80	14	2	402	1629	2010	4.05	Baik
		33,6%	42,5%	19,9%	3,5%	0,5%	100,0%	81,0%			
Jumlah Skor Total								12370			Baik
Persentase Total								76,9%			
Rata-rata Total								3,85			

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Sistem. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Kualitas Sistem.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode STM1 memiliki skor total sebesar 1501 dengan presentase 74,7% dan berada pada kategori Baik.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode STM2 memiliki skor total sebesar 1553 dengan presentase 77,3% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode STM3 memiliki skor total sebesar 1601 dengan presentase 79,7% dan berada pada kategori Baik.
4. Pernyataan 4 = Pada pernyataan dengan kode STM4 memiliki skor total sebesar 1491 dengan presentase 74,2% dan berada pada kategori Baik.
5. Pernyataan 5 = Pada pernyataan dengan kode STM5 memiliki skor total sebesar 1493 dengan presentase 74,3% dan berada pada kategori Baik.
6. Pernyataan 6 = Pada pernyataan dengan kode STM6 memiliki skor total sebesar 1553 dengan presentase 77,3% dan berada pada kategori Baik.
7. Pernyataan 7 = Pada pernyataan dengan kode STM7 memiliki skor total sebesar 1549 dengan presentase 77,1% dan berada pada kategori Baik.
8. Pernyataan 8 = Pada pernyataan dengan kode STM8 memiliki skor total sebesar 1629 dengan presentase 81,0% dan berada pada kategori Baik.

Kualitas Sistem memiliki skor total sebesar 12370 dengan presentase 76,9% dan berada pada kategori Baik.

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	INF1	107	167	104	19	5	402	1558	2010	3,88	Baik
		26,6%	41,5%	25,9%	4,7%	1,2%	100,0%	77,5%			
2	INF2	109	165	96	28	4	402	1553	2010	3,86	Baik
		27,1%	41,0%	23,9%	7,0%	1,0%	100,0%	77,3%			
3	INF3	98	171	100	27	6	402	1534	2010	3,82	Baik
		24,4%	42,5%	24,9%	6,7%	1,5%	100,0%	76,3%			
4	INF4	109	178	100	14	1	402	1586	2010	3,95	Baik
		27,1%	44,3%	24,9%	3,5%	0,2%	100,0%	78,9%			
5	INF5	100	165	112	22	3	402	1543	2010	3,84	Baik
		24,9%	41,0%	27,9%	5,5%	0,7%	100,0%	76,8%			
6	INF6	115	163	98	21	5	402	1568	2010	3,90	Baik
		28,6%	40,5%	24,4%	5,2%	1,2%	100,0%	78,0%			
7	INF7	164	152	63	18	5	402	1658	2010	4,12	Baik
		40,8%	37,8%	15,7%	4,5%	1,2%	100,0%	82,5%			
Jumlah Skor Total									11000		Baik
Persentase Total									78,2%		
Rata-rata Total									3,91		

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Informasi. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Kualitas Informasi.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode INF1 memiliki skor total sebesar 1558 dengan presentase 77,5% dan berada pada kategori Baik.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode INF2 memiliki skor total sebesar 1553 dengan presentase 77,3% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode INF3 memiliki skor total sebesar 1534 dengan presentase 76,3% dan berada pada kategori Baik.
4. Pernyataan 4 = Pada pernyataan dengan kode INF4 memiliki skor total sebesar 1586 dengan presentase 78,9% dan berada pada kategori Baik.
5. Pernyataan 5 = Pada pernyataan dengan kode INF5 memiliki skor total sebesar 1543 dengan presentase 76,8% dan berada pada kategori Baik.

6. Pernyataan 6 = Pada pernyataan dengan kode INF6 memiliki skor total sebesar 1568 dengan presentase 78,0% dan berada pada kategori Baik.
7. Pernyataan 7 = Pada pernyataan dengan kode INF7 memiliki skor total sebesar 1658 dengan presentase 82,5% dan berada pada kategori Baik.

Kualitas Informasi memiliki skor total sebesar 11000 dengan presentase 78,2% dan berada pada kategori Baik.

Tabel 4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas Pembelajaran Online

No	Dimensi	Skor Total	Persentase	Rata-rata	Kriteria
1	Kualitas Sistem	12370	76,9%	3,85	Baik
2	Kualitas Informasi	11000	78,2%	3,91	Baik
Jumlah Skor Total		23370			Baik
Persentase Total		77,6%			
Rata-rata Total		3,88			

Tabel diatas menggambarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai Persepsi Kualitas Pembelajaran Online. Dari tabel diatas terlihat bahwa penilaian tertinggi terdapat pada Kualitas Informasi sebesar 78.2% dan yang terendah terdapat pada Kualitas Sistem dengan presentase sebesar 76,9%. Dan rata-rata penilaian terhadap Persepsi Kualitas Pembelajaran Online sebesar 77,6%. Kriteria penilaian variabel Persepsi Kualitas Pembelajaran Online termasuk dalam kriteria baik karena semua dimensi pada variabel Persepsi Kualitas Pembelajaran Online juga termasuk dalam kriteria baik.

4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas Interaksi

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Interaksi Layanan Tutor

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	LAY1	130	173	82	14	3	402	1619	2010	4,03	Baik
		32,3%	43,0%	20,4%	3,5%	0,7%	100,0%	80,5%			
2	LAY2	128	169	85	17	3	402	1608	2010	4,00	Baik
		31,8%	42,0%	21,1%	4,2%	0,7%	100,0%	80,0%			
3	LAY3	164	161	67	8	2	402	1683	2010	4,19	Baik
		40,8%	40,0%	16,7%	2,0%	0,5%	100,0%	83,7%			

4	LAY4	181	153	61	6	1	402	1713	2010	4,26	Baik
		45,0%	38,1%	15,2%	1,5%	0,2%	100,0%	85,2%			
5	LAY5	133	160	82	22	5	402	1600	2010	3,98	Baik
		33,1%	39,8%	20,4%	5,5%	1,2%	100,0%	79,6%			
6	LAY6	114	143	114	24	7	402	1539	2010	3,83	Baik
		28,4%	35,6%	28,4%	6,0%	1,7%	100,0%	76,6%			
7	LAY7	115	173	97	12	5	402	1587	2010	3,95	Baik
		28,6%	43,0%	24,1%	3,0%	1,2%	100,0%	79,0%			
Jumlah Skor Total								11349	Baik		
Persentase Total								80,7%			
Rata-rata Total								4,03			

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Interaksi Layanan Tutor. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Kualitas Interaksi Layanan Tutor.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode LAY1 memiliki skor total sebesar 1619 dengan presentase 80,5% dan berada pada kategori Baik.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode LAY2 memiliki skor total sebesar 1608 dengan presentase 80,0% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode LAY3 memiliki skor total sebesar 1683 dengan presentase 83,7% dan berada pada kategori Baik.
4. Pernyataan 4 = Pada pernyataan dengan kode LAY4 memiliki skor total sebesar 1713 dengan presentase 85,2% dan berada pada kategori Baik.
5. Pernyataan 5 = Pada pernyataan dengan kode LAY5 memiliki skor total sebesar 1600 dengan presentase 79,6% dan berada pada kategori Baik.
6. Pernyataan 6 = Pada pernyataan dengan kode LAY6 memiliki skor total sebesar 1539 dengan presentase 76,6% dan berada pada kategori Baik.
7. Pernyataan 7 = Pada pernyataan dengan kode LAY7 memiliki skor total sebesar 1587 dengan presentase 79,0% dan berada pada kategori Baik.

Kualitas Interaksi Layanan memiliki skor total sebesar 11349 dengan presentase 80,7% dan berada pada kategori Baik.

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Interaksi Tutor

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	TUT1	69	116	151	43	23	402	1371	2010	3,41	Cukup
		17,2%	28,9%	37,6%	10,7%	5,7%	100,0%	68,2%			
2	TUT2	103	163	114	18	4	402	1549	2010	3,85	Baik
		25,6%	40,5%	28,4%	4,5%	1,0%	100,0%	77,1%			
3	TUT3	76	127	131	55	13	402	1404	2010	3,49	Cukup
		18,9%	31,6%	32,6%	13,7%	3,2%	100,0%	69,9%			
4	TUT4	115	129	116	37	5	402	1518	2010	3,78	Baik
		28,6%	32,1%	28,9%	9,2%	1,2%	100,0%	75,5%			
5	TUT5	94	105	137	41	25	402	1408	2010	3,50	Cukup
		23,4%	26,1%	34,1%	10,2%	6,2%	100,0%	70,0%			
6	TUT6	82	125	136	40	19	402	1417	2010	3,52	Cukup
		20,4%	31,1%	33,8%	10,0%	4,7%	100,0%	70,5%			
7	TUT7	129	128	110	30	5	402	1552	2010	3,86	Baik
		32,1%	31,8%	27,4%	7,5%	1,2%	100,0%	77,2%			
Jumlah Skor Total									10219		Cukup
Persentase Total									72,6%		
Rata-rata Total									3,63		

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Interaksi Tutor. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Kualitas Interaksi Tutor.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode TUT1 memiliki skor total sebesar 1371 dengan presentase 68,2% dan berada pada kategori Cukup.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode TUT2 memiliki skor total sebesar 1549 dengan presentase 77,1% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode TUT3 memiliki skor total sebesar 1404 dengan presentase 69,9% dan berada pada kategori Cukup.
4. Pernyataan 4 = Pada pernyataan dengan kode TUT4 memiliki skor total sebesar 1518 dengan presentase 75,5% dan berada pada kategori Baik.

5. Pernyataan 5 = Pada pernyataan dengan kode TUT5 memiliki skor total sebesar 1408 dengan presentase 70,0% dan berada pada kategori Cukup.
6. Pernyataan 6 = Pada pernyataan dengan kode TUT6 memiliki skor total sebesar 1417 dengan presentase 70,5% dan berada pada kategori Cukup.
7. Pernyataan 7 = Pada pernyataan dengan kode TUT7 memiliki skor total sebesar 1552 dengan presentase 77,2% dan berada pada kategori Baik.

Kualitas Interaksi Tutor memiliki skor total sebesar 10219 dengan presentase 72,6% dan berada pada kategori Cukup.

Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas Interaksi

No	Dimensi	Skor Total	Persentase	Rata-rata	Kriteria
1	Kualitas Interaksi Layanan	11349	80,7%	4,03	Baik
2	Kualitas Interaksi Tutor	10219	72,6%	3,63	Cukup
Jumlah Skor Total		21568			Baik
Persentase Total		76,6%			
Rata-rata Total		3,83			

Tabel diatas menggambarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai Persepsi Kualitas Interaksi. Dari tabel diatas terlihat bahwa penilaian tertinggi terdapat pada Kualitas Interaksi Layanan sebesar 80.7% dan yang terendah terdapat pada Kualitas Interaksi Tutor dengan presentase sebesar 72.6%. Dan rata-rata penilaian terhadap Persepsi Kualitas Interaksi (X1) sebesar 76,6%. Kriteria penilaian variabel Persepsi Kualitas Interaksi (X1) termasuk dalam kriteria baik karena semua dimensi pada variabel Persepsi Kualitas Interaksi (X1) juga termasuk dalam kriteria Baik.

4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kebermanfaatan Tabel

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kebermanfaatan

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	MAN1	113	154	108	25	2	402	1557	2010	3,87	Baik
		28,1%	38,3%	26,9%	6,2%	0,5%	100,0%	77,5%			
2	MAN2	112	184	82	22	2	402	1588	2010	3,95	Baik
		27,9%	45,8%	20,4%	5,5%	0,5%	100,0%	79,0%			
3	MAN3	159	149	81	11	2	402	1658	2010	4,12	Baik
		39,6%	37,1%	20,1%	2,7%	0,5%	100,0%	82,5%			
Jumlah Skor Total								4803			
Persentase Total								79,7%	Baik		
Rata-rata Total								3,98			

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Persepsi Kebermanfaatan. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Persepsi Kebermanfaatan.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode MAN1 memiliki skor total sebesar 1557 dengan presentase 77,5% dan berada pada kategori Baik.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode MAN2 memiliki skor total sebesar 1588 dengan presentase 79,0% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode MAN3 memiliki skor total sebesar 1658 dengan presentase 82,5% dan berada pada kategori Baik.

Persepsi Kebermanfaatan memiliki skor total sebesar 4803 dengan presentase 79,7% dan berada pada kategori Baik.

4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	KEP1	86	112	127	61	16	402	1397	2010	3,48	Cukup
		21,4%	27,9%	31,6%	15,2%	4,0%	100,0%	69,5%			
2	KEP2	90	145	130	31	6	402	1488	2010	3,70	Baik
		22,4%	36,1%	32,3%	7,7%	1,5%	100,0%	74,0%			
3	KEP3	141	146	95	17	3	402	1611	2010	4,01	Baik
		35,1%	36,3%	23,6%	4,2%	0,7%	100,0%	80,1%			
4	KEP4	113	167	102	17	3	402	1576	2010	3,92	Baik
		28,1%	41,5%	25,4%	4,2%	0,7%	100,0%	78,4%			
5	KEP5	111	153	111	24	3	402	1551	2010	3,86	Baik
		27,6%	38,1%	27,6%	6,0%	0,7%	100,0%	77,2%			
Jumlah Skor Total								7623			
Persentase Total								75,9%	Baik		
Rata-rata Total								3,79			

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Kepuasan. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Kepuasan.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode KEP1 memiliki skor total sebesar 1397 dengan presentase 69,5% dan berada pada kategori Cukup.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode KEP2 memiliki skor total sebesar 1488 dengan presentase 74,0% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode KEP3 memiliki skor total sebesar 1611 dengan presentase 80,1% dan berada pada kategori Baik.
4. Pernyataan 4 = Pada pernyataan dengan kode KEP4 memiliki skor total sebesar 1576 dengan presentase 78,4% dan berada pada kategori Baik.
5. Pernyataan 5 = Pada pernyataan dengan kode KEP5 memiliki skor total sebesar 1551 dengan presentase 77,2% dan berada pada kategori Baik.

Kepuasan memiliki skor total sebesar 7623 dengan presentase 75,9% dan berada pada kategori Baik.

4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Rata-rata	Kriteria
1	LOY1	208	104	70	15	5	402	1701	2010	4,23	Baik
		51,7%	25,9%	17,4%	3,7%	1,2%	100,0%	84,6%			
2	LOY2	149	128	91	21	13	402	1585	2010	3,94	Baik
		37,1%	31,8%	22,6%	5,2%	3,2%	100,0%	78,9%			
3	LOY3	167	128	81	16	10	402	1632	2010	4,06	Baik
		41,5%	31,8%	20,1%	4,0%	2,5%	100,0%	81,2%			
4	LOY4	187	123	82	6	4	402	1689	2010	4,20	Baik
		46,5%	30,6%	20,4%	1,5%	1,0%	100,0%	84,0%			
5	LOY5	203	117	63	14	5	402	1705	2010	4,24	Baik
		50,5%	29,1%	15,7%	3,5%	1,2%	100,0%	84,8%			
Jumlah Skor Total								8312			Baik
Persentase Total								82,7%			
Rata-rata Total								4,14			

Tabel diatas menggambarkan tanggapan responden mengenai Loyalitas. Berikut merupakan perolehan hasil dari masing-masing pernyataan pada Loyalitas.

1. Pernyataan 1 = Pada pernyataan dengan kode LOY1 memiliki skor total sebesar 1701 dengan presentase 84,6% dan berada pada kategori Cukup.
2. Pernyataan 2 = Pada pernyataan dengan kode LOY2 memiliki skor total sebesar 1585 dengan presentase 78,9% dan berada pada kategori Baik.
3. Pernyataan 3 = Pada pernyataan dengan kode LOY3 memiliki skor total sebesar 1632 dengan presentase 81,2% dan berada pada kategori Baik.
4. Pernyataan 4 = Pada pernyataan dengan kode LOY4 memiliki skor total sebesar 1689 dengan presentase 84,0% dan berada pada kategori Baik.
5. Pernyataan 5 = Pada pernyataan dengan kode LOY5 memiliki skor total sebesar 1705 dengan presentase 84,8% dan berada pada kategori Baik.

Loyalitas memiliki skor total sebesar 8312 dengan presentase 82,7% dan berada pada kategori Baik.

4.3 Uji Kecocokan Seluruh Model

Pertama-tama dilakukan uji kecocokan keseluruhan model. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis *Goodness of Fit* (GoF) statistik model berdasarkan pedoman-pedoman ukuran-ukuran tertentu.

Tabel 4.11 *Goodness of Fit* Pengujian Model Penelitian

	Nilai yang Direkomendasikan	Hasil Penelitian
<i>Absolute Fit Measures</i>		
<i>Goodness-of-fit Index (GFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,628
<i>Root mean square error of approximation (RMSEA)</i>	RMSEA $\leq 0,08$ berarti model fit dengan data, 0,9 – 1,0 berarti model cukup fit dengan data	0,113
<i>Expected cross-validation index (ECVI)</i>		12,869
<i>Incremental Fit Measures</i>		
<i>Adjusted goodness-of-fit Index (AGFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,587
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,968
<i>Tucker-Lewis Index (TLI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,974
<i>Parsimonious Fit Measures</i>		
<i>Comparative fit index (CFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,976
<i>Incremental fit index (IFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,976
<i>Relative fit index (RFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,967
<i>Parsimonious normed fit index (PNFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,913
<i>Parsimonious GFI (PGFI)</i>	$\geq 0,90$ Model Fit	0,565

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai RMSEA 0,113 menunjukkan bahwa model cukup fit, sedangkan berdasarkan indikator lainnya model cukup fit.

4.4 Analisis Model Pengukuran

Berdasarkan tabel berikut dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki *loading factor* (λ) $\geq 0,5$. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator pada masing-masing variabel valid.

Semua nilai CR > 0,7 dan nilai VE > 0,5 menunjukkan masing-masing variabel memiliki reliabilitas yang baik.

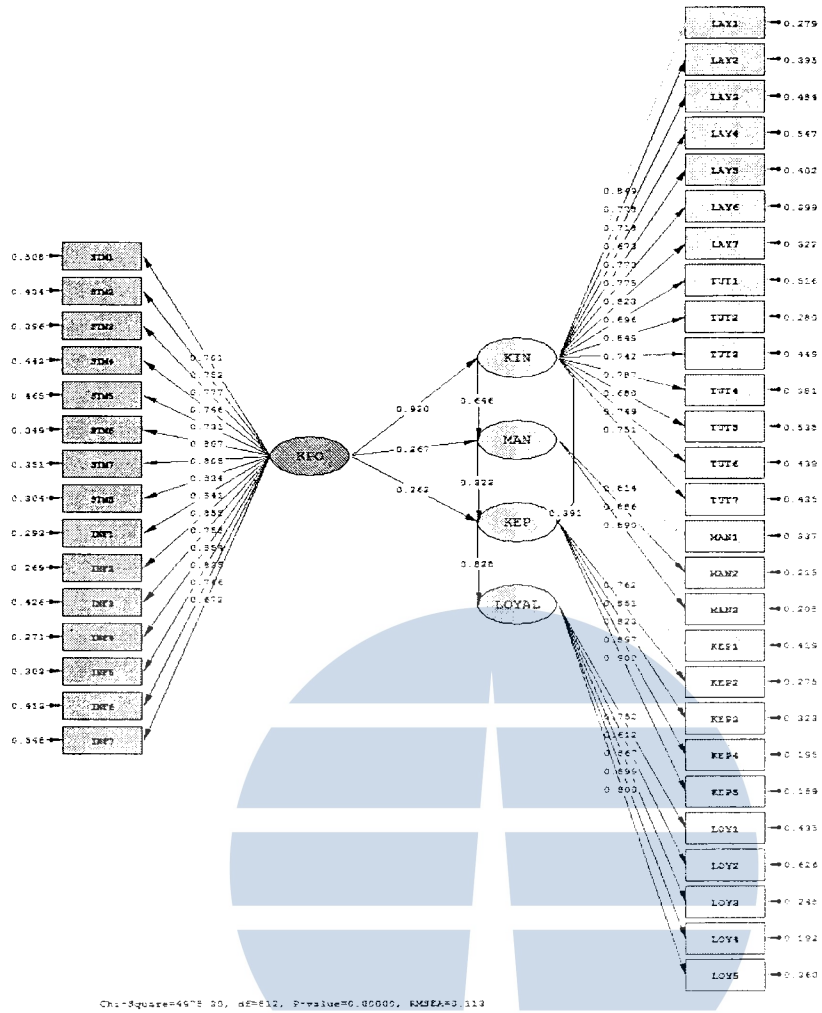
Tabel 4.12 Validitas dan Reliabilitas Variabel

Variabel	λ	λ^2	e	CR	VE
Kualitas Sistem					
STM1	0,722	0,521	0,479	0,937	0,7
STM2	0,809	0,654	0,346		
STM3	0,831	0,691	0,309		
STM4	0,774	0,599	0,401		
STM5	0,772	0,596	0,404		
STM6	0,863	0,745	0,255		
STM7	0,855	0,731	0,269		
STM8	0,815	0,664	0,336		
Kualitas Informasi					
INF1	0,875	0,766	0,234	0,936	0,7
INF2	0,896	0,803	0,197		
INF3	0,765	0,585	0,415		
INF4	0,894	0,799	0,201		
INF5	0,833	0,694	0,306		
INF6	0,802	0,643	0,357		
INF7	0,669	0,448	0,552		
Kualitas Interaksi Layanan					
LAY1	0,876	0,767	0,233	0,926	0,6
LAY2	0,822	0,676	0,324		
LAY3	0,776	0,602	0,398		
LAY4	0,730	0,533	0,467		
LAY5	0,789	0,623	0,377		
LAY6	0,770	0,593	0,407		
LAY7	0,839	0,704	0,296		
Kualitas Interaksi Tutor					
TUT1	0,811	0,658	0,342	0,936	0,7
TUT2	0,835	0,697	0,303		
TUT3	0,861	0,741	0,259		
TUT4	0,835	0,697	0,303		
TUT5	0,798	0,637	0,363		
TUT6	0,869	0,755	0,245		
TUT7	0,742	0,551	0,449		
Persepsi Kebermanfaatan					
MAN1	0,809	0,654	0,346	0,898	0,7
MAN2	0,912	0,832	0,168		

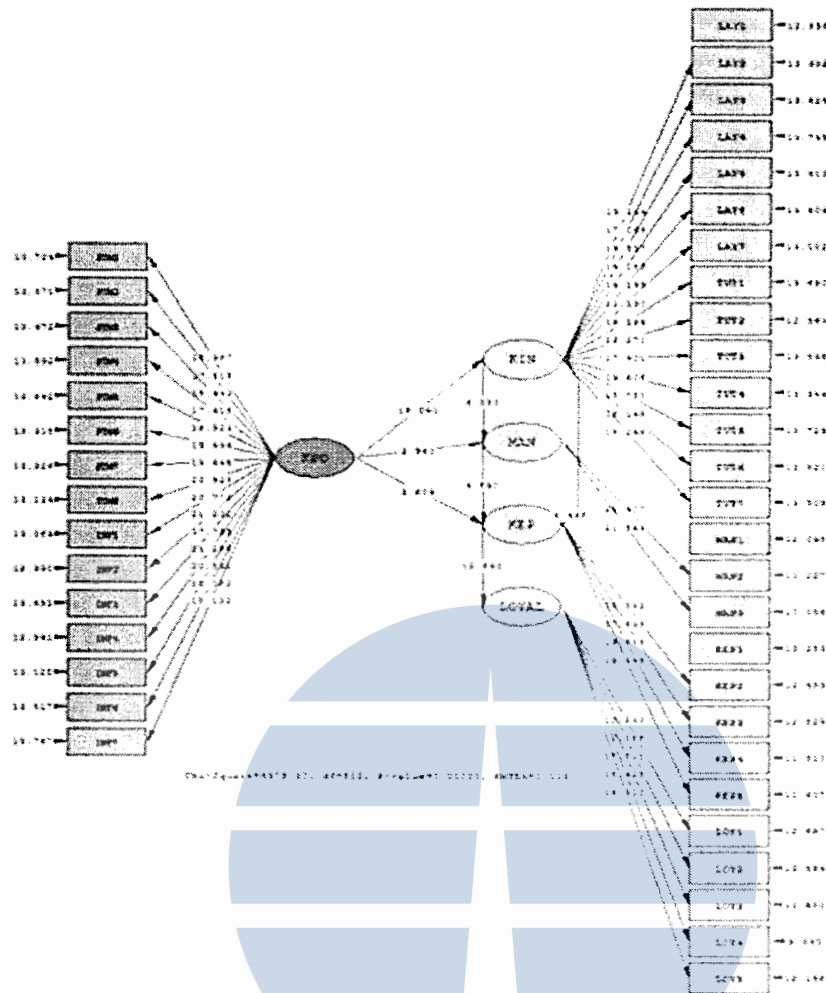
MAN3	0,869	0,755	0,245		
Kepuasan Mahasiswa					
KEP1	0,766	0,587	0,413	0,929	0,7
KEP2	0,857	0,734	0,266		
KEP3	0,821	0,674	0,326		
KEP4	0,906	0,821	0,179		
KEP5	0,895	0,801	0,199		
Loyalitas Mahasiswa					
LOY1	0,758	0,575	0,425	0,893	0,6
LOY2	0,614	0,377	0,623		
LOY3	0,867	0,752	0,248		
LOY4	0,889	0,790	0,210		
LOY5	0,809	0,654	0,346		

Evaluasi terhadap koefisien-koefisien atau parameter-parameter yang menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh variabel laten terhadap variabel laten lainnya dapat dilihat pada gambar berikut.





Gambar 4.1 Model Struktural (standardized)



Gambar 4.2 Model Struktural (T-Values)

4.5 Analisis Model Struktural

Bagian ini berhubungan dengan evaluasi terhadap koefisien-koefisien atau parameter-parameter yang menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh satu variabel laten terhadap variabel laten yang lainnya. Hubungan-hubungan kausal ini kemudian dijadikan hipotesis-hipotesis penelitian. Persamaan model pengukuran untuk variabel X1 dan X2 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.13 Persamaan Model Pengukuran Variabel X1 dan X1

Indikator Eksogen		Konstruk Eksogen		Kekeliruan (Error)	t-hitung	
		ξ_1	ξ_2			
LAY1	=	0,849 ξ_1		+	0,279	
LAY2	=	0,778 ξ_1		+	0,395	19,244
LAY3	=	0,718 ξ_1		+	0,484	17,065
LAY4	=	0,673 ξ_1		+	0,547	15,557
LAY5	=	0,773 ξ_1		+	0,402	19,080
LAY6	=	0,775 ξ_1		+	0,399	19,149
LAY7	=	0,823 ξ_1		+	0,322	21,130
TUT1	=	0,696 ξ_1		+	0,516	16,294
TUT2	=	0,849 ξ_1		+	0,28	22,271
TUT3	=	0,742 ξ_1		+	0,449	17,901
TUT4	=	0,787 ξ_1		+	0,381	19,606
TUT5	=	0,680 ξ_1		+	0,538	15,780
TUT6	=	0,749 ξ_1		+	0,439	18,148
TUT7	=	0,751 ξ_1		+	0,435	18,246
STM1	=		0,701 ξ_2	+	0,508	16,987
STM2	=		0,752 ξ_2	+	0,434	17,615
STM3	=		0,777 ξ_2	+	0,396	18,443
STM4	=		0,746 ξ_2	+	0,443	17,418
STM5	=		0,731 ξ_2	+	0,465	16,930
STM6	=		0,807 ξ_2	+	0,349	19,494
STM7	=		0,805 ξ_2	+	0,351	19,445
STM8	=		0,834 ξ_2	+	0,304	20,525
INF1	=		0,841 ξ_2	+	0,293	20,772
INF2	=		0,855 ξ_2	+	0,269	21,332
INF3	=		0,758 ξ_2	+	0,426	17,795
INF4	=		0,854 ξ_2	+	0,271	21,200
INF5	=		0,835 ξ_2	+	0,303	20,541
INF6	=		0,766 ξ_2	+	0,413	18,082
INF7	=		0,672 ξ_2	+	0,548	15,132

Persamaan model pengukuran untuk variabel Y1 Y2 dan Y3 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14 Persamaan Model Pengukuran Variabel Y1 Y2 dan Y3

Indikator Endogen		Konstruk Endogen			Kekeliruan (Error)	t-hitung	
		η_1	η_2	η_3			
MAN1	=	0,814 η_1			+	0,337	
MAN2	=	0,886 η_1			+	0,215	21,407
MAN3	=	0,890 η_1			+	0,208	21,543
KEP1	=		0,762 η_2		+	0,419	
KEP2	=		0,851 η_2		+	0,275	18,593
KEP3	=		0,823 η_2		+	0,323	17,835
KEP4	=		0,897 η_2		+	0,195	19,855
KEP5	=		0,900 η_2		+	0,189	19,945
LOY1	=			0,752 η_3	+	0,435	15,233
LOY2	=			0,612 η_3	+	0,626	12,188
LOY3	=			0,867 η_3	+	0,248	17,811
LOY4	=			0,899 η_3	+	0,192	18,425
LOY5	=			0,800 η_3	+	0,360	16,310

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa model persamaan pengukuran menjelaskan hubungan variabel laten dengan variabel manifestnya. Selanjutnya, dapat diketahui bahwa seluruh nilai koefisien bobot memiliki arah hubungan positif.

Uji signifikansi kontribusi masing-masing variabel manifest terhadap variabel laten bisa dilihat dari nilai t hitung. Variabel manifest dikatakan memiliki nilai kontribusi yang bermakna jika memiliki nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t kritis ($\pm 1,96$). Berdasarkan tabel rekapitulasi di atas dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk semua indikator lebih besar ($\pm 1,96$) dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%. Hal ini menunjukkan semua indikator signifikan dalam merefleksikan variabel laten.

Hipotesis 1:**Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online Terhadap Persepsi Kualitas Interaksi**

$H_0 : \gamma_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_1) terhadap Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_2)

$H_1 : \gamma_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_1) terhadap Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_2)

Hasil pengujian hipotesis dengan LISREL:

KIN = 0,920*KPO, Errorvar.= 0,153 , $R^2 = 0,847$
 (0,0482) (0,0189)
 19,090 8,106

Dari hasil di atas, dapat dilihat bahwa koefisien variabel laten eksogen Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap variabel laten eksogen Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_1) sebesar 0,920, menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) dengan Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_1). Nilai t hitung 19,090 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_1).

Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_1) ditunjukkan oleh nilai R square (R^2), nilai R square 0,847 menunjukkan kontribusi/pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_1) terhadap Persepsi Kualitas Interaksi (ξ_1) sebesar 84,7%, sisanya sebesar 15,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Hipotesis 2 dan 4:**Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online Terhadap Persepsi Kebermanfaatan**

$H_0 : \gamma_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1) dan Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kebermanfaatan (η_1)

$H_1 : \gamma_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1) dan Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kebermanfaatan (η_1)

Hasil pengujian hipotesis dengan LISREL:

MAN = 0,646*KIN + 0,267*KPO. Errorvar.= 0,192 , $R^2 = 0,808$
 (0,0944) (0,0903) (0,0265)
 6,850 2,960 7,257

Dari hasil di atas, dapat dilihat bahwa koefisien variabel laten eksogen Kualitas Interaksi (ξ_1) terhadap variabel laten endogen Persepsi Kebermanfaatan (η_1) sebesar 0,646, menunjukkan hubungan yang kuat antara Kualitas Interaksi (ξ_1) dengan Persepsi Kebermanfaatan (η_1). Nilai t hitung 6,850 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1) terhadap Persepsi Kebermanfaatan (η_1). Koefisien variabel laten eksogen Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap variabel laten endogen Persepsi Kebermanfaatan (η_1) sebesar 0,267, menunjukkan hubungan yang rendah antara Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) dengan Persepsi Kebermanfaatan (η_1). Nilai t hitung 2,960 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kebermanfaatan (η_1).

Pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1) dan Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kebermanfaatan (η_1) ditunjukkan oleh nilai R square (R^2), nilai R square 0,808 menunjukkan kontribusi/pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1) dan Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Persepsi Kebermanfaatan (η_1) sebesar 80,8%, sisanya sebesar 19,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Hipotesis 3, 5, 6:**Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online, Persepsi Kualitas Interaksi dan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Kepuasan**

$H_0 : \gamma_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1), Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2), dan Persepsi Kebermanfaatan (η_1) terhadap Kepuasan (η_2)

$H_1 : \gamma_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1), Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2), dan Persepsi Kebermanfaatan (η_1) terhadap Kepuasan (η_2)

Hasil pengujian hipotesis dengan LISREL:

$$\text{KEP} = 0,391 * \text{KIN} + 0,322 * \text{MAN} + 0,262 * \text{KPO}, \text{Errorvar.} = 0,116, R^2 = 0,884$$

(0,0875)	(0,0686)	(0,0727)	(0,0172)
4,468	4,690	3,609	6,766

Dari hasil di atas, dapat dilihat bahwa koefisien variabel laten eksogen Kualitas Interaksi (ξ_1) terhadap variabel laten endogen Kepuasan (η_2) sebesar 0,391, menunjukkan hubungan yang rendah antara Kualitas Interaksi (ξ_1) dengan Kepuasan (η_2). Nilai t hitung 4,468 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1) terhadap Kepuasan (η_2). Koefisien variabel laten eksogen Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap variabel laten endogen Kepuasan (η_2) sebesar 0,262, menunjukkan hubungan yang rendah antara Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) dengan Kepuasan (η_2). Nilai t hitung 4,690 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2) terhadap Kepuasan (η_2). Koefisien variabel laten endogen Persepsi Kebermanfaatan (η_1) terhadap variabel laten endogen Kepuasan (η_2) sebesar 0,322, menunjukkan hubungan yang rendah antara Persepsi Kebermanfaatan (η_1) dengan Kepuasan

(η_2). Nilai t hitung 3,609 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Persepsi Kebermanfaatan (η_1) terhadap Kepuasan (η_2).

Pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1), Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2), dan Persepsi Kebermanfaatan (η_1) terhadap Kepuasan (η_2) ditunjukkan oleh nilai R square (R^2), nilai R square 0,884 menunjukkan kontribusi/pengaruh Kualitas Interaksi (ξ_1), Pengaruh Persepsi Kualitas Pembelajaran Online (ξ_2), dan Persepsi Kebermanfaatan (η_1) terhadap Kepuasan (η_2) sebesar 88,4%. sisanya sebesar 11,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Hipotesis 7:

Pengaruh Kepuasan (Y2) terhadap Loyalitas (Y3)

$H_0 : \gamma_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Kepuasan (η_2) terhadap Loyalitas (η_3)

$H_1 : \gamma_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kepuasan (η_2) terhadap Loyalitas (η_3)

Hasil pengujian hipotesis dengan LISREL:

LOYAL = 0,828*KEP, Errorvar.= 1,000. $R^2 = 0,685$
 (0,117)
 12,640

Dari hasil di atas, dapat dilihat bahwa koefisien variabel laten endogen Kepuasan (η_2) terhadap variabel laten endogen Loyalitas (η_3) sebesar 0,828, menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Kepuasan (η_2) dengan Loyalitas (η_3). Nilai t hitung 12,640 lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu $\pm 1,96$, sehingga H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Kepuasan (η_2) terhadap Loyalitas (η_3).

Pengaruh Kepuasan (η_2) terhadap Loyalitas (η_3) ditunjukkan oleh nilai R square (R^2), nilai R square 0,685 menunjukkan kontribusi/pengaruh Kepuasan (η_2) terhadap Loyalitas (η_3) sebesar 68,5%, sisanya sebesar 31,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.15 Evaluasi Koefisien Model Struktural dan Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Jalur	Loading Factor	T-Value	Kesimpulan
1	Persepsi Kualitas Pembelajaran Online → Persepsi Kualitas Interaksi	0,920	19,090	Diterima
2	Persepsi Kualitas Pembelajaran Online → Persepsi Kebermanfaatan	0,267	2,960	Diterima
3	Persepsi Kualitas Pembelajaran Online → Kepuasan Mahasiswa	0,262	4,690	Diterima
4	Persepsi Kualitas Interaksi → Persepsi Kebermanfaatan	0,646	6,850	Diterima
5	Persepsi Kualitas Interaksi → Kepuasan Mahasiswa	0,391	4,468	Diterima
6	Persepsi Kebermanfaatan → Kepuasan Mahasiswa	0,322	3,609	Diterima
7	Kepuasan Mahasiswa → Loyalitas Mahasiswa	0,828	12,640	Diterima

4.6 Perincian Hasil Analisis Model Persamaan Struktural

Dari hasil pengujian koefisien pada diagram jalur, berikutnya akan disajikan hasil analisis secara rinci setiap variabel laten yang dibentuk atau ditentukan dari indikator (observed variables) seperti pada tabel berikut.

Tabel 4.16 Perincian Hasil Analisis

No	Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	Pernyataan
1.	Persepsi Kualitas Pembelajaran Online	INF2	0,855	Program Tuton menyediakan informasi yang mendukung ketercapaian sasaran pembelajaran
		INF4	0,854	Program Tuton menyediakan informasi yang relevan dengan matakuliah yang ditutorialkan
		INF1	0,841	Program Tuton menyediakan informasi yang akurat
		INF5	0,835	Program Tuton menyediakan informasi yang mudah dimengerti
		STM8	0,834	Sistem pada Program Tuton memberikan pengalaman positif
		STM6	0,807	Desain program Tuton sesuai dengan desain pembelajaran online

No	Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	Pernyataan
		STM7	0,805	Tampilan sistem pada program Tuton meyakinkan
		STM3	0,777	Sistem pada program Tuton mudah untuk dioperasikan
		INF6	0,766	Program Tuton menyediakan informasi yang sesuai dengan materi pada Buku Materi Pokok (modul)
		INF3	0,758	Program Tuton menyediakan informasi yang tepat waktu
		STM2	0,752	Sistem navigasi pada program Tuton mudah digunakan
		STM4	0,746	Sistem pada program tutorial online memiliki tampilan yang menarik
		STM5	0,731	Sistem pada program Tuton memiliki kecepatan browsing yang baik
		STM1	0,701	Sistem pada program Tuton mudah dipelajari
		INF7	0,672	Program Tuton sesuai dengan ketentuan pelaksanaan Tuton (8 inisiasi, 8 diskusi, dan 3 tugas)
2.	Persepsi Kualitas Interaksi	LAY1	0,849	Program Tuton memberikan kesan yang positif
		TUT2	0,849	Tutor memiliki kompetensi dalam memberikan materi dan mengoperasikan program Tuton
		LAY7	0,823	Program Tuton membantu kelancaran dalam proses belajar
		TUT4	0,787	Tutor memberikan motivasi dalam proses belajar
		LAY2	0,778	Program Tuton memberikan kenyamanan dalam proses belajar
		LAY6	0,775	Program Tuton memberikan kemudahan dalam berkomunikasi tentang masalah akademik dan/atau non akademik
		LAY5	0,773	Program Tuton dapat menciptakan komunitas pembelajaran
		TUT7	0,751	Tutor aktif memberikan pertanyaan dalam proses Tuton
		TUT6	0,749	Tutor aktif memberikan pendapat dalam proses Tuton

No	Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	Pernyataan
		TUT3	0,742	Tutor memberikan umpan balik yang cepat baik dalam forum diskusi maupun tugas
		LAY3	0,718	Program Tutor menjaga keamanan informasi pribadi
		TUT1	0,696	Tutor mudah dihubungi
		TUT5	0,680	Tutor dapat dihubungi melalui berbagai media komunikasi (email, telepon, sms, wa, dll)
		LAY4	0,673	Program Tutor memberikan kebebasan dalam berekspresi (memberikan komentar atau pendapat dalam diskusi dan tugas)
3.	Persepsi Kebermanfaatan	MAN3	0,890	Program Tutor sangat bermanfaat
		MAN2	0,886	Program Tutor dapat meningkatkan efektivitas proses belajar
		MAN1	0,814	Program Tutor dapat meningkatkan kinerja atau karir di tempat Anda bekerja
4.	Kepuasan Mahasiswa	KEP5	0,900	Saya merasa sangat puas dengan program Tutor yang diberikan Prodi Manajemen
		KEP4	0,897	Program Tutor yang diberikan berkualitas
		KEP2	0,851	Program Tutor memberikan pengalaman yang lebih baik daripada yang saya harapkan
		KEP3	0,823	Program Tutor memberikan manfaat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan
		KEP1	0,762	Program Tutor dirasakan lebih memuaskan daripada program Tutorial Tatap Muka
5.	Loyalitas Mahasiswa	LOY4	0,899	Saya akan menyampaikan hal-hal positif tentang program Tutor kepada orang lain
		LOY3	0,867	Saya akan merekomendasikan program Tutor kepada mahasiswa lain
		LOY5	0,800	Saya berniat mengikuti Program Tutor pada semester yang akan datang
		LOY1	0,752	Saya akan mengikuti program Tutor hingga selesai
		LOY2	0,612	Saya akan mengikuti program Tutor untuk matakuliah lain

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa yang didasarkan pada hasil survei melalui pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas pembelajaran online berpengaruh terhadap persepsi kualitas interaksi
2. Persepsi kualitas pembelajaran online berpengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan
3. Persepsi kualitas pembelajaran online berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa
4. Persepsi kualitas interaksi berpengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan
5. Persepsi kualitas interaksi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa
6. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa
7. Kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran diberikan berdasarkan penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Persepsi kualitas pembelajaran online berpengaruh terhadap persepsi kualitas interaksi, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan mahasiswa. Faktor dominan pembentuk persepsi kualitas pembelajaran online adalah program tutorial online menyediakan informasi yang mencapai ketercapaian sasaran pembelajaran, informasi yang relevan dengan matakuliah yang ditutorialkan dan tutorial online menyediakan informasi yang akurat. Sedangkan 3 faktor terendah pembentuk persepsi kualitas pembelajaran online adalah sistem program tutorial online memiliki kecepatan yang baik, sistem program tutorial online mudah dipelajari dan program tutorial online sesuai dengan ketentuan. Oleh karena itu, UT perlu

meningkatkan ketiga faktor tersebut. UT perlu meningkatkan kecepatan *browsing* dan kemudahan mempelajari program tutorial online. Selain itu, tutor perlu dikontrol agar dapat menyiapkan materi inisiasi, diskusi dan tugas sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

2. Persepsi kualitas interaksi berpengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan dan kepuasan mahasiswa. Faktor dominan pembentuk persepsi kualitas interaksi adalah kesan positif tutorial online, kompetensi tutor dan kelancaran proses belajar. Adapun 3 faktor terendah pembentuk persepsi kualitas interaksi adalah kemudahan menghubungi tutor, kemudahan menjangkau tutor melalui berbagai media komunikasi, dan kebebasan dalam berekspresi. Berdasarkan paparan tersebut, tutor perlu memperbaiki kualitas interaksi dengan mahasiswa melalui kemudahan berkomunikasi dan berinteraksi dengan mahasiswa, misalnya melalui email, telepon, sms, ataupun whatsapp.
3. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Pada faktor ini program tutorial online perlu dikelola dengan sungguh-sungguh sehingga mahasiswa dapat merasakan peningkatan kinerja atau karir. Selain itu, program tutorial harus dapat meningkatkan efektivitas proses belajar mahasiswa.
4. Kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Program tutorial mahasiswa perlu dikelola sehingga dapat memberikan pengalaman lebih baik, dalam proses belajar. Pengalaman tersebut tercapai apabila program tutorial online yang diberikan berkualitas baik secara materi pembelajaran maupun sistem.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (2), 179–211.
- Allen, I. E. & Seaman, J. (2007). *Online nation: Five years of growth in online learning*, Needham, MA: The Sloan-C. diakses 8 Januari 2017 dari http://www.sllanc.org/publication/survey/pdf/making-the_grade.pdf
- Anderson, R.E. dan Swaminathan, S. (2011), “Customer satisfaction and loyalty in e-markets: a PLS path modeling approach”, *The Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 19 No. 2, pp. 221-234.
- Anderson, T. (2003). Modes of interaction in distance education: Recent developments and research questions. In M. Moore (Ed.) *Handbook of Distance Education*. (p. 129-144). Mahwah, NJ.: Erlbaum.
- Asandhimitra (2004), *Pendidikan Jarak Jauh*, Universitas Terbuka. Jakarta.
- Barnes, R.T. & Vidgen, R. T. (2002). An integrative approach to the assessment of ecommerce quality, *Journal of Electronic Commerce Research* 3(3), 114-127.
- Becket, N., & Brookes, M. (2008). Quality management practice in higher education-What quality are we actually enhancing? *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 7(1), 40-54.
- Benbunan-Fich, R., Hiltz, S. R., & Harasim, L. (2005). The online international learning model: An integrated theoretical framework for learning networks. dalam S. R. Hiltz, R. G. Goldman (Eds.), *Learning together online* (pp. 20-37). Mahwah, New Jersey:
- Benson, R. , & Samarawickrema, G. (2009). Addressing the context of e-learning: Using transaction distance theory to inform design. *Distance Education*. 30(1), 5-21.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Bhattacharjee, A. (2001). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance. *Decision Support Systems*, 32, 201-214.
- Biggs, J. B. (1999). *Teaching for quality learning at university*. Buckingham: The Society for Research into Higher Education & Open University Press.
- Boyd, P. W. (2008). Analyzing students’ perceptions of their learning in online and hybrid first-year composition courses. *Computers and Composition* 25, 224-243.
- Broderick, A.J., & Vachirapornpuk, S. (2002). Service quality in Internet banking: The importance of customer role. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(6), 327-35.
- Büyükoçkan, G., Ruan, D., & Feyziog lu, O. (2007). Evaluating e-learning Website quality in a fuzzy environment. *International Journal of Intelligent Systems*. 22, 567–586.
- Chen-Yu, H.J., Williams, G. dan H, D.K. (2009). Determinants of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction with the Performance of Apparel Products. *Family and Consumer Sciences Research Journal*. 28(2). 167-192.

- Chiu, C., Hsu, M., & Sun, S. (2005). Usability, quality, value and e-learning continuance decisions. *Computers & Education*, 45, 399-416.
- Chua, B. B. , & Dyson, L.E. (n.d.). Applying the ISO 9126 model to the evaluation of an elearning system.
- Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of consumer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491–504.
- Cronin, J.J., Taylor, J., dan Taylor, S.A. (1987). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal fo Marketing*, 56(3). 55-68.
- Daulay, P. dan 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.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13 (3). 319-340.
- Dehghan, A. (2006), Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: In the Case of CCG (Customer Centric Group) CO, Department of Business Administration and Social Science, Lulea University of Technology. Lulea.
- Dehghan, A. and Shahin, A. (2011), “Customer loyalty assessment- a case study in MADDIRAN, the distributor of LG electronics in Iran”. *Business Management and Strategy*, Vol. 2 No. 1, pp. E2-23.
- DeLone, W.H., & McLean, E.R. (2003). The DeLone and McLean model of Information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- DeShields, O.W. Jr, Kara, A. and Kaynak, E. (2005), “Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: applying Herzberg’s two-factor theory”, *International Journal of Educational Management*. Vol. 19 No. 2. pp. 128-139.
- Dirr, P. (1999). Distance and virtual learning in the United States. (eds) In G. Farrell. *The Development of virtual education: A Global perspective. A study of current trends in the virtual delivery of education. The commonwealth of learning*, 23-48. Diakses 10 Januari 2017, dari <http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno>
- Dobbs K. (2000). What the online world needs now: Quality. *Training*, 37, 84–97.
- E-learning market to hit \$52.6 billion by 2010. (2007). *Campus technology*. Diakses 10 Januari 2017 dari <http://campustechnology.com/Articles/2007/08/eLearning-Market-To-Hit-526-Billion-by-2010.aspx>
- Fabianic D. (2002). Online instruction and site assessment. *Journal of Crime Justice Education*. 2(13), 173–186.
- Gold, S. (2001). E-learning: The next wave of experiential learning. *Development in Business Simulation and Experiential Learning*, 28. 76-79.

- Govindasamy, T. (2002), "Successful implementation of e-Learning pedagogical considerations", *The Internet and Higher Education*, Vol. 4 Nos 3-4, pp. 287-299.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications, *European Journal of Marketing*, 18 (4), 37-44.
- Hair, J. F., Anderson, R.E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Harasim, L. (2000). Shift happens: Online education as a new paradigm in learning. *The Internet and Higher Education*, 3(1/2), 41-61.
- Helgesen, Ø. and Nettet, E. (2007b), "What accounts for students' loyalty? Some field study evidence", *International Journal of Educational Management*, Vol. 21 No. 2, pp. 126-143.
- Hennig-Thurau, T., Langer, M.F. and Hansen, U. (2001). "Modeling and managing student loyalty", *Journal of Service Research*, Vol. 3 No. 4, pp. 331-344.
- Hiltz, S. R. (1994). *The virtual classroom: Learning without limits via computer networks*. Norwood, NJ: Ablex.
- Jurczyk, J., Benson, S. K., & Savery, J. (2005). Measuring student perceptions in Web-based courses: A standards-based approach. *Online Journal of Distance Learning Administration*. Diakses 10 Januari 2017 dari: <http://www.westga.edu/~distance/ojdla/winter74/jurczyk74.htm>
- Kahiigi, E.K., Ekenberg, L., Hansson, H., Tusubira, F. and Danielson, M. (2007), "Exploring the e-learning state of art", *The Electronic Journal of E-Learning*, Vol. 6 No. 2, pp. 77-88.
- Khalifa, M., & Liu, V. (2002). Satisfaction with Internet-based services: The role of expectations and desires. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(2), 31-49.
- Khan, B. H. (2001). *A framework for web-based learning*. Educational Technology Publications, Engelwood Cliffs, NJ.
- Klobas, J. E., & McGill, T. J. (2010). The role of involvement in learning management system success. *Journal of Computer High Education*, 22, 112-134.
- Lamoureux, K. (2010). Factbook shows spending and staffing declines for second year. Diakses 10 Januari 2017 dari http://bersinassociates.com/newletter/Archive_01_28_10_EI_Newsletter.html
- Tim Rektorat Universitas Terbuka (2015). Laporan Tahunan Rektor Universitas Terbuka 2014, Penerbit Universitas Terbuka. Jakarta.
- Levy, Y. (2007), "Comparing dropouts and persistence in e-learning courses", *Computers and Education*, Vol. 48 No. 2, pp. 185-204.
- Liao, C., Chen, J., & Yen, D. (2007). Theory of planning behavior (TPB) and customer satisfaction in the continued use of e-service: An integrated model. *Computers in Human Behavior* 23, 2804-2822.

- Liaw, S., Huang, H., & Chen, G. (2007). Surveying instructor and learner attitudes toward elearning. *Computers & Education*, 49(4), 1066 -1080.
- Lu, Y., Zhou, T., & Wang, B. (2009). Exploring Chinese users' acceptance of instant messaging using the theory of planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory. *Computers in Human Behavior*, 25, 25-39.
- Marks, R. B., Sibley, S. D., & Arbaugh, J. B. (2005). A structural equation model of predictors for effective online learning. *Journal of Management Education*, 29, 531-565.
- McKinney, V., Yoon, K., and Zahedi, F. (2002). The Measurement of Web-Customer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach. *Information Systems Research*, 13 (3), 296-315.
- Miyazoe, T., & Chiyodaku, N., & Anderson. T. (2010). Empirical research on learners' perceptions: Interaction equivalency theorem in blended learning, diakses 8 Januari 2017 dari <http://www.eurodl.org/?article=397>
- Moore, M. G. (1989). Three types of interaction. *American Journal of Distance Education*, 3(2), 1-6.
- 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> (diakses 2017).
- Oliver, R., & Burke, R. (1999). Expectation processes in satisfaction formation: A field study. *Journal of Service Research*, 1(3), 196.
- Oliver, R.L., Rust, R.T. and Varki, S. (1997). "Customer delight: foundations, findings, and managerial insight", *Journal of Retailing*, Vol. 73 No. 3, pp. 311-336.
- Oliver, R.L. (1980), "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, November, pp. 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V., and Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Peltier, J. W., Schibrowsky, J. A., & Drago, W. (2007). The interdependence of the factors influencing the perceived quality of the online learning experience: A causal model. *Journal of Marketing Education*, 29(2), 140-153.
- Pett M.A., Lackey N.R. & Sullivan J.J. (2003) *Making sense of factor analysis: The use of factor analysis for instrument development in health care research*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Paechter, M. P., Maier, B., & Macher, D. (2010). Students' expectations of , and experiences in e-learning: Their relation to learning achievements and course satisfaction. *Computer and Education*, 54, 222-229.

- Pitt, L.F., Watson, R.T. and Kavan, C.B. (1995), "Service quality: a measure of information systems effectiveness", *MIS Quarterly*, Vol. 19 No. 2, pp. 173-187.
- Raaij, E. M., & Schepers, J. (2008). The acceptance and use of a virtual learning environment in China. *Computers & Education*, 50, 838-852.
- Ribbink, D., Van Riel, A.C., Liljander, V. and Streukens, S. (2004), "Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet". *Managing Service Quality*, Vol. 14 No. 6, pp. 446-456.
- Roca, J. C. Chiu, C. M., & Martinez. F. J. (2006) Understanding e-learning continuance intention: An extension of the Technology Acceptance Model. *International Journal of Human-Computer Studies*. 64(8). 683-696.
- Rosenberg, M. J. (2001). *E-learning: Strategies for delivering knowledge in the digital age*, McGraw-Hill.
- Rowley, J., dan Dawes, J. (1999). Customer loyalty – a relevant concept for libraries? *Library Management*, 20(6), 345-351.
- Rust, R.T. dan Oliver, R.L. (1994). Service quality: Insights and managerial implications from the frontier, dalam Rust, R.T dan Oliver, R.L. (Eds), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA, pp. 1-20.
- Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13 (3). 233-246.
- Saxena, S. (n.a.). Determining of service quality. Retrieved June 7, 2016, dari <http://www.conexl.com/docs/101/QOSOFFSHORE.pdf>
- Selim, H. M. (2007). Critical success factors for e-learning acceptance: Confirmatory factor models. *Computers and Education*, 49(2). 396-413.
- Shankar, V., Smith, A.K. and Rangaswamy, A. (2003). "Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments". *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 153-175.
- Sheard, J., Postema, M., Markham, S., & Hurst, A.J. (2001). Time versus utility: What IT staff say about the educational use of the Web. diakses November 7, 2016, dari http://eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/a/2c/c1.pdf
- Sherry, A. C., Fulford, C. P., & Zhang, S. (1998). Assessing distance learners' satisfaction with instruction: A quantitative and a qualitative measure. *American Journal of Distance Education*. 12(3), 4-28.
- Sigala, M. & Baum, T. (2003). Trends and issues in tourism and hospitality higher education: Visioning the future. *Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 367.
- Sigala, (2002). The evolution of Internet pedagogy: Benefits for tourism and hospitality education, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education* 1(2), 29-45.

- Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000), "E-satisfaction: an initial examination", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 3, pp. 309-322.
- Taylor, J. (2001). Higher education series: Fifth generation distance education, Department of Education, Training and Youth Affairs, Australia, diakses Juni 7, 2016, dari <http://www.dest.gov.au/archive/highered/hes/hes40/hes40.pdf>
- Taylor, S.A., & Baker, T. L. (1994), An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions, *Journal of Retailing*, 70(2), 163-78.
- Tepeci, M. (1999). Increasing Brand Loyalty in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(5), 223-229.
- Trentin, G. (2006). The Xanadu project: Training faculty in the use of information and communication technology for university teaching. *Journal of Computer Assisted Learning*. 22(3), 182-196.
- Wisniewski, M. and Donnelly, M. (1996). "Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL". *Total Quality Management Journal*, Vol. 7 No. 4, pp. 357-365.
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85-102.
- Wu, L., & Chen, J. L. (2005). An extension of trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: An empirical study. *International Journal of Human-Computer Studies*. 62(6), 784-808.
- Young, A., & Norgard, C. (2006). Assessing the quality of online courses from the students' perspective. *Internet and Higher Education*, 9(2), 107-115.
- Zenger, J., & Uehlein, C. (2001). Why blended will win. *T + D*. 55(8), 54-60.
- Zhao F. (2003). Enhancing the quality of online higher education. *Quality Assurance*



LAMPIRAN-LAMPIRAN

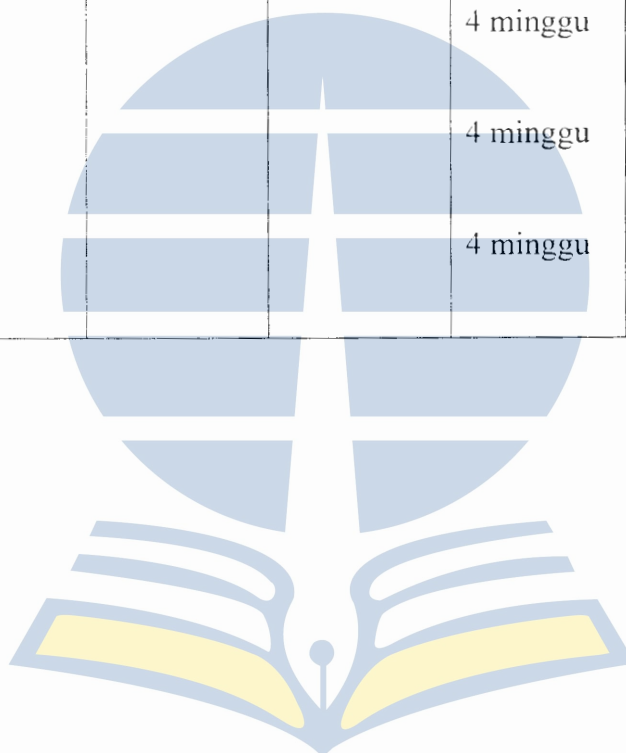
Lampiran1. Justifikasi Anggaran

Honor	Honor/Jam (Rp)	Waktu (Jam)	Minggu	Honor per Tahun (Rp)
1. Honor				
Nara Sumber Substansi	1.400.000	2	1	2.800.000
Nara Sumber Substansi Analisis	1.400.000	1	1	1.400.000
Pengolahan data	1.500.000	1	1	1.500.000
Sekretariat	300.000	9	1	2.700.000
Pembantu peneliti	25.000	8	8	1.600.000
SUB TOTAL (Rp)				10.000.000
2. Bahan Habis Pakai				
Kertas	Rim	6	50.000	300.000
Flashdisk (Tim dan admin)	Set	4	180.000	720.000
Pulsa	Bulan	11	300.000	3.300.000
Tinta Printer Black and White	Set	2	230.000	460.000
Pulpen	Dus	3	50.000	150.000
Map	Dus	3	100.000	300.000
Souvenir tutor	Set	30	150.000	4.500.000
Souvenir mahasiswa	Set	200	25.000	5.000.000
Materai 3000	Lembar	50	3.000	150.000
Materai 6000	Lembar	20	6.000	120.000
SUB TOTAL (Rp)				15.000.000
3. Perjalanan				
Material	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya per Tahun (Rp)
UPBJJ-UT Bandung				
Uang Harian 3 hari @Rp 430.000,-	SPPD	6	430.000	2.580.000
Penginapan 2 malam @ Rp 560.000,-	Kuitansi Hotel	4	560.000	2.240.000
Jumlah				4.820.000
UPBJJ-UT Jember				
Tiket (PP) Jkt-Surabaya	Tiket	1	2.674.000	2.674.000
Bandara Asal (PP)		1	460.000	460.000
Tiket (PP) Surabaya-Jember		1	800.000	800.000
Uang Harian 3 hari @Rp 410.000,-	SPPD	3	410.000	1.230.000
Penginapan 2 malam @ Rp 563.000,-	Kuitansi Hotel	2	563.000	1.126.000
Jumlah				6.290.000
UPBJJ-UT Mataram				
Tiket (PP)	Tiket	1	3.230.000	3.230.000
Bandara Asal (PP)		1	460.000	460.000
Bandara tujuan (PP)		1	150.000	150.000
Uang Harian 3 hari @Rp 440.000,-	SPPD	3	440.000	1.320.000
Penginapan 2 malam @ Rp 580.000,-	Kuitansi Hotel	2	580.000	1.160.000
Jumlah				6.320.000
SUB TOTAL (Rp)				17.430.000
4. Lain-Lain				
Kegiatan	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya per Tahun (Rp)
Konsumsi snack	Orang	100	15.000	1.500.000
Konsumsi makan siang	Orang	90	44.000	3.960.000
Penggandaan laporan penelitian	Eksemplar	6	80.000	480.000
Penggandaan laporan keuangan	Eksemplar	5	60.000	300.000
Translate artikel penelitian	Lembar	10	85.000	850.000
Proofreading artikel penelitian	Lembar	10	48.000	480.000
SUB TOTAL (Rp)				7.570.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIGUNAKAN (Rp)				50.000.000

Lampiran 2. Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas

No.	NAMA/NIDN	INSTANSI ASAL	BIDANG ILMU	ALOKASI WAKTU	URAIAN TUGAS
1	Etik Ipda Riyani/ 0014057503	Universitas Terbuka	Manajemen	4 minggu 4 minggu 4 minggu 4 minggu	Persiapan / Penyusunan Proposal 1. Menyusun kerangka acuan kerja (KAK) 2. Membahas Kerangka Acuan Kerja (KAK) 3. Menyusun Riset Desain (Rancangan Penelitian) 4. Menyusun Rencana Instrumen Penelitian
				8 minggu 8 minggu 20 minggu 8 minggu 4 minggu	Pelaksanaan 1. Membahas Instrumen Penelitian 2. Membahas Laporan Pendahuluan 3. Mengumpulkan dan Mengolah Data 4. Membahas Laporan Antara/Sementara 5. Membahas Laporan Akhir
				4 minggu 4 minggu 4 minggu	Pelaporan 1. Tahap Pertama, Membuat Laporan Pendahuluan 2. Tahap Kedua, Membuat Laporan Antara/Sementara 3. Tahap Ketiga, Membuat Laporan Akhir
2	Etik Ipda Riyani/ 0014057503 Devi Ayuni, SE., M. Si/0003067810	Universitas Terbuka	Manajemen	4 minggu 4 minggu 4 minggu 4 minggu	Persiapan / Penyusunan Proposal 1. Menyusun kerangka acuan kerja (KAK) 2. Membahas Kerangka Acuan Kerja (KAK) 3. Menyusun Riset Desain (Rancangan Penelitian)

No.	NAMA/NIDN	INSTANSI ASAL	BIDANG ILMU	ALOKASI WAKTU	URAIAN TUGAS
					4. Menyusun Rencana Instrumen Penelitian
				8 minggu	Pelaksanaan 1. Membahas Instrumen Penelitian
				8 minggu	2. Membahas Laporan Pendahuluan
				20 minggu	3. Mengumpulkan dan Mengolah Data
				8 minggu	4. Membahas Laporan Antara/Sementara
				4 minggu	5. Membahas Laporan Akhir
				4 minggu	Pelaporan 1. Tahap Pertama, Membuat Laporan Pendahuluan
				4 minggu	2. Tahap Kedua, Membuat Laporan Antara/Sementara
				4 minggu	3. Tahap Ketiga, Membuat Laporan Akhir



Lampiran 3. Biodata Ketua dan Anggota

Biodata Ketua Peneliti

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Etik Ipda Riyani, SE., Ak., M.Ak., CA.
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK/Identitas Lainnya	19750514 200012 2 001
5.	NIDN	0014057503
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Kulon Progo, 14 Mei 1975
7.	E-mail	etik@ut.ac.id
8.	Nomor Telepon/HP	08172319213
9.	Alamat Kantor	Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang
10.	Nomor Telepon/Faks	021-7490941 ext. 2490
11.	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = ... orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang
12.	Matakuliah yang Diampu	1. Auditing 1 2. Sistem Informasi Akuntansi

B. Riwayat Pendidikan

	S - 1	S - 2	S - 3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta	Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung	
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi	
Tahun Masuk – Lulus	1994 – 1999	2010 – 2013	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Kinerja sebagai Alat Evaluasi Prestasi Pusat Pendapatan dan Pusat Biaya (Studi Kasus di Hotel Sahid Garden, Yogyakarta)	Pengaruh Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Perpajakan (<i>e-system</i>) terhadap Kepatuhan Pajak melalui <i>Intention to Use</i> dan <i>User Satisfaction</i> pada KPP Madya Jakarta Barat dan KPP Madya Jakarta Utara	
Nama Pembimbing/Promotor	Dra. Yuni Nustini, MAFIS.	Prof. Dr. Sri Mulyani, NS, MS., Ak.	

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi, Tesis maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2013	Korelasi Bahan Ajar Online Terhadap Mahasiswa Universitas Terbuka	DIKTI	15
2.	2014	Model literasi keuangan (<i>financial literacy</i>) tenaga kerja Indonesia di kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.	UT	30
3.	2015	Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Persepsian, Kepuasan, dan Kepercayaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Bandung Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kuliner)	UT	30
4.	2015	Pengaruh Dimensi Wisata Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan (Pulau Pisang sebagai Daerah Tujuan Wisata di Propinsi Lampung)	UT	30
5.	2016	Pengaruh Pengawasan Internal Terhadap Kepatuhan Aturan Perjalanan Dinas Pegawai di UPBJJ-UT	UT	50

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2012	Kegiatan Sunatan Massal di Poliklinik Universitas Terbuka	LPPM-Universitas Terbuka	
2.	2012	Pengolahan Sampah Terpadu, Penanaman Pepaya di Kali Pesanggrahan	LPPM-Universitas Terbuka	
3.	2013	Pemberdayaan Komunitas Nelayan Melalui Pelatihan Pemilihan Alternatif Bisnis dan Pengelolaan Keuangan (Pembukuan) di Desa Surya Bahari Cituis Kabupaten Tangerang	LPPM-Universitas Terbuka	
4.	2013	Pemberian Sepatu Olah Raga kepada siswa-siswi	LPPM-Universitas Terbuka	

		Sekolah Dasar di Pondok Cabe		
5.	2016	Abdimas Fakultas Ekonomi BUMDes Desa Cinangka, Serang	LPPM-Universitas Terbuka	

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1.	Menumbuhkan Loyalitas Pengunjung Kuliner Wisata di Bandung	Jurnal Manajemen Derivatif	Vol. 9 Nomor 1, April 2015
2.	Tantangan Pengembangan Ekowisata Bahari Di Pulau Pisang Pesisir Barat Lampung	Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis (Ekombis Review)	Vol. 5, Nomor 1, Januari 2017
3.	Analisis Kesuksesan Penerapan Sistem Informasi E-SPT Pajak Penjualan (PPN) Terhadap Kepatuhan Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Madya A dan Kantor Pelayanan Pajak Madya B	Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis (Ekombis Review)	Vol. 5, Nomor 1, Januari 2017
Dst.			

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	<i>International Annual Symposium Management (INSYAMA)</i>	<i>The Effect of Factors Forming Loyalty Among Visitor Culinary Tourism In Bandung</i>	18-20 Maret 2016, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi minh City (USSH, VNU-HCM), Vietnam
2.	<i>International Conference On Economics, Business, Social, and Humanities</i>	<i>Measuring Customer Satisfaction With The Performance of Talam Gangsa Restaurants In Bandung</i>	Juli 2017, Aston Hotel and Conference Center, Jember

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1.				
Dst.				

H. Perolehan HKI dalam 5 – 10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1.				
Dst.				

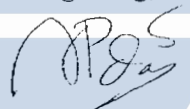
I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1.				
Dst.				

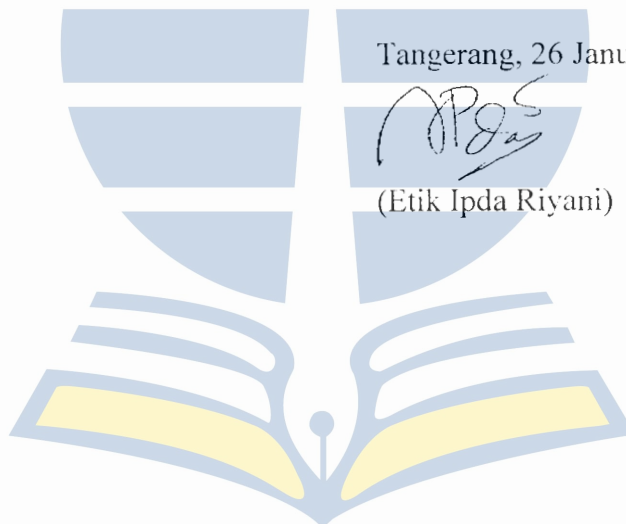
J. Penghargaan dalam 10 Tahun Terakhir (dari Pemerintah, Asosiasi atau Institusi Lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.	Tanda Kehormatan Satyalancana Karya Satya X Tahun	Presiden Republik Indonesia	2013
Dst.			

Tangerang, 26 Januari 2017



(Etik Ipda Riyani)



Biodata Anggota Peneliti

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Devi Ayuni, SE., M.Si.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP	197806032002122003
5	NIDN	0003067810
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Medan, 3 Juni 1978
7	E-mail	devi@ut.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	08174845643
9	Alamat Kantor	Jl. Cabe Raya , Pondok Cabe, Pamulang, Kota Tangerang Selatan 15418
10	Nomor Telepon/Faks	0217490941 ext. 2120/0217434491
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	-
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Bisnis 2. Audit SDM 3. Perilaku Organisasi

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Trisakti	Institut Pertanian Bogor	-
Bidang Ilmu	Manajemen	Ekonomi Manajemen	-
Tahun Masuk-Lulus	1999-2002	2008-2010	-
Judul/Skripsi/Tesis/Disertasi	Tahap-tahap Membangun Merek Deterjen Soklin pada PT Sayap Mas Utama di Jakarta	Pengaruh Motivasi Mahasiswa dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Mahasiswa Lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka	-
Nama/Pembimbing/Promotor	1. Dra. Arwini Sumardi, MM	1. Dr. Ir. Sri Hartoyo, MS 2. Dr. Drs. Sukiswo Dirdjosuparto	-

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2009	Analisis Penerapan Total Quality Management (TQM) terhadap Kinerja	Universitas Terbuka	20

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
		Inovasi: Studi pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Barat		
2	2010	Pengaruh Motivasi Mahasiswa dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Mahasiswa Lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka	-	-
3	2011	Analisis Penerapan Statistical Quality Control pada Beban Usaha PT PLN (Persero)	Universitas Terbuka	30
4	2012	Pengaruh Pelatihan Terhadap Motivasi dan Kinerja Staf Akademik Universitas Terbuka	Universitas Terbuka	20
5	2013	Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Kartu Simpati Di Kalangan Mahasiswa)	Universitas Terbuka	30
6	2013	Evaluasi Bahan Ajar Matakuliah Manajemen Kualitas (Ekma4265)	Universitas Terbuka	30
7	2014	Pengaruh Kualitas Jasa, Persepsi Nilai Dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Simpati di Jakarta	Universitas Terbuka	30
8	2014	Motivasi Kerja dan Kualitas Pelayanan Aparatur Sipil Negara sebagai Antecedent Kepuasan Masyarakat dalam Layanan Publik di Kecamatan Kota Tangerang Selatan	Universitas Terbuka	30
9	2015	Interelasi Kualitas Jasa, Komitmen, Kepuasan, Reputasi dan Loyalitas Mahasiswa	Universitas Terbuka	30
10	2015	Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Nilai Persepsian, Kepuasan dan Kepercayaan serta dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan (Bandung Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kuliner)	Universitas Terbuka	30
11	2015	Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Pengalaman dan Kualitas Jasa Terhadap Citra Dan Kepuasan Serta Dampaknya pada Loyalitas Wisatawan Nusantara (Survei Tempat Rekreasi Air Terjun di Kabupaten Bogor)	Universitas Terbuka	30
12	2016	Peningkatan Daya Saing Dan Daya Tarik Wisata Spiritual Berdasarkan Strategi Pemasaran	Universitas Terbuka	50

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
13	2016	Evaluasi Kurikulum Program Studi Manajemen	Universitas Terbuka	50

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2008	Pelatihan Penulisan Proposal Penelitian dan Karya Ilmiah di SDN Cimacan 2 Cibodas pada 20 Desember 2008	LPPM Universitas Terbuka	-
2	2011	Penghijauan/Penanaman Pohon dan Penataan Lingkungan Kota Tangerang Selatan	LPPM Universitas Terbuka	
3	2012	Penilaian Kinerja Praktis pada Asosiasi BMT Se-Kabupaten dan Kota Bogor Jawa Barat pada 4 April 2012	LPPM Universitas Terbuka	
4	2012	Penjualan dan Pembagian Barang Bekas Berkualitas dalam rangka Dies Natalis UT ke-28 pada 12 Juli 2012	LPPM Universitas Terbuka	
5	2013	Pengawas Ujian Nasional tingkat SMA/MA/SMK dan Paket C Thn Pelajaran 2012/2013 Kab. Tangerang	LPPM Universitas Terbuka	
6	2013	Bazar Murah Aneka Ragam Produk dalam rangka Dies Natalis UT Ke 29 Tahun 2013	LPPM Universitas Terbuka	
7	2014	Pengawas Ujian Nasional tingkat SMA/MA/SMK dan Paket C Thn Pelajaran 2013/2014 Kab. Tangerang	LPPM Universitas Terbuka	
8	2014	Pemberdayaan masyarakat "Peningkatan Kesejahteraan melalui Kegiatan Pertanian Lengkas dan Budidaya Ikan Hias" di Kampung Gunung Calincing Desa Kuripan, Kec. Ciseeng Bogor, Periode 2014.1 dan 2014.2	LPPM Universitas Terbuka	
9	2015	Peningkatan Kompetensi Guru-guru SD dalam Penulisan Karya Ilmiah pada 29 April 2015 di Kec. Ciampel. Kab. Karawang	Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka	
10	2015	"Pemberdayaan Remaja dan Ibu Rumah Tangga dalam Pengolahan Sampah dengan Teknologi Sederhana dan Ramah Lingkungan yang Bernilai Ekonomi dan Berdaya Guna di RW 13 Pamulang Barat"	LPPM Universitas Terbuka	

11	2016	Pembinaan Usaha Mikro Pembuatan Aneka Kripik "Sari Gurih" dan Opieun Motekar Snack Kota Cimahi	LPPM Universitas Terbuka	
12	2016	Abdimas Fakultas Ekonomi BUMDes Desa Cinangka, Serang	LPPM Universitas Terbuka	

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1.	Analisis Penerapan Total Quality Management (TQM) terhadap Kinerja Inovasi: Studi pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Barat	Jurnal Media Riset Bisnis dan Manajemen Universitas Trisakti Fakultas Ekonomi	Vol. 9, Nomor 3, Desember 2009
2.	Pengaruh Motivasi Mahasiswa dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Mahasiswa Lulusan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka	Forum Pascasarjana IPB	Vol. 34, Nomor 3, Juli 2011
3.	Analisis Penerapan Statistical Quality Control pada Beban Usaha PT PLN (Persero)	Jurnal Organisasi dan Manajemen Universitas Terbuka	Vol. 8, Nomor 1, Maret 2012
4.	Pengaruh Pelatihan terhadap Motivasi dan Kinerja Staf Akademik Universitas Terbuka	Jurnal Bisnis dan Manajemen Esensi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Vol. 4, Nomor 1, Agustus 2013
5.	Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pengguna Kartu Simpati di Kalangan Mahasiswa)	Jurnal Manajemen Derivatif	Vol. 8 Nomor 2, November 2014
6.	Menumbuhkan Loyalitas Pengunjung Kuliner Wisata di Bandung	Jurnal Manajemen Derivatif	Vol. 9 Nomor 1, April 2015
7.	Pengaruh Faktor-faktor Pembentuk Loyalitas Mahasiswa Universitas Terbuka	Jurnal Manajemen dan Organisasi IPB	Vol. 6, Nomor 3, Desember 2015
8.	Interelasi Determinan Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar GSM Simpati	Jurnal Manajemen Indonesia	Vol. 16, Nomor 2, 2016

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Internasional 21st AAOU Annual Conference	<i>Tutor Activities In Online Tutorial For Management Courses At</i>	29-31 Oktober 2007, Kuala Lumpur, Malaysia

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
		<i>Universitas Terbuka, Indonesia</i>	
2	<i>Call for Papers & Seminar Nasional Sustainable Competitive Advantage-2</i>	<i>The Influence of Excellent Service Towards Student Graduate Satisfaction at Management Study Program In Economic Faculty of Open University</i>	21 November 2012, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto
3	Seminar Hasil Penelitian	Pengaruh Pelatihan Terhadap Motivasi Dan Kinerja Staf Akademik Universitas Terbuka	29-30 November 2012 Universitas Terbuka
4	<i>Call for Papers & Seminar Nasional Etika Bisnis: Kebutuhan atau Kewajiban</i>	Kajian Sistem Pendidikan Jarak Jauh (SPJJ) Program Studi Akuntansi Universitas Terbuka	14 Desember 2012 Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung
5	Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2013 "Membangun Ekonomi Negeri dari Daerah"	Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar GSM Simpati di Jakarta	26-27 Nopember 2013, FE UNIMAL, Lhokseumawe, Banda Aceh
6	Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2013 "Membangun Ekonomi Negeri dari Daerah"	Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Staf Akademik Universitas Terbuka	26-27 November 2013, FE UNIMAL, Lhokseumawe, Banda Aceh
7	<i>Border and Development International Conference: Industrial Development and Mobility at The Border Region</i>	<i>The Influence Of Service Quality On Satisfaction And Trust And Its Impact To Customer Loyalty</i>	5-7 November 2014, Fakultas Ekonomi, Universitas Tanjungpura
8	<i>Border and Development International Conference: Industrial Development and Mobility at The Border Region</i>	<i>The Impact Of Image And Satisfaction On Loyalty: The Case Of Indonesian Open University</i>	5-7 November 2014, Fakultas Ekonomi, Universitas Tanjungpura
9	<i>Sustainability as a Strategic Business Orientation in Global Economy Recovery Phase</i>	<i>Determinants Interrelation Of Customer Loyalty</i>	13-15 Maret 2015, Makassar (Fakultas

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
		<i>Simpati Prepaid Cards Users</i>	Bisnis dan Ekonomi Universitas Surabaya)
10	<i>Sustainability as a Strategic Business Orientation in Global Economy Recovery Phase</i>	<i>The Impact Of Institution Image, Student Satisfaction And Word Of Mouth</i>	13-15 Maret 2015, Makassar (Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Surabaya)
11	<i>Sustainability as a Strategic Business Orientation in Global Economy Recovery Phase</i>	<i>The Effect Of Work Motivation To Service Quality And Satisfaction Of Public Services District City In South Tangerang</i>	13-15 Maret 2015, Makassar (Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Surabaya)
12	<i>International Annual Symposium Management (INSYMA)</i>	<i>Achieving Students Loyalty Through Quality of Services, Students Satisfaction, and Reputation</i>	18-20 Maret 2016, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi minh City (USSH, VNU-HCM), Vietnam
13	<i>International Annual Symposium Management (INSYMA)</i>	<i>The Impact of Institutional Image and Student Satisfaction on Attitudinal and Behavioral Loyalty – The Case of Universitas Terbuka</i>	18-20 Maret 2016, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi minh City (USSH, VNU-HCM), Vietnam
14	<i>International Annual Symposium Management (INSYMA)</i>	<i>The Effect of Factors Forming Loyalty Among Visitor Culinary Tourism In Bandung</i>	18-20 Maret 2016, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi minh City (USSH, VNU-HCM), Vietnam
15	<i>The Open Education Consortium</i>	<i>Exploring Student Satisfaction on Tutorial Online for Continuous Improvement Strategy of e-Learning In Indonesian Open</i>	12-14 April 2016, AGH University of Science and Technology, on the premises of the Faculty of Materials Science and Ceramics. Krakow, Poland.

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
		<i>Distance Education Environmen</i>	

G. Karya Buku Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				

H. Perolehan HKI Dalam 5 – 10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya Yang Telah Ditetapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				

J. Penghargaan Dalam 10 Tahun

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Dosen Berprestasi Terbaik Ketiga di Lingkungan Universitas Terbuka	Universitas Terbuka	2015

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam Penelitian Fundamental UT.

Tangsel, 26 Januari 2017



Devi Ayuni
NIP. 19780603 200212 2 003