

## PENGARUH E-SERVICE QUALITY (SIKAD CLOUD) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA STIA YPPT PRIATIM TASIKMALAYA

Iis Miati<sup>1</sup>, Rudi Setiawan<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

<sup>2</sup>STIA YPPT Priatim Tasikmalaya

[ismiami0303@gmail.com](mailto:ismiami0303@gmail.com)

**Abstrak.** Pendidikan merupakan salah satu yang dilakukan oleh umat manusia dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan kualitas kehidupannya. Setiap Perguruan Tinggi akan memberikan pelayanan yang baik untuk menarik minat calon peserta didik (mahasiswa). Selain menyediakan fasilitas infrastruktur yang didukung dan sesuai, serta kompetensi Sumber Daya Manusia pada bidangnya. Pada zaman ini sebuah pelayanan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pemanfaatan Teknologi dan Informasi pada era zaman sekarang sudah diaplikasikan dalam satu aplikasi yang bernama Sistem Layanan Elektronik bisa juga dikatakan sebagai *E-Services*. Sistem Informasi Akademik yang berbasis web (SIKAD CLOUD) bertujuan untuk mempermudah mahasiswa dan Dosen dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan, seperti materi perkuliahan, jadwal perkuliahan, Jadwal Ujian Tengah Semester, Ujian Akhir Semester dan informasi kegiatan kampus lainnya. Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, adapun jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 136 orang mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa nilai R Square atau pengkuadratan dari nilai R, diperoleh nilai sebesar 0.537 atau sebesar 53,7%, yang artinya kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh adanya *E-Service Quality* sebesar 53,7%. Nilai signficance sebesar 0.000, yang artinya jauh dari nilai alfa yaitu 0.05 (5%), artinya *E-Service Quality* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

**Kata Kunci:** *E-Service Quality, Kepuasan, Konsumen, Sistem, Informasi.*

**Abstract.** Education is one of the efforts to achieve a standard of living or for better progress. Each university will provide good services to attract prospective students (students), apart from providing supporting and adequate facilities and infrastructure, and competent human resources in their fields. At this time a service can be done directly or indirectly. Electronic Services System or Electronic Services which is abbreviated as *E-Services* is a leading application that utilizes Information and Communication Technology. The web-based Academic Information System (SIKAD CLOUD) aims to make it easier for students and lecturers to obtain the information they need, such as lecture materials, lecture schedules, Mid-semester Examination Schedules, Semester Final Exams and other campus activity information. The author uses an associative research type with a quantitative approach, while the number of samples in this study is 136 students of STIA YPPT Priatim Tasikmalaya. The results of the research and discussion show that the value of R Square or the square of the value of R, obtained a value of 0.537 or 53.7%, which means that community satisfaction is influenced by the existence of *E-Service Quality* of 53.7%. The significance value is 0.000, which means it is far from the alpha value, which is 0.05 (5%), meaning that *E-Service Quality* has an influence on student satisfaction.

**Keywords:** *E-Service Quality, Satisfaction, Consumer, System, Information.*

### Pendahuluan

Pendidikan merupakan salah satu yang dilakukan oleh umat manusia dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan kualitas kehidupan. Melalui pendidikan di harapkan dapat mengembangkan potensi yang ada dalam diri seseorang, memiliki kecerdasan, dan skill

yang dibutuhkan oleh diri pribadi maupun oleh orang lain masyarakat. Untuk mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi calon peserta didik tentunya akan memilih Perguruan Tinggi yang sesuai dengan harapan dan keinginan atau cita-cita mereka. Peserta didik akan memilih

perguruan tinggi yang memiliki kualitas yang baik dan tinggi. Output yang dihasilkan perusahaan berupa produk bisa dikatakan mempunyai kualitas jika keinginan atau spesifikasi di bandingkan dengan *output* yang dihasilkan sesuai. (Susanto, 2004). Perusahaan yang sukses karena banyak sebab: sumber daya yang memadai, orang yang baik, nasib baik, produk dan pelayanan yang baik (Jauch & Glueck, 1998).

Dengan membandingkan manfaat dan pengorbanan maka pelanggan akan mendapatkan nilai yang diharapkan. Produk yang dijual dan dibeli oleh konsumen pasti mempunyai manfaat, tidak hanya produk tetapi bisa berupa layanan, sebuah penghargaan berupa nama baik akan didapatkan oleh karyawan karena memberikan layanan kepada konsumen, tidak hanya bagi karyawan tapi juga bagi perusahaan dan juga merek mereka (Alma, 2010).

Setiap Perguruan Tinggi akan memberikan pelayanan yang baik untuk menarik minat calon peserta didik (mahasiswa), selain menyediakan fasilitas infrastruktur yang didukung dan sesuai, serta kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) pada bidangnya. Selama ini, layanan dapat diberikan secara langsung atau tidak langsung. pelayanan yang langsung artinya pihak penyedia layanan bisa langsung bertatap muka dengan seseorang yang membutuhkan layanan, sedangkan layanan tidak langsung merupakan layanan yang melalui fasilitas web dengan menggunakan fasilitas-fasilitas yang tersedia di sebuah organisasi tersebut

Layanan Elektronik ataupun *Electronic Administrations* yang disingkat *E-Administrations* ialah aplikasi terkemuka yang menggunakan Teknologi Data serta Komunikasi. Layanan elektronik merupakan penyediaan layanan lewat *website* yang mengacu kepada perdagangan lewat *website*, sokongan pelanggan, termasuk layanan non komersial yang umumnya oleh lembaga pemerintah.

Rodgers et.al (2005) dalam (Sundaram, Ramkumar, & Shankar, 2017) melalui hasil

penelitiannya menyatakan bahwa kualitas sistem dan kualitas layanan merupakan faktor pendukung yang sangat penting bagi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

STIA YPPT Priatim Tasikmalaya merupakan salah satu penyelenggara Pendidikan Perguruan Tinggi yang saat ini telah menerapkan pelayanan melalui web baik dari layanan akademik, kemahasiswaan dan keuangan yang ketiga layanan tersebut dapat saling terintegrasi pada Mahasiswa. Jenis layanan tersebut bernama SIAKAD CLOUD. SIAKAD CLOUD ini di terapkan di STIA YPPT Priatim Tasikmalaya pada Tahun 2019.

Sistem Informasi Akademik yang berbasis web (SIAKAD CLOUD) bertujuan untuk mempermudah Seluruh elemen yang ada dikampus baik dosen maupun mahasiswa untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, seperti jadwal dalam melaksanakan kuliah ataupun jadwal Mid-Semester Examination (UTS) dan Final Semester Examination (UAS) serta semua informasi kampus lainnya. Selain itu Mahasiswa pun akan mendapatkan Kartu Hasil Studi (KHS) dan dapat mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) secara on the web, sehingga pengisian (kontrak KRS) dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Mahasiswa pun akan memperoleh laporan hasil studi (KHS) dan mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) secara *on the web*, sehingga pengisian KRS dapat di lakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan mereka berada dengan waktu yang singkat. Sistem Informasi Akademik (SIAKAD Cloud) akan terus diembangkan dan ditingkatkan untuk meningkatkan tingkat pelayanan dan kepuasan Mahasiswa dan Dosen STIA YPPT Priatim Tasikmalaya.

Layanan elektronik berbeda dari layanan tradisional dalam banyak aspek yang terkait dengan kualitas layanan dan SFR. Perbedaan utama termasuk tidak adanya atau berkurangnya tingkat interaksi manusia dan peran yang dimainkan teknologi dalam memediasi interaksi pelanggan (Holloway dan Beatty, 2003). Akibatnya, kualitas layanan elektronik terdiri

dari dimensi yang berbeda dari yang terkait dengan kualitas layanan tradisional (Sousa Rui, 2006).

Kualitas layanan elektronik dianggap sebagai salah satu penentu utama keberhasilan perdagangan elektronik saat ini. Zeithaml dkk. (2002) pertama kali memperkenalkan konsep kualitas layanan elektronik (e-SQ), yang menyatakan bahwa kualitas layanan di Web adalah " apakah situs web memberikan fasilitas untuk melakukan pembelian, pembelian dan juga mengirimkan produk sehingga terjadinya layanan yang efisien dan efektif " Layanan elektronik melibatkan penggunaan teknologi informasi (TI) melalui Web untuk mengaktifkan, meningkatkan, meningkatkan, mengubah atau menciptakan *compositions* bisnis atau sistem untuk menyelesaikan tugas, memecahkan masalah, melakukan transaksi atau menciptakan nilai bagi pelanggan saat ini atau pelanggan potensial (Sawhney dan Zabin 2001, Wu dkk. 2003) dalam (Gong Jing, 2013)

Dimensi kualitas layanan elektronik yang diusulkan oleh tinjauan komprehensif Zeithaml et al. (2002), yaitu: tersedianya informasi dan konten (kualitas informasi); kemudahan penggunaan; privasi/keamanan; gaya grafis; dan pemenuhan (Sousa Rui, 2006) .

Memuaskan kebutuhan pengguna dapat berarti kepuasan dengan implementasi sistem. Banyak peneliti yang mengemukakan pendapatnya mengenai kualitas (*out put*) yang secara teknis memang dibutuhkan tetapi belum mencukupi untuk mencapai kepuasan pengguna, dikarenakan seluruh kualitas jasa yang dirasakan juga termasuk kepada tercapainya fungsional kualitas dengan baik. (Kettinger dan Lee, 1994) dalam (Suaryana, Damayanthi, & Merkusiwati, 2017).

Faktor penentu atau indikator utama yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan disebut juga dengan kualitas pelayanan.

Pelanggan merupakan orang yang menggunakan, memanfaatkan, serta mengajukan permintaan atas barang maupun jasa yang di

tawarkan instansi. (Sudaryono, 2015).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu aspek terpenting dalam keberlangsungan sebuah organisasi, jika seorang pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan atau kinerja organisasi yang baik maka pelanggan tersebut akan membawa pelanggan lain untuk bergabung menjadi pelanggan serta akan memberikan kontribusi yang tinggi kepada organisasi. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahagia atau kecewa seorang yang timbul sehabis membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kesesuaian harapannya dengan kenyataan yang diperoleh dari kinerja atau yield suatu produk and jasa. (Kotler dalam Mardizal, dkk, 2017) dalam (Aliyah, Utami, & Irda, 2021).

Menurut Kasmir (2008) dalam (Trisnawati & Fahmi, 2017) ada empat cara yang dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya sistem keluhan dan usulan, survei kepuasan konsumen samara (*secret visitor*), dan analisis mantan pelanggan.

Pada penelitian ini yang menjadi pelanggan dari sebuah pelayanan jasa organisasi pendidikan adalah Mahasiswa. Mahasiswa akan mencapai kepuasan apabila harapan mereka cocok atau sesuai dengan harapannya yang diperoleh. Fornell et al. (1996) menyebutkan kalau tingginya kepuasan Mahasiswa dapat dinilai dari aspek perasaan mahasiswa yang melebihi harapannya. Salah satu factor yang utama untuk menciptakan kepuasan mahasiswa yaitu kinerja dari instansi penyelenggara pendidikan yang pada umumnya disebut dengan kualitas lembaga penyelenggara pendidikan tersebut (Mowen, 1995) dalam (Trinor Hayati, Palilati, & Sukotjo, 2018). Kepuasan mahasiswa merupakan salah satu unsur yang sangat penting dan perlu memperoleh perhatian khusus dikarenakan kepuasan mahasiswa sebagai sebuah penentu bagi eksistensi serta keberhasilan perguruan tinggi (Shaylide, 2014).

Mahasiswa akan merasakan kepuasan yang semakin tinggi apabila instansi penyelenggara pendidikan itu dapat memberikan kualitas jasa

yang baik. Apabila kepuasan mahasiswa semakin tinggi, maka instansi tersebut akan memperoleh keuntungan, namun sebaliknya apabila tanpa adanya kepuasan, maka akan mengakibatkan perasaan kecewa bagi mahasiswa dalam menjalani perkuliahan atau pembelajaran pada instansi tersebut (Kotler dan Armstrong, 1996) dalam (Trinor Hayati et al., 2018)

## Tinjauan Pustaka

### E-Services Quality

*Eservice Quality* atau *E-Administrations Quality* yaitu bagaimana situs web dapat memberikan fasilitas dalam pembelian, penjualan, dan mengirimkan product dan melayani secara efektif dan efisien (Parasuraman, dkk) dalam (Aliyah et al., 2021).

Layanan Elektronik merupakan evaluasi mengenai suatu layanan yang telah diberikan secara elektronik oleh pengguna layanan. (Santos, dalam Teofilus dan Trisya 2016).

Layanan elektronik dianggap sebagai salah satu penentu utama keberhasilan perdagangan elektronik saat ini. Zeithaml dkk. (2002) pertama kali memperkenalkan konsep kualitas layanan elektronik (e-SQ), yang menyatakan bahwa kualitas layanan di Web adalah " apakah situs web memberikan fasilitas untuk melakukan pembelian, pembelian dan juga mengirimkan produk sehingga terjadinya layanan yang efisien dan efektif." Layanan elektronik melibatkan penggunaan teknologi informasi (TI) melalui Web untuk mengaktifkan, meningkatkan, mengubah atau menciptakan *expositions* bisnis atau sistem untuk menyelesaikan tugas, memecahkan masalah, melakukan transaksi atau menciptakan nilai bagi pelanggan saat ini atau pelanggan potensial (Sawhney dan Zabin 2001, Wu dkk. 2003) dalam (Gong Jing, 2013).

Menurut Zeithaml dalam (Aliyah et al., 2021) ada 4 ukuran utama mutu layanan elektronik, ialah:

- a. Efisiensi: Keahlian buat menciptakan produk serta data yang diperlukan pelanggan dikala mendatangi *web website*.
- b. *Fulfillment*: Fitur teknis yang ada serta

berperan dengan baik.

- c. *System Availability: Availability of product stock, service accuracy, and promised time*
- d. Perlindungan *information (privasi)*: berhubungan dengan jaminan bahwa information tidak akan diteruskan ke pihak ketiga.

Pada hasil penelitian (Trisnawati & Fahmi, 2017) Terdapat tujuh dimensi dalam pengertian model e-SERVQUAL (*productivity, satisfaction, reability, security, responsiveness, pay, dan contact*) seperti yang dijelaskan dibawah ini:

Definisi model eSERVQUAL, yang terdiri dari tujuh dimensi (efisiensi, kepatuhan, keandalan, perlindungan information, daya tanggap, remunerasi, dan kontak), dijelaskan di bawah ini:

1. Cakupan layanan dasar dalam eSERVQUAL.
  - a. Efisiensi: kemampuan pelanggan untuk menemukan informasi terkait produk dan untuk masuk dan keluar dari situs web dengan sedikit usaha.
  - b. Kepatuhan: Kepatuhan terhadap suatu product dan penyampaian layanan yang diminta oleh konsumen dengan cara yang baik dan tepat waktu (*on time*).
  - c. Keandalan: keahlian dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat dan andal.
  - d. Perlindungan information: menjamin information dan transaksi nasabah aman dan tidak bocor.
2. Skala layanan pemulihan di eSERVQUAL.
  - a. Responsiveness: keahlian buat membagikan data yang akurat kepada pelanggan kala permasalahan timbul serta mempunyai mekanisme jaminan.
  - b. Kompensasi: Memberi kompensasi kepada pelanggan ketika terjadi kegagalan atau kesalahan sistem.
  - c. Kontak: Menyediakan komunikasi yang mudah antara pelanggan dan staf secara online atau melalui telepon ketika pelanggan meminta informasi terkait produk dan layanan.

Menurut Parasuraman et al. (2005) dalam

(Permana, Djatmiko, & Telkom, 2018) mengembangkan konsep *E-Service Quality* serta sebelumnya ada definisi tentang *e-servqual* yang menilai bahwa pandangan konsumen kepada suatu situs bukan hanya dilihat dari pengalaman dalam berinteraksi bersama dengan suatu situs tetapi juga mengenai aspek pelayanan *post connection*. E-S-QUAL terdiri dari empat dimensi yang terdiri dari: *effectiveness, satisfaction, framework accessibility, and protection*. Skala kedua, ERecS-QUAL, tiga dimensi: *responsiveness, remuneration, and contact*.

Sebagian besar studi yang mengukur kualitas layanan elektronik memberikan bukti empiris bahwa kualitas layanan elektronik adalah konstruksi multidimensi. Zeithaml, Parasuraman, dan Malhotra (2000, 2002) mengembangkan instrumen e-SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan elektronik dengan tujuh dimensi: efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak. Diantaranya, dimensi efisiensi, keandalan, pemenuhan, dan privasi membentuk skala inti e-SERVQUAL, skala ini dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh layanan *on the web* (Gong Jing, 2013).

### **Kepuasan Pelanggan (*Satisfaction*)**

Pengertian kepuasan konsumen (*consumer loyalty*) menurut Zeithaml et.al (2009:104) dalam (Buddy, Tabroni, & Salim, 2019) adalah, "*Client's assessment of an item or administration as far as regardless of whether that item or administration has addressed the client's necessities and assumptions*". yang artinya kepuasan pelanggan adalah evaluasi terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dan apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Masih dalam (Buddy et al., 2019) menurut Kotler dan Keller (2009:164), menyatakan pengertian "*Fulfillment is an individual's sensations of joy or disillusionment that come about because of*

*contrasting an item's apparent exhibition (or result) to their assumptions*.

Kepuasan Pelanggan adalah anteseden langsung dari loyalitas Pelanggan dalam bisnis internet business B2C dan pelanggan lebih terkesan dengan kualitas antarmuka pelanggan dan informasi yang diberikan tentang produk dan layanan pelanggan yang berharga bersama dengan jaminan privasi (Eid, 2011) dalam (Sundaram et al., 2017)

Kemudian (Kotler dalam Mardizal, dkk, 2017) dalam (Aliyah et al., 2021) Kepuasan pelanggan ialah perasaan bahagia ataupun kecewa pada diri seorang yang mencuat sehabis menyamakan antara anggapan ataupun kesannya tentang kinerja ataupun hasil suatu produk ataupun jasa dengan kesesuaian dengan harapan pelanggan tersebut.

Selanjutnya dari Zeithaml dan Bitner dalam (dalam (Aliyah et al., 2021) pengertian Kepuasan (*Satisfaction*) yaitu reaksi pelanggan terhadap sebuah produk maupun jasa ketika terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan tersebut.

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) dalam (Mulyapradana, Anjarini, & Harnoto, 2020) merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa seorang yang mencuat sebab menyamakan kinerja yang dipersepsikan produk ( ataupun hasil) terhadap ekspektasi mereka. Bila kinerja gagal penuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Bila kinerja cocok dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Bila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas ataupun bahagia.

Menurut M.N. Nasution (2004:104) dalam (Mulyapradana et al., 2020) mengatakan kalau kepuasan pelanggan ialah penilaian pembeli, dimana alternatif yang diseleksi sekurang-kurangnya membagikan hasil( result) sama ataupun melampaui harapan pelanggan, sebaliknya ketidakpuasan mencuat apabila hasil diperoleh tidak penuhi harapan pelanggan.

Menurut Yuliarmi dan Riyasa dalam (Mulyapradana et al., 2020) Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan berbagai

indikator, antara lain:

- a. Kesesuaian antara kualitas layanan dan tingkat yang diharapkan
- b. Kepuasan dibandingkan dengan yang serupa
- c. Tidak ada keluhan atau *complain* yang disampaikan

### **Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Bagi Kotler serta Keller( 2009: 140-142) dalam (Mulyapradana et al., 2020) mengatakan buat mengukur kepuasan pelanggan terdapat beberapa goodbye cara, antara lain merupakan:

1) Industri melakukan survei berkala untuk melacak kepuasan konsumen secara langsung, serta dapat mengajukan masalah tambahan buat mengukur hasrat pembelian ulang serta bersedia menjadi responden untuk merekomendasikan sebuah industry serta brand kepada orang lain.

2) Industri dapat mengamati tingkatan kehilangan pelanggan dan menghubungi pelanggan yang menyudahi membeli maupun beralih ke pemasok lain buat mengidentifikasi sebabnya.

3) Industri bisa mempekerjakan pembelanjaan misterius buat berperan selaku pembeli potensial serta berikan pemahaman tentang apa saja yang menjadi kelemahan dan kekuatan dalam membeli produk industri ataupun produk pesaing.

### **Metode Penelitian**

Tipe riset yang dipergunakan didalam riset ini ialah deskriptif dengan pendekatan riset kuantitatif. riset deskriptif ialah riset yang bernaksud buat menelaah sebab-akibat antar variabel yang menarangkan sesuatu fenomena tertentu dengan tidak memilah-milah ataupun mencari faktor-faktor ataupun variable (Zulganef, 2013). Sebaliknya riset kuantitatif merupakan jenis riset yang bisa dikelompokkan ke dalam *logical examination* yang bertujuan menarangkan pengaruh ikatan diantara variabel riset lewat pengujian hipotesis. (Rande, n.d.)

Populasi dalam riset ini merupakan Mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya Angkatan 2017 hingga dengan angkatan 2020 berjumlah 1355

orang. Sampel menurut Arikunto( 2010: 109) dalam (Rande, n.d.) merupakan sebagian ataupun wakil dari populasi yang hendak diteliti. Pengambilan ilustrasi buat riset menurut Arikunto (2010: 112), bila subjeknya kurang dari 100 orang hendaknya diambil seluruhnya, bila subjeknya besar ataupun lebih dari 100 orang bisa diambil 10-15% ataupun 20-25% ataupun lebih dari jumlah populasi.

Bersumber pada pendapat tersebut, sehingga sampel dalam riset ini sebanyak 136 orang mahasiswa. Penentuan sampling dengan menggunakan *Probability Sampling* ialah metode pengambilan sampel yang membagikan kesempatan yang sama untuk tiap factor ( anggota) populasi buat diseleksi jadi anggota sampel (Sugiyono, 2014). Sedangkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Simple Random Sampling*.

Metode pengumpulan information yang digunakan adalah pengumpulan data primer yang diambil secara langsung dari responden (*directly from the respondent*) yaitu informasi atau *information* yang diambil dari tanggapan terhadap Survei Mahasiswi STIA YPPT Priatim Tasikmalaya. Menurut Arikunto (2000;214) dalam (Tyas, 2017) bahwa kuesioner adalah seperangkat informasi yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi data dari responden dalam arti melaporkan tentang kepribadian mereka dan hal-hal lain yang diketahui.

Penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 22. Langkah pertama pengujian instrumen yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah item dari pernyataan dalam kuesioner layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian. Tahap kedua pengujian asumsi klasik yaitu menggunakan uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Tahap ketiga pengujian hipotesis yaitu menggunakan regresi linier sederhana melalui uji parsial (T), uji simultan (F) dan uji determinan ( $R^2$ ).

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kuesioner yang diberikan kepada responden dengan jumlah keseluruhan item pertanyaan yaitu sebanyak 31 item pernyataan yang mewakili variabel independen dan dependen, yang diantaranya terdapat 24 item pernyataan terkait e-service quality, dan 7 item pernyataan terkait kepuasan pengguna. Dalam penelitian ini penulis telah menyebarkan kuesioner melalui google form yang sebar ke Mahasiswa, adapun Mahasiswa yang mengisi google form ini ada sebanyak 210 orang, namun penulis memilih 136 orang sebagai sample dalam penelitian ini.

### Hasil Penyebaran Kuesioner

Pada penelitian ini banyaknya responden yang diambil dari Mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya yaitu sebanyak 136 orang Mahasiswa yang terdiri dari Program Studi Ilmu Administrasi Negara sebanyak 63 orang dan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga sebanyak 73 orang.

### Karakteristik Responden

Penggolongan responden berdasarkan jenis kelamin, diperoleh data pada penelitian ini adalah perempuan sebanyak 76 orang atau 55,88% dan , Laki-laki sebanyak 60 orang atau 44,11% sedangkan untuk kategori status Mahasiswa persemester (perangkatan) sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu angkatan 2017 sebanyak 40 orang atau 29,41%, angkatan 2018 sebanyak 43 orang atau 31,61%, angkatan 2019 sebanyak 30 orang atau 22,05%, dan angkatan 2020 sebanyak 23 orang atau 16,91%, kemudian berdasarkan Program Studi yaitu Prodi Ilmu Administrasi Negara sebanyak 63 orang atau 46,32% dan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga sebanyak 73 orang atau 53,67%.

### Hasil Uji Instrumen

Uji instrumen bertujuan untuk mengukur kelayakan dalam penyebaran kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan uji validitas dan uji reabilitas yang dapat dilihat dalam tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kriteria
1	E-Service Quality (X)	1	0.613	0.141	Valid
		2	0.639	0.141	Valid
		3	0.622	0.141	Valid
		4	0.589	0.141	Valid
		5	0.606	0.141	Valid
		6	0.572	0.141	Valid
		7	0.638	0.141	Valid
		8	0.616	0.141	Valid
		9	0.640	0.141	Valid
		10	0.595	0.141	Valid
		11	0.707	0.141	Valid
		12	0.743	0.141	Valid
		13	0.629	0.141	Valid
		14	0.652	0.141	Valid
		15	0.661	0.141	Valid
		16	0.625	0.141	Valid
		17	0.688	0.141	Valid
		18	0.649	0.141	Valid
		19	0.673	0.141	Valid

		20	0.640	0.141	Valid
		21	0.595	0.141	Valid
		22	0.672	0.141	Valid
		23	0.587	0.141	Valid
		24	0.609	0.141	Valid
2	Kepuasan Mahasiswa (Y)	1	0.747	0.141	Valid
		2	0.771	0.141	Valid
		3	0.790	0.141	Valid
		4	0.654	0.141	Valid
		5	0.728	0.141	Valid
		6	0.694	0.141	Valid
		7	0.635	0.141	Valid

Sumber: Data diolah (2021)

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabelitas**

Variabel	>0,60	Kriteria
E-Service	0,936	Reliable
Kepuasan	0,843	Reliable

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil dari pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 136 responden pada Mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya telah melalui uji validitas dan uji reliabilitas,

### Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian information yang diperoleh dari hasil pengolahan information

semua variabel dari seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dan reliable sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini.

penelitian bersumber dari pengumpulan angket, diperoleh uji statistik sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Determinan ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.537	.534	3.089859

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan information di atas menunjukkan nilai R, yaitu koefisien korelasi atau tingkat keeratan hubungan antara *E-Service Quality* dengan kepuasan mahasiswa diperoleh nilai sebesar 0.733 atau sebesar 73,3% yang

menunjukkan terdapat hubungan kuat. Selanjutnya dari nilai R Square atau pengkuadratan dari nilai R, diperoleh nilai sebesar 0.537 atau sebesar 53,7%, yang artinya kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh adanya *E-Service Quality* sebesar 53,7%.

**Tabel 4. Hasil Uji Simultan (F)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	1484.565	1	1484.565	155.497	.000 <sup>a</sup>
Residual	1279.328	134	9.547		
Total	2763.893	135			

a. Predictors: (Constant), e-service



b. Dependent variable : Kepuasan Mahasiswa  
Sumber: Data diolah (2021)

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial (T)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	1.515	1.628		.930	.354
e-service	.244	.020	.733	12.470	.000

a. Dependent (Kepuasan Mahasiswa)  
Sumber: Data diolah (2021)

Selanjutnya dilihat dari tabel Analisis of Fluctuation, diperoleh nilai significance sebesar 0.000, yang artinya jauh dari nilai alfa yaitu 0.05 (5%), artinya E-Service Quality mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Sementara berdasarkan uji banding, dengan persyaratan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  diperoleh nilai sebesar 12.470, sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  ( $df-2$  atau 136 dari jumlah sampel dikurangi 2 diperoleh sebesar 134) sehingga nilai  $t_{tabel}$  diketahui sebesar 1.65630, sehingga dapat disimpulkan bahwa dikarenakan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12.470 > 1.65630$ ) Penulis kemudian dapat menguji hipotesis yang diajukan bahwa kualitas layanan elektronik mempengaruhi kepuasan siswa.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis dapat diketahui bahwa Variabel X (E-Service Quality (SIKAD Cloud) mempunyai pengaruh positif terhadap Variabel Y (Kepuasan Mahasiswa) di STIA YPPT Priatim Tasikmalaya yaitu sebesar 53,7%., artinya semakin baik tingkat E-Service Quality yang di gunakan untuk memberikan pelayanan kepada Mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya maka mahasiswa akan semakin puas. Penelitian ini juga membuktikan hipotesis bahwa  $H_a$  diterima yang berarti E-Service Quality (SIKAD Cloud) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa STIA YPPT Priatim Tasikmalaya.

Penulis menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang sejalan dengan hasil penelitian ini, termasuk diantaranya hasil riset (Aliyah et al.,

2021). Selain itu juga hasil penelitian ini sesuai pernyataan hasil penelitian (Trisnawati & Fahmi, 2017) Kemudian hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian (Trinor Hayati et al., 2018).

### Kesimpulan

Penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan bahwa nilai R Square atau pengkuadratan dari nilai R, diperoleh nilai sebesar 0.537 atau sebesar 53,7%, yang artinya kepuasan masyarakat diakibatkan oleh adanya E-Service Quality sebesar 53,7%.

Nilai *significance* sebesar 0.000, yang artinya jauh dari nilai alfa yaitu 0.05 (5%), artinya E-Service Quality mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Sementara berdasarkan uji banding, dengan persyaratan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  diperoleh nilai sebesar 12.470, sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  ( $df-2$  atau 136 dari jumlah sampel dikurangi 2 diperoleh sebesar 134) sehingga nilai  $t_{tabel}$  diketahui sebesar 1.65630, sehingga dapat disimpulkan bahwa dikarenakan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12.470 > 1.65630$ ) maka hipotesa yang diajukan yaitu terdapat dampak antara E-Service Quality terhadap kepuasan mahasiswa dapat teruji kebenarannya.

### Implikasi Penelitian

Terpenuhinya kebutuhan maupun keinginan pengguna layanan terhadap system yang digunakan mereka akan sanggup membagikan kenyamanan mereka kepada orang lain. Untuk memenuhi kepuasan mahasiswa pada masa waktu

yang akan datang peneliti berikutnya dapat meneliti dari segi kinerja organisasi atau kinerja individu maupun variabel-variabel lain yang relevan dan ada hubungannya dengan kepuasan mahasiswa.

### Daftar Pustaka

- Aliyah, F., Utami, W., & Irda, I. (2021). Kualitas Layanan Elektronik, Harga Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 48–56.  
<https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18342>
- Alma, B. (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Afabeta.
- Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125.
- Gong Jing, I. S. Y. (2013). An Empirical study on the Effect of E-Service Quality to Satisfaction. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 2(10), 26–27.
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1998). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan* (A. Dharma, ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- Permana, H., Djatmiko, T., & Telkom, U. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik ( E-Service Quality ) Terhadap Kepuasan Pelanggan*. XX, 201–215.
- Rande, D. (n.d.). *Pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai pada dinas perhubungan, komunikasi dan informatika kabupaten mamuju utara*. 101–109.
- Shaylide, I. S. (2014). Pengaruh Mutu Layanan Akademik Dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Pendidikan UPI*, 21(2), 1–11.  
<https://doi.org/10.17509/jap.v21i2.6671>
- Sousa Rui, V. C. A. (2006). The effects of service failures and recovery on customer loyalty in e-services An empirical investigation. *This Paper Was Funded by the Government of the Portuguese Republic through Foundation for Science and Technology (FCT) under Grant No. PTDC/GES/68139/2006, as Well as by the Advanced Institute of Management Research through ESRC (Grant No. RES-331-25-0027*.
- Suaryana, I. G. N. A., Damayanthi, E., & Merkusiwati, L. (2017). Kualitas dan Kepuasan Pengguna Terhadap Sistem Informasi Akademik Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 11(2), 84.  
<https://doi.org/10.24843/jiab.2016.v11.i02.p03>
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis Teori & Contoh Kasus* (S. Suyantoro, ed.). Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundaram, V., Ramkumar, D., & Shankar, P. (2017). *Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Empirical Study in India Online Business Marketing Department , Government Sector of India Government Arts College , Paramakudi Indira Colleges of Engineering & Management , Pune*. 21(1), 48–69.
- Susanto, A. (2004). *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Pengembangannya* (Ketiga). Bandung: Linggajaya.
- Trinor Hayati, W. O., Palilati, A., & Sukotjo, E. (2018). Pengaruh Sistem Informasi Akademik (Siakad) Dan Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa (The Effect of Academic Information System and The Quality of Administrative Services on Student Satisfaction). *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Organisasi)*, 2(1), 11–19.
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 174–184.  
<https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.116>
- Tyas, W. M. (2017). *Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akademik Terhadap Analysis Of Influence Of Academic Information System On The Satisfaction Of Students Services In*

*University Of Muhammadiyah Jember  
Wenny Murtalining Tyas Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Jember. 3(2),*

239–249.

Zulganef. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.