

PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN SIRAMA TELKOM UNIVERSITY DENGAN MODEL *SERVICE QUALITY*

Darryl Bastian
Prodi S1 Sistem Informasi
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

darrylbastian@student.telkomuniversity.ac.id

Ir. Ari Fajar Santoso, M.T.
Prodi S1 Sistem Informasi
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

arifajar@telkomuniversity.ac.id

Falahah S.Si., M.T.
Prodi S1 Sistem Informasi
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

falahah@telkomuniversity.ac.id

Abstrak -- SIRAMA Telkom University sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dengan fokus pada kepuasan pengguna layanan akademik. Melalui analisis mendalam, ditemukan bahwa meskipun layanan yang diberikan oleh SIRAMA secara umum dianggap memadai oleh pengguna, masih terdapat beberapa area yang memerlukan perbaikan untuk dapat sepenuhnya memenuhi ekspektasi mereka. Pada dimensi Responsiveness meskipun layanan dianggap cukup responsif, masih terdapat kebutuhan untuk memperbaiki kecepatan dan efektivitas tanggapan terhadap keluhan atau pertanyaan pengguna, yang memerlukan peningkatan dalam prosedur penanganan masalah serta kapasitas tim dukungan. Dimensi Assurance menunjukkan bahwa pengguna memiliki tingkat keyakinan yang cukup terhadap kompetensi dan pengetahuan staf SIRAMA, namun peningkatan dalam aspek keamanan data dan kepercayaan masih diperlukan untuk memperkuat rasa aman pengguna. Kesimpulannya, untuk meningkatkan kualitas, keandalan, dan kepuasan pengguna terhadap layanan SIRAMA, perlu dilakukan perbaikan yang signifikan pada area-area yang telah diidentifikasi. Peningkatan ini akan membantu SIRAMA dalam memberikan layanan yang lebih berkualitas, konsisten, dan sesuai dengan harapan pengguna.

Kata kunci -- SIRAMA, kualitas layanan, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, kepuasan pengguna, keandalan.

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia pendidikan, kualitas pelayanan juga sangat diperhatikan, karena pengalaman belajar yang positif dapat memotivasi siswa untuk belajar lebih baik, meningkatkan retensi siswa, dan menciptakan lingkungan belajar yang inklusif dan mendukung. Ketika sebuah institusi pendidikan memberikan layanan yang baik kepada siswa, hal itu dapat menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan mendukung, sehingga meningkatkan efektivitas proses pembelajaran dan pencapaian akademik siswa. Selain itu, pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan retensi siswa, karena mereka merasa dihargai dan didukung oleh institusi mereka, sehingga kemungkinan mereka untuk tetap tinggal dan menyelesaikan studi mereka menjadi lebih besar. Penelitian tentang kualitas layanan pada SIRAMA Telkom University sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut, terutama dengan fokus pada kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan akademik. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan penting bagi pimpinan institusi dalam pengambilan keputusan strategis,

seperti pengembangan dan perbaikan layanan, pengalokasian sumber daya, dan perumusan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman belajar mahasiswa. Kelebihannya terletak pada kemampuannya untuk mengukur berbagai aspek layanan yang penting bagi mahasiswa, seperti keandalan sistem, daya tanggap dari pihak universitas, kepercayaan terhadap layanan yang diberikan, serta jaminan akan kualitas pendidikan yang diterima. Dengan demikian, penelitian tentang kualitas layanan pada SIRAMA Telkom University menjadi sangat penting dalam konteks meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan akademik.

II. KAJIAN TEORI

A. Pemilihan Teori

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam konteks layanan yang berbasis teknologi informasi, terutama di institusi pendidikan tinggi. E-Service Quality merupakan metode yang sering digunakan dalam proses pengembangan sebuah aplikasi atau website. Y. N. Li et al., (2002) menerangkan tentang skala yang ada dalam e-servqual berbasis *website* ke dalam beberapa dimensi sebagai berikut:

1. Tangible: infrastruktur yang sesuai mencakup perangkat lunak dan perangkat keras
2. Reliability: kemampuan sistem email dan situs web untuk memberikan kinerja yang akurat dan dijanjikan
3. Responsiveness: kemampuan sistem layanan berbasis web untuk melakukan layanan online secara konsisten dan akurat
4. Assurance: kemampuan sistem berbasis web untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan
5. Empathy: kemampuan sistem email atau situs web untuk memberikan kepedulian dan perhatian individu

B. Perbandingan Teori

Di bawah ini merupakan tabel yang akan digunakan sebagai perbandingan dalam memilih framework yang dibutuhkan dalam penelitian.

Tabel II- 1 Perbandingan kerangka kerja

No	Peneliti	Judul	Metode dan Variabel	Hasil Penelitian
1	M Pradana, 2019	<i>GAP Analysis of University Online Learning Website From Students' Perspective</i>	Service Quality dengan variabel Usability, Information dan Service Interaction	Analisa website system informasi terhadap perspektif mahasiswa secara keseluruhan membutuhkan peningkatan dalam kuadran 1 pada indikator 12 "reliable information" yang memiliki tingkatan kepentingan tinggi akan tetapi mendapatkan kinerja pelaksanaan yang rendah.
2	Sigit Sugiarto, 2021	<i>Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction</i>	Service Quality dengan variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Customer Satisfaction	Berdasarkan dari hasil penelitian, diketahui bahwa variabel yang paling dominan adalah variabel reliability. Variabel tersebut mempunyai nilai t hitung (5,810) dibandingkan dengan variabel lainnya. Variabel tersebut dapat di tingkatkan dalam penanganan permasalahan nasabah sehingga nasabah tertarik untuk menyimpan dan meminjam uang dengan pelayanan yang cepat dan tepat.
3	Aniefok Okon Akpan, 2024	<i>E-Service Quality and Customer Loyalty in Online Shopping in Nigeria</i>	Service Quality dengan variabel Security, Fulfillment dan Responsiveness	Dari hasil penelitian, pasar online retail di Nigeria berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan dengan berfokus pada dimensi Fulfillment, Responsiveness dan Security di e-service quality ini. Online retailers di Nigeria harus memprioritaskan kebutuhan e-service untuk meningkatkan loyalitas pelanggan karena hal ini dapat meningkatkan secara signifikan loyalitas serta kepuasan pelanggan terhadap retailer.

III. METODE

A. Skala Likert

Pengukuran variabel yang digunakan untuk pembobotan dan item survei dalam penelitian ini menggunakan skala likert, di mana berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seseorang terhadap pernyataan itu sendiri. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2014).

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel III- 1 Tingkatan Jawaban dalam Skala Likert
Sumber (Sugiyono, 2014)

B. Variabel Penelitian

Pada pembuatan survei yang akan disebarakan kepada seluruh responden penelitian, data yang diperlukan harus berhubungan dengan model Service Quality Zeithmal et al, 2005 yang terbagi menjadi 5 dimensi yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Dengan mengutip beberapa penelitian terdahulu yang juga membahas tentang model service quality menggunakan dimensi yang serupa, juga dengan model Service Quality yang menjadi dasar penyusunan indikator dan variabel yang bersangkutan dengan menggunakan dimensi Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, maka variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Variabel	Atribut			
	Pernyataan	Kode	Referensi	Pertanyaan Survei Importance dan Performance
Tangibles	Words – This dimension represents the semantics, or meaning, and the nature of a user’s interactions.	TN1	(IxDF, 2015)	Tipografi yang terdapat pada website SIRAMA, menarik dan mudah dimengerti.
	Visual Representations – This dimension refers to the elements that are not words within a product, such as the typography, diagrams, icons, and other graphics.	TN2	(IxDF, 2015)	Gambar atau ikon yang jelas dan terstruktur membantu pengguna memahami informasi secara lebih efisien di SIRAMA.
	Time – The time in which the user interacts with and makes use of the Words and Visual Representations dimensions.	TN3	(IxDF, 2015)	Terdapat display proses kemajuan yang mudah dimengerti.
	Behaviour – This dimension includes action, or operation, and presentation, or reaction.	TN4	(IxDF, 2015)	Dengan adanya interaksi pada website serta navigasi antarmuka yang baik, SIRAMA sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna.
Reliability	Keeping service promise.	RL1	(Hongxiu Li, 2009)	Website SIRAMA dapat diandalkan.
	Website always available.	RL2	(Hongxiu Li, 2009)	SIRAMA dapat diakses setiap saat pada masa registrasi.

Variabel	Atribut			
	Pernyataan	Kode	Referensi	Definisi Operasional
Reliability	Online ordering is simple.	RL3	(Y. N. Li et al, 2002)	Proses registrasi SIRAMA sederhana dan mudah dipahami.
	The online service always corrects.	RL4	(Hongxiu Li, 2009)	Informasi pada website SIRAMA tepat, tidak terjadi error saat proses registrasi.
	Privacy statement and e-mail notification accompany e-commerce orders.	RL5	(Y. N. Li et al, 2002)	Pernyataan notifikasi maintenance yang mudah dimengerti tercantum pada e-mail pengguna.
Responsiveness	Website addresses are included in all existing documentation, publicity and advertising channels.	RS1	(Y. N. Li et al, 2002)	Alamat website SIRAMA disertakan dalam dokumentasi dan saluran publikasi yang mudah dicari.
	Intuitive on-page navigation improves the ease of use.	RS2	(Y. N. Li et al, 2002)	Navigasi intuitif pada halaman meningkatkan kemudahan penggunaan website ini.
	The tone of messages is consistently courteous.	RS8	(Y. N. Li et al, 2002)	Setiap pesan tanggapan dikomunikasikan dengan cara yang ramah, profesional, dan tidak menyinggung perasaan pengguna.
	Automated or humane e-mails responses or serving pages give customers prompt service.	RS4	(Y. N. Li et al, 2002)	Terdapat tanggapan otomatis atau non-otomatis yang baik.
	E-mail responses are relevant and accurate and website content is appropriate to customer requirements.	RS5	(Y. N. Li et al, 2002)	Layanan tanggapan yang diberikan cepat kepada pengguna.
		RS6	(Y. N. Li et al, 2002)	Terdapat tanggapan yang relevan dan akurat.
		RS3	(Y. N. Li et al, 2002)	Konten website yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Variabel	Pernyataan	Kode	Atribut	
			Referensi	Definisi Operasional
Responsiveness	E-mail systems are both inbound and outbound to deal with customer complaints.	RS7	(Y. N. Li et al, 2002)	Sistem tanggapan yang terbuka, guna untuk menerima maupun mengirim dalam menangani keluhan pengguna
Assurance	Information contained on the website is current and timely.	AS1	(Y. N. Li et al, 2002)	Informasi yang terdapat di website aktual dan up to date.
	Information contained on the website is accurate and relevant.	AS2	(Y. N. Li et al, 2002)	Informasi yang terdapat di website ini akurat dan relevan.
	Information contained on the website is rich in detail.	AS3	(Y. N. Li et al, 2002)	Informasi yang terdapat di website ini lengkap.
	Offer language and geographic options.	AS4	(Y. N. Li et al, 2002)	Menawarkan pilihan Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia yang mudah dipahami.
Empathy	Offer personal e-mail responses and web pages.	EP1	(Y. N. Li et al, 2002)	Menawarkan tanggapan email atau kontak pribadi yang sesuai.
	Feedback is continuously changed in response to customers.	EP2	(Y. N. Li et al, 2002)	Adanya tanggapan balik atau feedback yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, sebagai respon terhadap pengguna.

Tabel III- 2 Atribut Pertanyaan Survei

C. Sample

$$n = \frac{1234}{(1 + 1234 \cdot (0.15^2))}$$

$$n = \frac{1234}{28765}$$

$$n = 43$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebesar 43 orang yang akan menjadi responden dalam penelitian ini.

IV. HASIL PENELITIAN

A. Uji Validitas

Tabel IV- 1 Nilai Validitas Survei

No. Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi r _{hitung}	Harga t _{hitung}	Harga t _{tabel}	Keputusan
1 (TN1)	0,830	9,522	1,86	Valid
2 (TN2)	0,822	9,240	1,86	Valid
3 (TN3)	0,718	6,615	1,86	Valid
4 (TN4)	0,806	8,707	1,86	Valid
5 (RL1)	0,791	8,265	1,86	Valid

No. Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi r _{hitung}	Harga t _{hitung}	Harga t _{tabel}	Keputusan
6 (RL2)	0,820	9,179	1,86	Valid
7 (RL3)	0,824	9,310	1,86	Valid
8 (RL4)	0,825	9,342	1,86	Valid
9 (RL5)	0,856	10,602	1,86	Valid
10 (RS1)	0,843	10,027	1,86	Valid
11 (RS2)	0,862	10,882	1,86	Valid
12 (RS3)	0,867	11,151	1,86	Valid
14 (RS5)	0,864	10,987	1,86	Valid
15 (RS6)	0,854	10,513	1,86	Valid
16 (RS7)	0,841	9,951	1,86	Valid
17 (RS8)	0,811	8,870	1,86	Valid
18 (AS1)	0,817	9,088	1,86	Valid
19 (AS2)	0,836	9,748	1,86	Valid
20 (AS3)	0,795	8,399	1,86	Valid
21 (AS4)	0,818	9,094	1,86	Valid
22 (EP1)	0,811	8,887	1,86	Valid
23 (EP2)	0,838	9,828	1,86	Valid
24 (TN1)	0,866	11,103	1,86	Valid
25 (TN2)	0,816	9,027	1,86	Valid
26 (TN3)	0,894	12,786	1,86	Valid
27 (TN4)	0,846	10,167	1,86	Valid
28 (RL1)	0,805	8,676	1,86	Valid
29 (RL2)	0,842	9,977	1,86	Valid
30 (RL3)	0,802	8,610	1,86	Valid
31 (RL4)	0,772	7,781	1,86	Valid
32 (RL5)	0,804	8,667	1,86	Valid
33 (RS1)	0,835	9,733	1,86	Valid
34 (RS2)	0,845	10,109	1,86	Valid
35 (RS3)	0,805	8,693	1,86	Valid
36 (RS4)	0,834	9,687	1,86	Valid
37 (RS5)	0,894	12,781	1,86	Valid
38 (RS6)	0,859	10,750	1,86	Valid
39 (RS7)	0,828	9,440	1,86	Valid
40 (RS8)	0,852	10,422	1,86	Valid
41 (AS1)	0,832	9,619	1,86	Valid
42 (AS2)	0,848	10,233	1,86	Valid
43 (AS3)	0,925	15,574	1,86	Valid
44 (AS4)	0,827	9,432	1,86	Valid
45 (EP1)	0,803	8,642	1,86	Valid
46 (EP2)	0,846	10,172	1,86	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas di atas, semua item pertanyaan dalam tabel ini memiliki koefisien korelasi

(rhitung) yang lebih besar dari 0,7 dan harga thitung yang jauh di atas ttabel (1,86), menunjukkan bahwa seluruh item valid. Nilai 34 korelasi tertinggi adalah 0,867 (RS3), yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara item ini dengan total skala yang diukur. Karena semua item dinyatakan valid, maka dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam mengukur variabel yang diteliti.

B. Uji Realiabilitas

Pertama, dilakukan perhitungan varians skor tiap – tiap item metode alpha sebagai berikut:

Tabel IV- 2 Perhitungan Varians Skor

S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
0,660898	0,86	0,596	0,6944	0,661	0,674	0,696	0,791	0,927	0,8816	0,767	0,949
S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	
0,957	0,835	0,809	0,902	0,651	0,643	0,72	0,789	0,882	0,763	0,8	
S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35
0,8469	0,581	0,864	0,725	0,6	0,837	0,627	1,07	0,689	0,77	0,741	0,596
S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	
0,698	0,975	0,763	0,627	0,7204	0,835	0,689	0,795	0,8134	0,7669	0,7885	

Kemudian menjumlahkan varians semua item:

Tabel IV- 3 Penjumlahan Varians Semua Item

Langkah 2	
Menghitung total varian skor (S _t)	Total (S _t)
$\sum S_t = S1+S2+...+S23$	35,329

Lalu menghitung varians total:

Tabel IV- 4 Perhitungan Varians Total

Langkah 3	
Menghitung varian total (S _t)	Total (S _t)
$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{N}}{N}$	1111,7

Selanjutnya memasukkan nilai Alpha, sehingga didapat hasil seperti berikut:

Tabel IV- 5 Perhitungan Nilai Alpha

Langkah 4	
Masukan nilai Alpha	r ₁₁
$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \cdot \left(1 - \frac{S_t}{S_t}\right)$	0,990

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r11 sebesar 0.990, yang kemudian dibandingkan dengan nilai rtabel dari Tabel r Product Moment pada derajat kebebasan (dk) = 9 dan tingkat signifikansi 5%, di mana diperoleh rtabel sebesar 0.666. Berdasarkan kaidah keputusan, jika r11 lebih besar dari rtabel, maka data dianggap reliabel. Dalam hal ini, karena r11 = 0.990 lebih besar dari rtabel = 0.666, dapat disimpulkan bahwa semua data yang dianalisis menggunakan metode Alpha adalah reliabel.

C. Analisis Kuantitatif Importance

Tabel IV- 7 Tabel Importance

Atribut	Kategori Skor					Skor Total	Skor Maksimal	%
	Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Netral	Penting	Sangat Penting			
TN1	1	1	8	25	8	167	215	78%
TN2	0	4	6	18	15	173	215	80%
TN3	0	2	9	23	9	168	215	78%
TN4	1	1	10	23	8	165	215	77%
RL1	0	3	8	23	9	167	215	78%
RL2	1	0	8	22	12	173	215	80%
RL3	0	3	7	22	11	170	215	79%
RL4	0	3	8	18	14	172	215	80%
RL5	1	2	12	16	12	165	215	77%
RS1	1	1	11	16	14	170	215	79%
RS2	0	4	5	22	12	171	215	80%
RS3	1	1	10	13	18	175	215	81%
RS4	0	5	9	16	13	166	215	77%
RS5	0	4	5	19	15	174	215	81%
RS6	1	1	7	19	15	175	215	81%
RS7	1	1	12	15	14	169	215	79%
RS8	0	2	8	21	12	172	215	80%
AS1	0	2	6	21	14	176	215	82%
AS2	1	1	6	23	12	173	215	80%
AS3	0	3	7	18	15	174	215	81%
AS4	1	2	8	19	13	170	215	79%
EP1	0	3	6	19	15	175	215	81%
EP2	1	1	11	19	11	167	215	78%
Total						3927	4945	84%
Rata-rata						170,73	215	84%

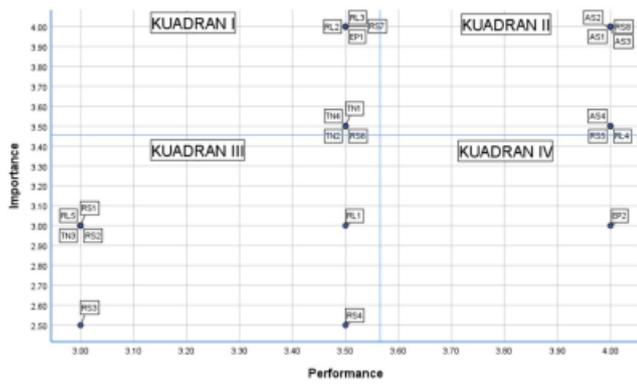
D. Analisis Kuantitatif Performance

Tabel IV- 8 Tabel Performance

Atribut	Kategori Skor					Skor Total	Skor Maksimal	%
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu - Ragu	Setuju	Sangat Setuju			
TN1	1	1	12	17	12	167	215	78%
TN2	0	2	6	24	11	173	215	80%
TN3	1	4	4	25	9	166	215	77%
TN4	1	1	10	22	9	166	215	77%
RL1	0	1	10	20	12	172	215	80%
RL2	1	2	6	21	13	172	215	80%
RL3	1	0	7	24	11	173	215	80%
RL4	0	5	8	12	18	172	215	80%
RL5	0	3	8	22	10	168	215	78%
RS1	1	2	10	22	8	163	215	76%
RS2	1	2	8	24	8	165	215	77%
RS3	0	2	9	23	9	168	215	78%
RS4	0	2	9	19	13	172	215	80%
RS5	1	3	5	18	16	174	215	81%
RS6	1	0	9	18	15	175	215	81%
RS7	0	2	8	22	11	171	215	80%
RS8	1	1	7	23	11	171	215	80%
AS1	0	4	7	19	13	170	215	79%

Atribut	Kategori Skor					Skor Total	Skor Maksimal	%
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu - Ragu	Setuju	Sangat Setuju			
AS2	1	0	7	21	14	176	215	82%
AS3	1	1	4	17	20	183	215	85%
AS4	1	1	9	19	13	171	215	80%
EP1	0	3	8	19	13	171	215	80%
EP2	1	1	7	20	14	174	215	81%
Total						3933	4945	84%
Rata-rata						171	215	84%

E. Importance Performance Analysis (IPA)



Gambar V. 5 Diagram Cartesius Importance-Performance Analysis

Pada Kuadran I, biasanya mencakup atribut yang memiliki performance rendah tetapi importance tinggi, yang artinya atribut ini perlu mendapatkan perhatian lebih karena dianggap penting oleh pengguna namun kinerja SIRAMA belum memuaskan. Telkom University perlu mempertahankan kualitas layanan yang tinggi pada aspek-aspek ini karena dianggap penting oleh pengguna dan mereka puas dengan kinerja yang ada. Kuadran III terdapat item-item RL1, RL5, RS1, TN3, RS2, RS3, RS4, dimana atribut dalam kuadran ini memiliki performance dan importance yang sama-sama rendah. 43 Pada Kuadran IV terdapat item EP2, dimana atribut yang berada di kuadran ini memiliki performance tinggi tetapi importance rendah.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa meskipun website SIRAMA di Telkom University telah berhasil dalam beberapa aspek, terdapat area-area penting yang masih memerlukan perbaikan signifikan untuk memenuhi harapan pengguna. Secara keseluruhan, meskipun pengguna merasa puas dengan kelengkapan informasi yang disediakan oleh website SIRAMA (AS3), yang bahkan melebihi ekspektasi mereka, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diatasi. Implikasi dari temuan ini menekankan perlunya peningkatan dalam kemudahan penggunaan, penyesuaian konten dengan kebutuhan pengguna, serta optimasi navigasi dan visibilitas alamat website. Peneliti selanjutnya dapat memperluas ukuran sampel atau 50 bahkan mempertimbangkan populasi pengguna yang lebih beragam, termasuk alumni atau calon mahasiswa, untuk mendapatkan wawasan yang lebih mengenai terhadap layanan SIRAMA. Dengan mempertimbangkan saran di atas, penelitian mendatang dapat lebih mendalam dan komprehensif dalam mengevaluasi dan memahami kualitas layanan akademik seperti SIRAMA, serta memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap peningkatan layanan di lingkungan pendidikan tinggi.

REFERENSI

- Akpan, A. O. A., & Etuk, A. E. (2024). E-service quality and customer loyalty in online shopping in Nigeria. *American Interdisciplinary Journal of Business and Economics (AIJBE)*, 11(1), 1-22.
- Anwarudin, A., Fadlil, A., & Yudhana, A. (2022). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik SIMAK dengan Pendekatan e-SERVQUAL Gap. *RESISTOR (Elektronika Kendali*

Telekomunikasi Tenaga Listrik Komputer), 5(1), 85-96.

- Buchari, A. (2004). Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula. *Bandung: Alfabeta*.
- Chou, S., & Chen, C. (2018). The influences of relational benefits on repurchase intention in service contexts : the roles of gratitude , trust and commitment. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(5), 680–692.
- 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.
- Efendi, M. A., Mahjudin, M., & Soelistya, D. (2021, December). The Importance Of Measuring The Gap Level Of Information System User Satisfaction In The World Of Education In University: Electronic Service Quality Model. In *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)* (Vol. 1, No. 2, pp. 522-540).
- Handoko, H. (2013). Analisis pengaruh kualitas pelayanan (service quality) sistem informasi akademik terhadap kepuasan mahasiswa (studi kasus stmik amikom yogyakarta dan amikom cipta darma surakarta). *Among Makarti*, 4(2).
- Instructor, I. (2015, September 7). *The five languages or dimensions of interaction design*. Interaction Design Foundation - IxDF. <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-five-languages-or-dimensions-of-interaction-design>
- Kurbani, A. (2017). Pengaruh kualitas layanan akademik dan fasilitas pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah pada universitas PGRI palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa. *Widya Manajemen*, 2(1), 10-27.
- Lang, S. (1997). *Basic Mathematics*. Springer. ISBN 978-0387972155.
- Li, Y. N., Tan, K. C., & Xie, M. (2002). Measuring web-based service quality. *Total quality management*, 13(5), 685-700.
- Li, H., & Suomi, R. (2009). A proposed scale for measuring e-service quality. *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, 2(1), 1-10.
- Martilla, J.A., & James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- Murdy, S., & Pike, S. (2012). Perceptions of visitor relationship marketing opportunities by destination marketers: An importance-performance analysis. *Tourism Management*, 33(5), 1281-1285.
- Nemati, B., Gazor, H., Mirashrafi, N., & Ameleh, K. N. (2012). Analyzing e-service quality in service-based website by E-SERVQUAL. *Management*

Science Letters, 2, 727–734.

<http://doi.org/10.5267/j.msl.2011.12.002>

- Oktapiani, M., Sutiono, S., Choli, I., & Warlizasusi, J. (2022). Survei Kepuasan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Pendidikan dengan Pendekatan Service Quality. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(02).
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Pradana, M., Rahmawan, M. D., Wahyuddin, S., & Imam, R. (2021, February). Gap Analysis of University Online Learning Website from Students' Perspectives: A Case from Telkom University, Indonesia. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1752, No. 1, p. 012069). IOP Publishing.
- Pranasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12-31.
- Rachmawaty, D., Yamani, A. Z., Winati, F. D., & Mardhiana, H. (2021). Implementation of Importance-Performance Analysis on Integrated Information System Institut Teknologi Telkom Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 20(2), 184-194.
- Rahayu, A. P., Santoso, H. B., & Rahayuningsih, S. (2019). Analisa Kepuasan Sistem Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan E-Servqual. *JATI UNIK: Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2 (1), 51.
- Saifuddin, A. (2012). *Reliabilitas dan validitas edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Statistics Center. (2016, August 8). *Apa itu survei?* SCSi. <https://scsi.scundip.org/2016/08/08/pengertian-survei/>
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 93-106.
- Sugiyono, D. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Triwijayanti, N., Sanoto, H., & Paseleng, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan, Budaya Sekolah, Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Orang Tua. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 12(1), 74-80.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Wibisono, D. (2017). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN DENGAN MENGGUNAKAN INTEGRASI METODE SERVQUAL DAN QFD (Studi Kasus: Sekolah YASPORBI)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).