

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian dimana obyek dan variabel penelitian biasanya hampir sama dengan penelitian ini, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pembandingan terhadap:

1. Hansel dalam penelitiannya yang berjudul “analisis pengaruh *e-Service Quality* Terhadap *customer satisfaction* yang berdampak pada *customer loyalty* PT Bayu Buana Travel tbk” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *e-Service Quality* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *customer loyalty* pada PT Bayu Buana Travel, Tbk. Dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu sensus, teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan pengolahan data menggunakan metode *structural equation modeling* dengan program *warpPLS* dan metode *Importance Performance analisis*. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *e-Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*, memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*, *e-Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*, *e-Service Quality* dan *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. Pada *e-Service Quality* atribut seperti *website* menyediakan informasi yang akurat, *website* memiliki reputasi yang baik, semua pembayaran terkonfirmasi secara *online*, *website* mudah digunakan, dan produk/jasa pada *website* terkirim sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan perlu diperbaiki dan ditingkatkan.
2. Prasetyo dalam penelitiannya yang berjudul “Analisa kepuasan nasabah terhadap website bank BNI Menggunakan metode *e-Servqual* dan *analysis Importance and performance matriks*” pada penelitian ini menggunakan 5 dimensi yaitu *tangibles*, dimensi *realibility*, *responsive*, *assurance* dan *emphaty*. Semuanya masih terdapat *gap* atau kesenjangan antara harapan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kenyataan yang dirasakan oleh pengguna atau nasabah. Dimensi *tangibles* merupakan gambaran fisik dari *website*, dimensi *reability* merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan atau data secara akurat dan handal, dimensi *responsives* atau daya tanggap merupakan kesediaan dan kecepatan respon dari *customer service* dalam membantu nasabah atau pengguna, dimensi jaminan (*assurance*) merupakan keamanan yang diberikan oleh Bank BNI dalam bertransaksi, dan dimensi *empathy* merupakan perhatian kepada pengguna apakah *website* tersebut nyaman untuk diakses atau tidak. Urutan tingkat kepuasan yang paling rendah (*gap* yang paling besar) tingkat kepuasan yang paling rendah adalah dimensi *reability*, *tangibles*, *responsives*, *emphaty* dan *assurance*.

3. Laurent dalam penelitiannya yang berjudul “pengaruh *e-Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan GO-jek melalui kepuasan pelanggan” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan GO-jek melalui kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan 150 kuesioner secara online untuk mengumpulkan data yang kemudian diolah dengan menggunakan smartPLS. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa *e-Service Quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
4. Handrianto dalam penelitiannya yang berjudul “analisis pengaruh *e-Service Quality* terhadap kepuasan pengguna *website* layanan akademik” penelitian terhadap penggunaan *internet* sebelumnya menyatakan bahwa ukuran kepuasan *website* yang ditentukan oleh kualitas *e-Service*, AMIK BSI Jakarta telah melakukan *e-Service* untuk kegiatan pelayanan akademiknya. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi seperti kebermanfaatan *website*, estetika *website*, sistem keamanan *website*, dan daya tanggap *website* yang belum optimal. Penelitian ini mengusulkan sebuah model untuk melihat hubungan antara kepuasan *website* yang berisi informasi akademik kepada Mahasiswa dan niatan untuk berkunjung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kembali ke *website* tersebut sehingga *e-Service website* tersebut menjadi suatu kebutuhan yang cukup penting keberadaannya bagi Mahasiswa. Dalam penelitian ini dilakukan survei terhadap Mahasiswa yang berusia antara 19 (Sembilan belas) sampai dengan 30 (tiga puluh) tahun yang memiliki banyak pengalaman dalam menggunakan *website* akademik terutama Mahasiswa semester 3 (tiga) sampai semester 6 dari 3 jurusan yang berbeda yaitu jurusan komputerisasi akuntansi, manajemen informatika, dan jurusan teknik komputer di akademik manajemen informatika dan komputer (AMIK BSI Jakarta) para responden menjawab kuisisioner berdasarkan pengalaman mereka dalam mengeksplorasi *website* akademik. Data dari responden yang diperoleh akan diolah untuk keperluan analisis data deskriptif dengan metode pemodelan persamaan struktural untuk menguji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini bahwa validitas dan reabilitas setiap indikator terhubung signifikan terhadap variabel dan dapat memberi kontribusi untuk mengevaluasi kualitas pelayanan *website*. Sehingga diketahui bagaimana perolehan informasi yang diberikan mempengaruhi kepuasan Mahasiswa terhadap *website*, sehingga menimbulkan niatan kembali Mahasiswa untuk mengunjungi *website* tersebut.

5. Handoko dalam penelitiannya yang berjudul “analisis pengaruh kualitas pelayanan (*Service Quality*) sistem informasi akademik terhadap kepuasan Mahasiswa (studi kasus: STMIK Amikom Yogyakarta dan Amikom Cipta Darma Surakarta). Tujuan dari penggunaan dimensi *servqual* dalam pengukuran kesenjangan adalah untuk melakukan program perbaikan dalam peningkatan jasa layanan yang digunakan sebagai alternatif usulan dalam perbaikan kualitas jasa yang berorientasi terhadap kepuasan Mahasiswa. Dimensi yang digunakan dalam *servqual* yaitu: *responsiveness*, *reliability*, *empathy*, *assurance* dan *tangible* serta analisis diagram kartesius. Dengan metode dan analisis di atas dapat mengetahui *gap* kesenjangan yang terjadi antara persepsi dengan harapan/keinginan Mahasiswa pada Stmik Amikom Yogyakarta dan Amikom Cipta Darma

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Surakarta. Penelitian dengan metode ini, dengan cara mengambil sampel sebanyak 100 kuisioner. Dari pengukuran tersebut diperoleh informasi rata-rata *gap* tiap dimensi pada Yogyakarta: *responsiveness* (-1,24), *reliability* (-0,48), *empathy* (-0,06), *assurance* (-0,19), dan *tangible* (-0,13). sedangkan pada Surakarta, *responsiveness* (-0,39), *reliability* (-0,76), *empathy* (-0,66), *assurance* (-0,09) dan *tangible* (-0,63). dan atribut yang termasuk dalam kuadran 1 diagram kartesius pada Yogyakarta adalah atribut dengan nomor 2, 8, 22, 24 dan 25 pada Surakarta adalah atribut nomor 9, 22, 23 dan 27.

2.2. Analisis

2.2.1. Pengertian Analisis

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia menyebutkan pengertian analisis sebagai sebuah proses menguraikan sebuah pokok masalah atas berbagai bagiannya. Penelaahan juga dilakukan pada bagian tersebut dan hubungan antar bagian guna mendapatkan pemahaman yang benar serta pemahaman masalah secara menyeluruh.

Analisis sistem (*system analyst*) adalah orang yang menganalisa sistem (mempelajari masalah-masalah yang timbul dan menentukan kebutuhan-kebutuhan pemakai sistem) untuk mengidentifikasi pemecahan yang beralasan (Jogiyanto, 2005).

2.2.2. Langkah-Langkah Analisis

Menurut Jogiyanto, langkah-langkah dalam tahap analisis sistem hampir sama dengan yang akan dilakukan dalam mengidentifikasikan proyek-proyek sistem yang akan dikembangkan di tahap perencanaan sistem. Perbedaannya terletak dalam ruang lingkup tugasnya. Pada analisis sistem ini, penelitian yang dilakukan oleh analisis sistem adalah penelitian terinci, sedangkan di perencanaan sistem sifatnya hanya penelitian pendahuluan.

Di dalam tahap analisis sistem terdapat langkah-langkah dasar yang harus dilakukan oleh analisis sistem, sebagai berikut:

1. *Identify*, yaitu mengidentifikasikan masalah
 - a. Mengidentifikasi penyebab masalah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Mengidentifikasi titik keputusan.
- c. Mengidentifikasi personil kunci.
2. *Understand*, yaitu memahami kerja dari sistem yang ada.
 - a. Menentukan jenis penelitian.
 - b. Merencanakan jadwal.
 - c. Membuat penugasan penelitian.
 - d. Membuat agenda wawancara.
 - e. Mengumpulkan hasil penelitian.
3. *Analyz*, yaitu menganalisis sistem
 - a. Menganalisa kelemahan sistem.
 - b. Menganalisa kebutuhan informasi pemakai.
4. *Report*, yaitu membuat laporan hasil analisis.
 - a. Pelaporan bahwa analisa telah selesai dilakukan.
 - b. Meluruskan kesalahan apa yang telah ditemui dan dianalisa.

2.3. Konsep Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Sutabri, 2012).

1. Manfaat Sistem Informasi

Terdapat beberapa manfaat yang didapatkan dalam menggunakan sistem informasi, diantaranya:

- a. Agar organisasi dapat beroperasi secara efisien.
Sistem informasi mengerjakan pekerjaan rutin secara lebih cepat dan mudah. Efisiensi dicapai berkat prestasi sistem pengolahan transaksi.
- b. Agar organisasi dapat beroperasi dengan efektif.
Efektifitas merupakan target dari sistem pendukung keputusan. *Decision Support System (DSS)*. DSS merupakan informasi-informasi khusus yang tersaring dan model-model informasi tersebut dapat ditampilkan secara baik setiap kali dibutuhkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.
Sistem informasi memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan.
- d. Agar organisasi dapat meningkatkan kreasi/improvisasi terhadap produk yang dihasilkan.
Karena sistem informasi akan mengintegrasikan informasi dalam organisasi sehingga dapat membantu pengembangan usaha melalui kreasi produk.
- e. Agar dapat meningkatkan usahanya.
Sistem informasi yang baik mampu meningkatkan pangsa pasar terhadap produk yang dihasilkan.

2.4. Konsep Kualitas Layanan

Kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas merupakan fungsi dari biaya dimana biaya dapat diturunkan dengan proses perbaikan atau pengurangan variasi dalam produk atau variasi dalam proses (Tjiptono, 2016).

2.4.1. Pengertian Kualitas

Kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kerugian yang harus dibayar oleh konsumen akibat kegagalan suatu produk atau jasa. Kualitas merupakan fungsi dari biaya dimana biaya dapat diturunkan dengan proses perbaikan atau pengurangan variasi dalam produk atau variasi dalam proses.

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pengguna.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kata kualitas seperti dijelaskan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu atau pribadi yang baik dalam bentuk tingkah laku seseorang yang baik yang dapat dijadikan teladan dalam hidup bermasyarakat dan bernegara (Tjiptono, 2016).

2.4.2. Pengertian kualitas layanan

Kualitas pelayanan/jasa didefinisikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan/pengguna. Berdasarkan definisi lain kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan/pengguna. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang diharapkan/dipersepsikan (*perceived service*).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dalam menilai kualitas layanan menyebutkan ada lima dimensi pokok *Servqual* yang berkaitan dengan kualitas layanan untuk membentuk fokus pengguna. Kelima dimensi kualitas layanan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bukti nyata (*Tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni berkaitan dengan kemampuan perusahaan/instansi untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Empaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono, 2016).

2.5. Kepuasan Pengguna/Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja 'produk total' sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan (Tjiptono, 2008).

Jasa pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang *outputnya* bukan merupakan produk tetapi dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah seperti kenikmatan hiburan, santai dan sehat yang bersifat tidak berwujud. Dalam buku *Measuring Customer Satisfaction* menyatakan jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak ke pihak lain. Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yang artinya cukup baik, memadai dan *facio* artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Tetapi begitu diminta untuk mendefinisikannya, kelihatan tak seorangpun tahu. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Berbagai definisi diberikan untuk menjelaskan tentang jasa pelayanan. Dalam buku *Service, Quality and Satisication* mendefinisikan jasa sebagai sistem yang menyediakan sesuatu yang dibutuhkan publik, dan diorganisasikan oleh pemerintah atau perusahaan swasta, definisi lain menyebutkan bahwa jasa adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan yang menyediakan sesuatu kepada publik atau melakukan sesuatu bagi pemerintah. Pelayanan atau jasa adalah perbuatan suatu kelompok menawarkan kepada kelompok/orang lain sesuatu yang pada dasarnya tidak berwujud, sedangkan produksinya berkaitan atau tidak berkaitan dengan fisik produk. Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak berwujud.

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan/instansi dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan/pengguna yaitu:

1. Kualitas produk.

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak pelanggan/pengguna.

2. Kualitas Pelayanan.

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan/pengguna akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan pengguna yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan pengguna yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3. Emosional.

Pelanggan/pengguna akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan/pengguna menjadi puas terhadap merek tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Harga.

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya.

Pelanggan/pengguna tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu (Tjiptono, 2008).

2.5.1. Mengukur Kepuasan pelanggan/Pengguna

Tingkat kepuasan pelanggan/pengguna ada dua metode pengukuran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan/instansi, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan/pengguna. Setiap perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan/pengguna memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan/pengguna untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Adapun metode yang digunakan bisa berupa kotak saran ataupun dengan menyediakan saluran telepon khusus.
2. Survei kepuasan pelanggan/pengguna.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan/pengguna dapat dilakukan dengan cara:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan.
- b. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga dimintai untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- c. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mengharapkan atribut tertentu dan seberapa besar mereka rasakan.
- d. Responden dapat meranking berbagai elemen dan penawaran berdasarkan derajat penting setiap elemen seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (Tjiptono, 2008).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.2. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan /Pengguna

Kepuasan pelanggan/pengguna dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan/pengguna terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan. Definisi lain tentang kepuasan pelanggan/pengguna adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan/pengguna yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan/pengguna ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan).
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.

Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan memceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini akan mempengaruhi persepsi pelanggan/pengguna terutama pada produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi (Tjiptono, 2008).

2.6. Prioritas Perbaikan Layanan

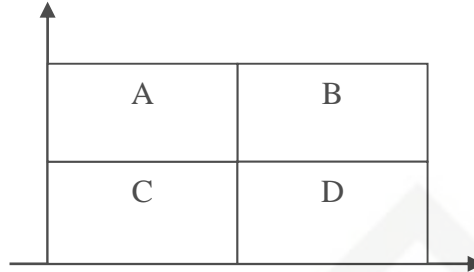
Ada beberapa untuk dijadikan dasar dalam menentukan atribut atau dimensi yang diprioritaskan untuk diperbaiki diwaktu mendatang berdasarkan data kepuasan pelanggan yang diperoleh. Cara itu diantaranya penggunaan skor kesenjangan dan kuadran. Diagram kartesius merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi peningkatan pelayanan dengan melihat hubungan kinerja atau tingkat pelaksanaan pelayanan yang dilakukan pihak perusahaan dengan kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan. Diagram kartesius merupakan bangunan yang terdiri dari 4 bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik x rata-rata dan y rata-rata (Astuti, 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.1.

Y Tingkat Harapan dan Kepentingan



X Tingkat Persepsi dan Kenyataan

Gambar 2.1 Diagram Kartesius

(Sumber: Astuti, 2016)

Penjelasan:

1. Titik X rata-rata merupakan nilai skor rata-rata dari tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut.
2. Titik Y rata-rata merupakan nilai skor rata-rata dari tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Kuadran A, B, C dan D menunjukkan tingkat prioritas atribut.
 - a. Kuadran A: Prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu diperbaiki
 - b. Kuadran B: Prioritas atribut yang dianggap penting dan perlu dipertahankan karena pelanggan dianggap telah terpuaskan.
 - c. Kuadran C: prioritas atribut yang dianggap kurang penting tetapi tingkat kepuasan konsumen cukup baik.
 - d. Kuadran D: Prioritas atribut yang kurang dianggap penting tetapi tingkat kepuasan konsumen sangat puas.

2.7. Pengertian SISFO

SISFO merupakan suatu sistem informasi terintegrasi yang digunakan untuk mempermudah perguruan tinggi dalam mendukung proses penyelenggaraan pendidikan tinggi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). SISFO merupakan aplikasi berbasis web (*web-based application*) yang dapat diakses menggunakan *web browser*.

Kegiatan yang mampu dilakukan oleh sistem informasi akademik SISFO ini sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sistem informasi akademik SISFO memiliki 18 menu diantaranya yaitu: *Superuser*, Administrator, Aplikasi, Staff PMB, Ka PMB, Presenter, Administrasi Akademik, Tata Usaha, Kepala Akademik, Administrasi Personalia, Kepala Personalia, Dosen, Administrasi Dosen, Mahasiswa, Executive, Rektor. Sistem akan menampilkan halaman *login* berdasarkan kelompok *user*, Pada setiap menu *user* memiliki *username* dan *password* masing-masing dalam mengakses
2. *Superuser* adalah level *user* tertinggi yang mana *Superuser* memiliki hak mengakses semua modul dan semua prodi serta berhak memberikan hak akses kepada *user* pada kelompok *user* lain, *Superuser* juga dapat melakukan penambahan menu atau sub menu dengan menggunakan script eksternal dan juga dapat menyembunyikan menu atau sub menu yang digunakan
3. Mahasiswa
Didalam menu Mahasiswa terdapat beberapa bagian yaitu:
 - a. Alur Sistem.
Didalam alur sistem terdapat semua alur bagaimana cara menggunakan sistem dari awal hingga *user* keluar dari sistem.
 - b. Biodata Mahasiswa.
Terdapat semua biodata Mahasiswa mulai dari nama Mahasiswa, alamat sampai dengan nama orang tua Mahasiswa.
 - c. Pengisian KRS.
pengisian KRS berguna untuk melakukan aktifitas perkuliahan.
 - d. Kartu Hasil Studi (KHS)
Untuk melihat nilai hasil perkuliahan yang dilakukan Mahasiswa persemester.
 - e. Jadwal.
Berfungsi untuk melihat jadwal perkuliahan yang dilakukan Mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

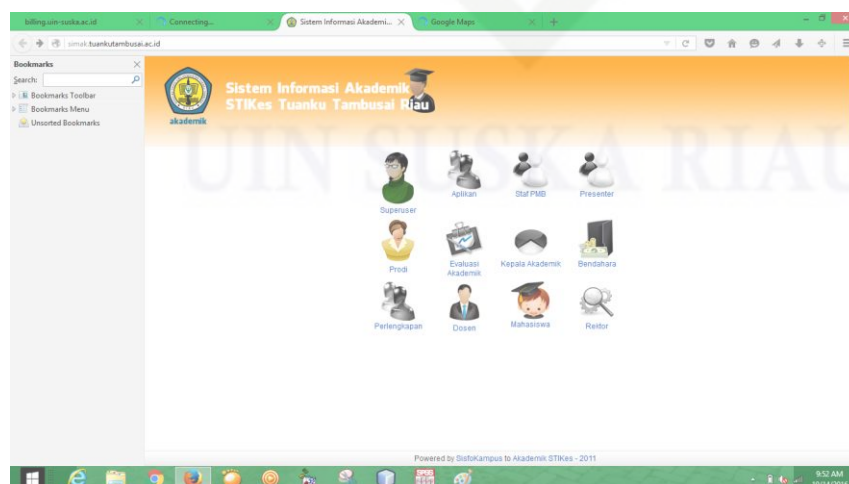
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Pendaftaran Wisuda.
berfungsi untuk mendaftar wisuda bagi Mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk wisuda.
 - g. Ubah *Password*.
berfungsi untuk mengamankan data Mahasiswa dan Mahasiswa harus mengganti *password* agar data Mahasiswa terhindar dari *hack*.
 - h. Alumni.
berfungsi untuk melihat alumni yang ada pada Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Riau.
4. Dosen.
Melihat jadwal perkuliahan.
 5. Ka PMB.
 - a. Pendaftaran Mahasiswa baru.
 - b. Penerimaan Mahasiswa baru.

Untuk mengakses Sistem informasi akademik Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Riau dengan menggunakan *link* <http://simak.stikestuankutambusai.ac.id> dengan tampilan utama adalah sebagai berikut:

1. Tampilan beranda awal yang ketika diketik <http://simak.universitastuankutambusai.ac.id> ada pada Gambar 2.2 dan bisa memilih *login* sesuai dengan kebutuhan *user*.



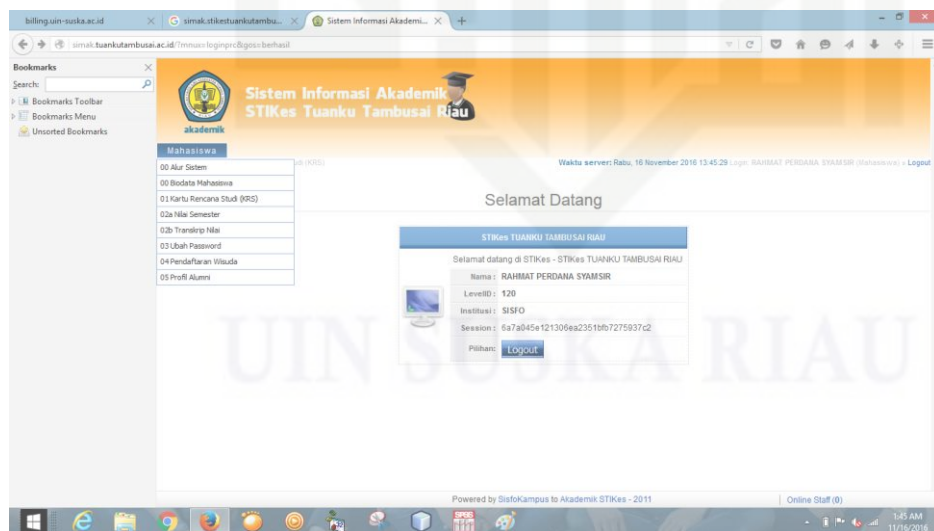
Gambar 2.2 Tampilan Utama Sistem Informasi SISFO.

2. Tampilan menu login yang dapat dilihat pada Gambar 2.3 untuk setiap *user* memiliki *username* dan *password* masing –masing yang telah diberikan oleh pihak superuser SISFO Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Riau.



Gambar 2.3 Tampilan *Login* Pada Setiap Menu Yang Diinginkan.

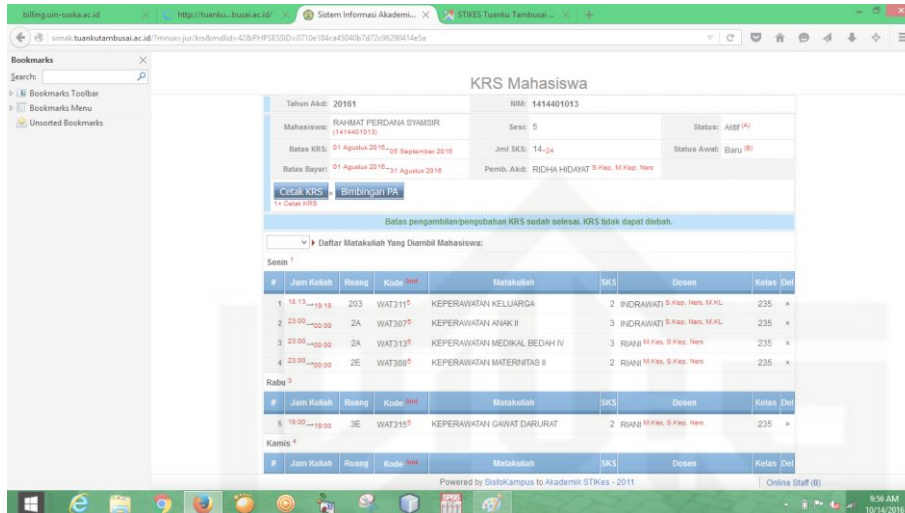
3. Tampilan menu yang ada di sistem SISFO pada bagian Mahasiswa yang dapat dilihat pada Gambar 2.4 yang berisikan tentang alur sistem, biodata Mahasiswa, KHS, pengisian KRS, transkrip nilai, ubah *password*, daftar wisuda dan profil alumni



Gambar 2.4 Tampilan Menu Mahasiswa Pada Sistem Informasi SISFO.

4. Tampilan jadwal kuliah Mahasiswa

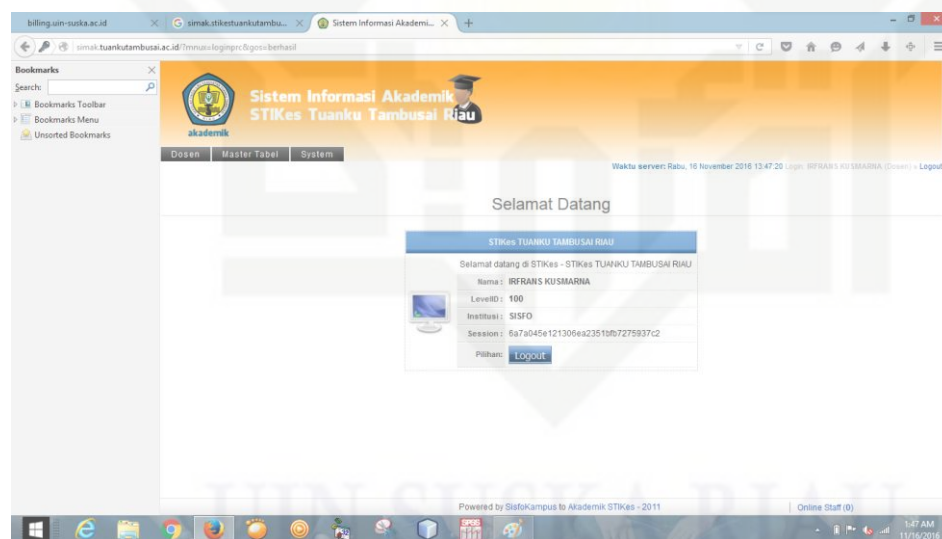
Tampilan jadwal mata kuliah dapat dilihat pada Gambar 4.5.



Gambar 2.5. Tampilan Jadwal Kuliah Mahasiswa

5. Tampilan Menu Dosen

Tampilan menu Dosen dapat dilihat pada Gambar 4.6.



Gambar 2.6. Tampilan Menu Dosen

2.8. *Electronic - Service Quality (E-Servqual)*

2.8.1. *Pengertian E-Servqual*

Menurut Zetham et.al yaitu adanya pemahaman sebelum dan sesudah menggunakan layanan website yang diartikan sebagai evaluasi efisiensi dan efektif didalam berbelanja, melakukan pembelian dan pengantaran layanan secara *online* (komara, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model *e-Servqual* model kualitas jasa *online* yang paling komprehensif dan integratif, komprehensif dan integratif dikarenakan dimensi yang dikemukakan relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi jasa elektronik.

E-Service Quality atau juga dikenal dengan *e-Servqual* merupakan versi baru dari *Service Quality (Servqual)* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. *E-Servqual* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan berbelanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. *E-Servqual* didefinisikan sebagai sejauh mana *website* memfasilitasi efisien dan efektif belanja, pembelian, dan pengiriman produk dan jasa (Tjiptono, 2016).

2.8.2. Dimesi *E-Servqual*

Terdapat 7 dimensi pengukuran *e-Service Quality* yaitu:

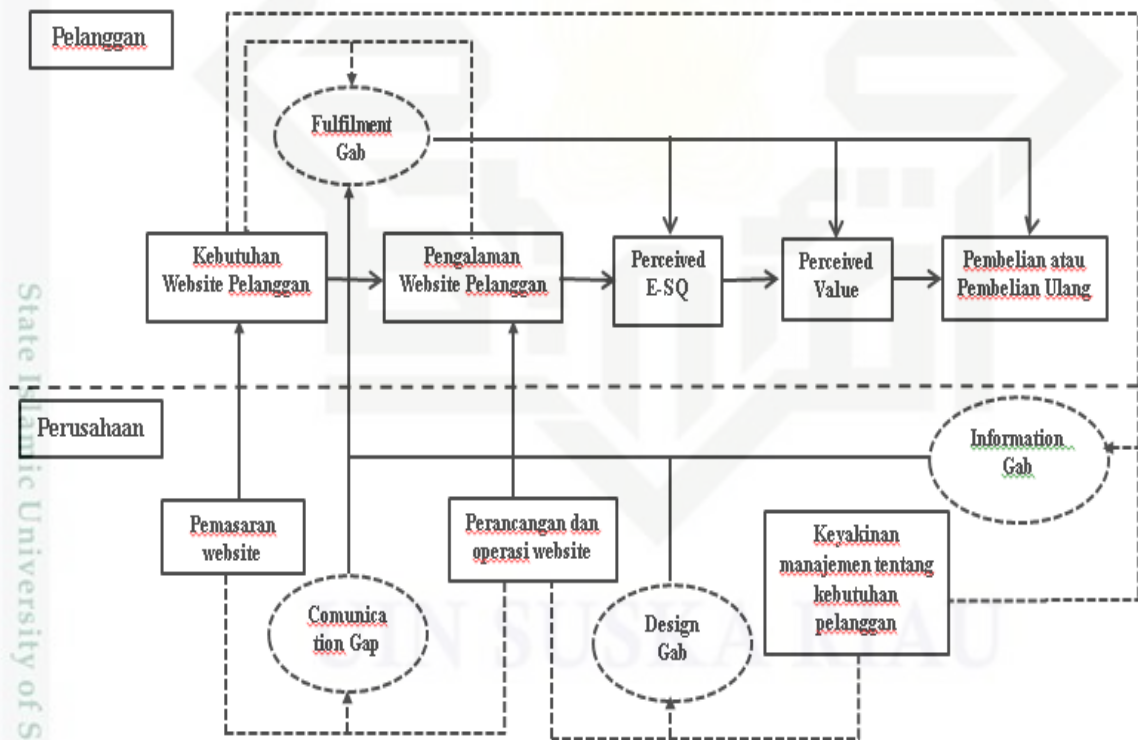
1. Efisiensi, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. *Reliabilitas*, berhubungan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment*, yaitu mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman yang sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Privasi, berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi pelanggan terjamin keamanannya.
5. Daya tanggap, merupakan kemampuan toko *online* untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul pertanyaan seputar produk, memiliki mekanisme, untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi *online*.
6. Kompensasi, meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk.

7. Kontak, mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (Tjiptono, 2016).

2.8.3. Model *E-Service Quality (E-Servqual)*

Model konseptual untuk memahami dan meningkatkan kualitas jasa/layanan elektronik (*e-Servqual*). Dalam model *e-Servqual* terdapat empat macam *gap*, yaitu *information gap*, *design gap*, *communication gap*, dan *fulfillment gap*. Pada prinsipnya, model *e-Servqual* merupakan adaptasi dan perluasan model tradisional *Servqual* kedalam konteks pengalaman berbelanja *online*, model konseptual *e-Servqual* acuan untuk pengukuran kualitas jasa elektronik *e-Servqual* (Tjiptono, 2016).

Model konseptual *Service Quality* dapat dilihat pada Gambar 2.7.



Gambar 2.7. Model Konseptual *E-Servqual*.

(Sumber: Tjiptono 2016)

Model Konseptual *e-Servqual* adalah model konseptual untuk memahami dan meningkatkan *e-Service Quality* suatu perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Konseptual *e-Servqual* dibagi atas 2 (dua) bagian, yaitu: sisi pelanggan dan sisi perusahaan, yang dimana pada sisi perusahaan menunjukkan 3 (tiga) rentang potensial terhadap *e-Servqual* suatu situs, yaitu: Rentang Informasi (*Information Gap*), Rentang Desain (*Design Gap*) dan Rentang Komunikasi (*Communication Gap*), yang terjadi pada proses *marketing*, desain dan operasional suatu situs. Lalu kombinasi 3 (tiga) rentang ini secara bersama-sama mempengaruhi Rentang Pemenuhan Kebutuhan (*Fullfilment Gap*) yang terdapat pada sisi pelanggan, sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat *e-Servqual* dan *value* yang dirasakan oleh pelanggan, dan juga akan mempengaruhi tingkah laku pelanggan dalam keputusan untuk membeli atau membeli kembali suatu barang atau jasa.

Adapun penjelasan mengenai rentang-rentang (*gap*) yang terdapat pada model konseptual *e-Servqual* adalah sebagai berikut:

1. Rentang Informasi (*Information Gap*): merupakan ketidaksesuaian antara kebutuhan pelanggan terhadap suatu situs dan keyakinan pihak manajemen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.
2. Rentang Desain (*Design Gap*): merupakan kegagalan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal pembuatan struktur dan fungsi dari suatu situs, misalnya: saat pelanggan membutuhkan bantuan ketika terjadi masalah dalam melakukan transaksi pembelian
3. Rentang Komunikasi (*Communication Gap*): merupakan kurang tepatnya pengertian dari staf *marketing* tentang fitur, kemampuan dan keterbatasan dari suatu situs. Hal ini merupakan akibat dari kurangnya komunikasi antara bagian operasional dan bagian *marketing*, yang dapat berakibat pada ketepatan janji yang dijanjikan, misalnya: batas waktu pengiriman barang/jasa.
4. Rentang Pemenuhan Kebutuhan (*Fullfilment Gap*): terjadi di pihak pelanggan yang merupakan ketidaksesuaian antara kebutuhan dan pengalaman masa lalu pelanggan. Rentang pemenuhan kebutuhan dipengaruhi oleh kombinasi rentang informasi, desain dan komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rentang pemenuhan kebutuhan terjadi dalam 2 (dua) bentuk yang berbeda:

- a. Bentuk pertama adalah janji dari bagian *marketing* kepada para pelanggan yang tidak sesuai dengan kenyataan mengenai desain dan operasional suatu situs, yang terjadi akibat dari adanya rentang komunikasi (*Communication Gap*), misalnya: bagian *marketing* menjanjikan garansi uang kembali, akan tetapi situs perusahaan tersebut memiliki kekurangan fitur-fitur untuk menerima keluhan pelanggan dan selanjutnya memproses keluhan pelanggan tersebut.
- b. Bentuk kedua adalah kekecewaan seorang calon pelanggan baru terhadap janji-janji dari bagian *marketing*, yang terjadi akibat dari adanya rentang desain (*Design Gap*) dan rentang informasi (*Information Gap*), misalnya, kegagalan seorang calon pelanggan baru dalam melakukan transaksi pembelian melalui situs perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, rentang pemenuhan kebutuhan (*Fullfilment Gap*) dan pengalaman masa lalu pelanggan merupakan kunci penentu terhadap tingkat *e-Servqual* yang dimiliki saat ini. Rentang pemenuhan kebutuhan (*Fullfilment Gap*) secara tidak langsung menangkap pengalaman para pelanggan, seperti: pengalaman menyenangkan mengenai fitur-fitur suatu situs yang tidak pernah terpikirkan oleh pelanggan, juga akan mempunyai suatu dampak langsung terhadap tingkat *e-Servqual* yang dimiliki saat ini.

2.8.4. Perhitungan *E-Servqual*

Untuk pengukuran kepuasan pelanggan dalam bidang jasa, salah satu konsep yang digunakan dalam dunia bisnis adalah mendapatkan indeks kepuasan pelanggan dengan metode *e-Servqual*. Hasil survei diperoleh dengan cara membandingkan tingkat harapan pelanggan (ekspektasi) dengan tingkat performa aktual (persepsi).

Nilai untuk kualitas jasa diukur dengan menghitung perbedaan antara penilaian yang dilakukan pelanggan terhadap ekspektasi dan persepsi. Nilai ini disebut *gap*. Nilai *gap* negatif menunjukkan kualitas pelayanan suatu kriteria kurang baik sehingga perlu ditingkatkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perhitungan kualitas jasa dalam model *e-Servqual* ini didasarkan pada skala Likert. Perhitungan terhadap nilai *e-Servqual* dapat dilihat pada Rumus sebagai berikut:

1. Tentukan rata-rata nilai persepsi (\overline{SKij}) untuk setiap variabel.

$$\text{Rumus: } \overline{SKij} = \frac{\sum Sij}{n} \quad (2.1)$$

Keterangan:

\overline{SKij} = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan ke-i

$\sum Sij$ = Jumlah persepsi responden ke-j terhadap pernyataan ke-i

n = Jumlah responden.

2. Tentukan rata-rata nilai harapan ekspektasi (\overline{Eij}) untuk setiap variabel.

$$\text{Rumus: } \overline{Eij} = \frac{\sum Eij}{n} \quad (2.2)$$

Keterangan:

\overline{Eij} = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan ke-i

$\sum Eij$ = Jumlah ekspektasi responden ke-j terhadap pernyataan ke-i

n = Jumlah responden.

3. Untuk masing-masing responden jumlahkan nilai *e-Servqual* (S_{ij}) yang didapat untuk setiap dimensi, kemudian bagi jumlah tersebut dengan banyaknya pernyataan yang mewakili dimensi tersebut, persamaan yang digunakan adalah:

$$\text{Rumus: } \overline{SKdr} = \frac{\sum SKi}{mr} \quad \overline{Edr} = \frac{\sum Ei}{mr} \quad i=1,2,3,\dots,n \quad j=1,2,3,\dots,n \quad (2.3)$$

Keterangan:

\overline{SKdr} = Rata-rata nilai persepsi dimensi *e-Servqual* ke-r

\overline{Eij} = Rata-rata nilai ekspektasi dimensi *e-Servqual* ke-r

\overline{SKi} = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan ke-i

\overline{Ei} = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan ke-i

m = Jumlah pernyataan pada dimensi *e-Servqual* ke-r

r = 1,2,3,4,5,...., n

4. Menghitung nilai kesenjangan (*gap*) terhadap setiap responden untuk setiap pernyataan dengan menggunakan persamaan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai *e-Servqual* = Nilai Persepsi – Nilai Ekspektasi

$$\text{Rumus: } e\text{-}SQ = \overline{SKij} - \overline{Eij} \text{ atau } S = P - E \quad (2.4)$$

Keterangan:

e-SQ = Nilai *e-Servqual*

\overline{SKij} = Nilai persepsi responden ke-j untuk pernyataan ke-i

\overline{Eij} = Nilai ekspektasi responden ke-j untuk pernyataan ke-i

i = 1, 2, 3, ..., n

j = 1, 2, 3, ..., n

5. Penilaian kualitas layanan secara keseluruhan atau *Total Electronic Service Quality* (TESQ).

$$\text{Rumus: } TESQ = \frac{\sum SKij}{n} - \frac{\sum Eij}{n} \quad (2.5)$$

Keterangan:

TESQ = Nilai total *e-Servqual*

\overline{SKij} = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan (variabel) ke-i

\overline{Eij} = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan (variabel) ke-i

n = Banyaknya responden

6. Nilai \overline{TESQ} inilah yang mengidentifikasi memuaskan atau tidaknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan bisa dikatakan “memuaskan” jika nilai \overline{TESQ} tersebut bernilai sama dengan nol (0) dan sangat memuaskan jika nilai \overline{TESQ} bernilai positif (>0). Sedangkan bila nilai \overline{TESQ} negatif (<0) dikatakan “tidak memuaskan”.

2.8.5. Perhitungan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut–atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut–atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen CSI sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan (Syukri, 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen/pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Dalam menentukan kategori puas atau tidaknya pelanggan, sangat diperlukan indeks kepuasan pelanggan. Indeks kepuasan pelanggan merupakan suatu range nilai *e-Servqual* yang didefinisikan dalam bentuk tingkat kepuasan pelanggan (Oktaviani, 2006). Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah dari Rumus sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS). Nilai berasal dari rata-rata kepentingan tiap pelanggan

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n} \quad (2.6)$$

Dimana:

n = Jumlah Responden

Yi = Nilai Kepentingan Atribut Y ke i

2. Membuat *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \quad (2.7)$$

Dimana:

MIS_i = Nilai *mean importance score* ke-i (nilai MIS yang didapat pada langkah 1) $\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Jumlah seluruh nilai MIS

3. Membuat *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$Wsi = Wfi \times MSS \quad (2.8)$$

Dimana:

Wfi = Nilai *weight score* ke-i (nilai WF yang didapat pada langkah ke-2)

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan (nilai MIS yang dijumlahkan dan dibagi dengan banyaknya MIS).

4. Menentukan Nilai *Customers Satisfaction Indeks* CSI/IKP

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\% \quad (2.9)$$

Dimana:

$$\sum_{i=1}^p WSi = \text{Jumlah nilai WF keseluruhan}$$

HS (*Highest Scale*) = Skala maksimum yang digunakan

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50% dapat dikatakan bahwa pengguna sudah merasa puas, sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50% maka pengguna belum dikatakan puas. Nilai CSI dibagi dalam lima kriteria, terlihat dalam Tabel 2.1.

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi oleh pihak pelanggan. Perhitungan CSI menggunakan skor rata-rata tingkat harapan dan tingkat persepsi dari masing-masing atribut. Nilai CSI diperoleh dari pembagian antara total nilai *Weight score (WS)* dengan skala maksimum yang digunakan, dan mengalikannya dengan 100 %. Nilai CSI dibagi dalam lima kriteria, terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index (CSI/IKP)*

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	Sangat Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,00 – 0,34	Tidak Puas

(Sumber: Astuti, 2016)

2.9. Profil Universitas Tuanku Tambusai Riau

STIKes Tuanku Tambusai Bangkinang adalah lembaga pendidikan tinggi (perguruan tinggi) yang berada dalam naungan Yayasan Pahlawan Tuanku Tambusai Riau. Kendatipun nama STIKes baru ada sejak Tahun Akademik 2006/2007, sesuai izin Dikti nomor 105/D/O/2006, tertanggal 19 Juni 2006, pada dasarnya STIKes adalah merupakan penyatuan dari dua akademi keperawatan (berdiri sejak 1996) dan Akademi Kebidanan (sejak 2003).

Sejak berdirinya Akademi Keperawatan, Akademi Kebidanan, serta S1 Keperawatan, keberadaannya, kontribusi STIKes Tuanku Tambusai Bangkinang dalam menghasilkan ahli madya keperawatan dan kebidanan sangat membantu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemerintah dan masyarakat Kabupaten Kampar khususnya, dan Provinsi Riau umumnya, terutama dalam menghasilkan lulusan yang berkualitas dan siap kerja.

Mengingat pentingnya keberadaan STIKes dimaksud dan atas pertimbangan kebutuhan akan tenaga-tenaga kesehatan yang memiliki pengetahuan dan keahlian tinggi dalam bidangnya, maka mulai tahun 2008/2009, sudah dipersiapkan rencana pengembangan ke bidang-bidang kesehatan lainnya. Akademi Keperawatan pada awalnya dipimpin oleh seorang direktur dr. Emdas Yahya (1996-2003), kemudian direktur periode berikutnya adalah M. Nizar Syarif Hamidi, A.Kep (2003-2006).

Sedangkan direktur akademik kebidanan pada awalnya dipimpin oleh direktur Elmia Kursani, S.ST (2003-2006). Sedangkan ketua STIKes pada periode awalnya adalah dr. Emdas Yahya (2006-2007), kemudian dipercayakan kepada Asniati, A.Kep., M.Kes (2007-2010). Pada bulan Oktober hingga November 2010, kepemimpinan dipegang oleh Plt. Ketua STIKes yaitu Bustami, S.Kep, M.Pd, Kemudian dipercayakan kembali kepada dr. Emdas Yahya (Desember 2010-sekarang). Ketua STIKes dibantu oleh tiga orang pembantu ketua, yaitu Bustami, S.Kep, M.Pd (Puket I), M. Nizar Syarif Hamidi, A.Kep (puket II) dan Musmulyadi, SKM (Puket III).

Dengan disatukannya antara kedua akademi tersebut kedalam STIKes, maka pimpinan tertinggi pada setiap prodi adalah ketua program studi. Ketua Prodi saat ini (2011) adalah Ns. M. Nurman, S.Kep (D3 Keperawatan & S1 Keperawatan), Dewi Anggriani, M.Keb (D3 Kebidanan & DIV Bidan Pendidik).

Sedangkan pada tanggal 20 Januari 2017 STIKes Tuanku Tambusai Riau mendapatkan SK (Surat Kerja) menjadi Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai dengan nomor izin Menristekdikti No.97/kPT/1/2017 dengan motto “Berorientasi kualitas dan kewirausahaan”, dan diresmikan pada tanggal 27 Februari 2017 dengan Ketua Umum: Prof. Dr. H. Amir Luthfi. Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai memiliki 4 Fakultas dan 16 Program Studi.

Universitas Tuanku Tambusai memiliki 4 Fakultas diantaranya:

1. Fakultas Ilmu Kesehatan.
2. Fakultas Ilmu Pendidikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fakultas Sains dan Teknologi.
4. Fakultas Hukum.

2.9.1. Visi Dan Misi Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

1. Misi

Menjadi Sekolah Tinggi Ilmu kesehatan pilihan masyarakat se-Sesumatera menjelang 2020, menghasilkan lulusan dengan kompetensi ilmu kesehatan serta mamu berdaya saing tinggi pada skala persaingan dunia kerja Nasional dan Internasional.

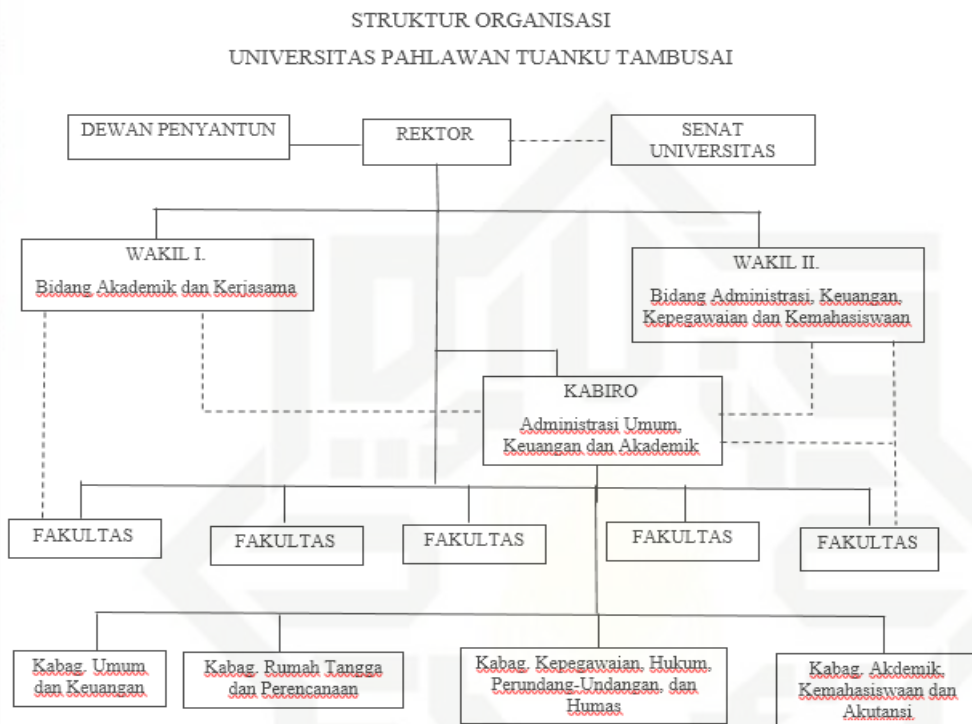
2. Visi

Visi Universitas Tuanku Tambusai adalah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan akan pendidikan ilmu kesehatan yang bermutu sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- b. Menghasilkan tenaga kesehatan yang menguasai Iptek kesehatan dalam melaksanakan peran, fungsi tugasnya berdasarkan kode etik untuk meningkatkan pelayanan kesehatan.
- c. Menerapkan hasil pengembangan ilmu kesehatan secara menyeluruh dan berkesinambungan.
- d. Mengembangkan dan membina jaringan kemitraan dengan berbagai lembaga pendidikan kesehatan baik didalam maupun luar negeri berdasarkan azas kerjasama yang saling membangun kemajuan ilmu kesehatan.

2.9.2. Struktur Organisasi Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Sedangkan struktur organisasi Universitas Tuanku Tambusai dapat dilihat pada Gambar 2.8.



Gambar 2.8. Struktur Organisasi Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.

(Sumber: Data Primer, 2017)

2.10. Populasi dan Sampel

Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (*universal*) dari objek penelitian. Diliht dari kompleksitas objek populasi, maka populasi dapat dibedakan menjadi populasi homogen (keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat yang relatif sama antara yang satu dan yang lain dan mempunyai ciri tidak terdapat perbedaan hasil tes dari jumlah tes populasi yang berbeda) dan populasi heterogen (keseluruhan individu anggota populasi relative mempunyai sifat-sifat individu dan sifat yang membedakan antara individu anggota populasi yang satu dengan yang lain) (Noor, 2011).

Populasi adalah obyek atau subjek yang berada pada suatu wilayah. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lainnya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu:

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 5% (Noor, 2011).

