

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1. Tinjauan Teori

Tinjauan teori yang terdapat pada penelitian ini dilakukan secara sistematis dalam tiga tingkatan, yaitu teori besar (*grand theory*) yang menjadi payung penelitian yang mengaitkan serta menjadi dasar dari setiap teori di bawahnya, lalu teori menengah (*middle range theory*) yang menghubungkan kerangka konsep yang telah dibangun dan lebih spesifik dibandingkan *grand theory*, serta teori aplikatif (*applied theory*) yang merupakan teori dengan lingkup terkecil dan diaplikasikan pada konsep yang telah dibangun.

Grand theory pada penelitian ini adalah teori manajemen pendidikan, lalu *middle range theory* pada penelitian ini adalah teori *e-learning*, dan pada akhirnya *applied theory* pada penelitian ini terdiri dari kualitas sistem (*system quality*), kualitas pengajar dan material pembelajaran (*instructor and course material quality*), kualitas layanan administrasi dan dukungan (*administrative and support service quality*), kualitas layanan (*service quality*), nilai yang dirasakan (*perceived value*), kepuasan (*satisfaction*), dan loyalitas (*loyalty*).

2.1.1. Manajemen Pendidikan

Pusat dari pendidikan adalah proses belajar dan mengajar, di mana dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pengetahuan dari pengajar ke peserta didik. Proses tersebut juga merupakan kombinasi dari berbagai elemen dalam prosesnya di mana seorang pengajar mengidentifikasi dan menetapkan capaian pembelajaran dan setelahnya mengembangkan sumber daya pengajaran, serta pada akhirnya menerapkannya melalui pengajaran ke peserta didik. (Munna & Kalam, 2021). Proses belajar adalah proses mengalami perubahan yang dialami oleh peserta didik dan bersifat permanen melalui pengembangan keterampilan tertentu,

perubahan sikap, dan pemahaman mengenai hukum ilmiah tertentu yang diperoleh (Sequeira, 2012). Proses mengajar adalah rangkaian proses yang berasal dari luar peserta didik dan dirancang untuk mendukung proses belajar. Terdapat dua peran dari pengajar yang dapat dikategorikan, yaitu peran pengajar tradisional yang fokusnya berpusat terhadap pengajar dan peran pengajar modern yang lebih besar peranannya sebagai fasilitator dan fokusnya berpusat terhadap peserta didik (Sequeira, 2012).

Terdapat beberapa pendekatan yang digunakan oleh pengajar dalam menyampaikan materi pembelajarannya terhadap peserta didik, di mana pendekatan yang digunakan dapat berpengaruh terhadap keberhasilan pendidikan. Pendekatan-pendekatan tersebut adalah pendekatan pedagogi, andragogi, dan heutagogi (Hiryanto, 2017).

Knowles (1980) menyatakan pedagogi sebagai suatu seni dan ilmu mengajar anak-anak. Peserta didik tidak memiliki pengalaman dan perannya terikat oleh pengajar, di mana pengajar memiliki tanggung jawab penuh untuk menentukan tujuan dan proses pembelajaran. Proses pembelajaran yang dilakukan adalah secara bertahap dan terencana.

Andragogi menurut Knowles (1980) adalah suatu seni dan ilmu dalam membantu orang dewasa belajar. Peran pengajar adalah sebagai fasilitator dan mendorong peserta didik untuk mandiri. Pengalaman dari peserta didik penting untuk membantu dalam pembelajaran, dan teknik yang dilakukan selama proses pembelajaran adalah melalui eksperimen dan simulasi, diskusi, dan pemecahan masalah studi kasus. Pengajar memiliki tanggung jawab untuk menciptakan kondisi dan menyediakan media untuk membantu para peserta didik menemukan kebutuhan mereka. Program yang dirancang juga untuk diaplikasikan di dunia nyata.

Blaschke & Hase (2015) menyatakan bahwa heutagogi adalah bentuk pembelajaran yang dirancang dan ditentukan oleh diri sendiri, dan berpusat terhadap diri peserta didik untuk belajar dan mengajar. Peserta didik memiliki

motivasi dari diri sendiri dan bertanggung jawab untuk menentukan mengenai pembelajaran dan penilaiannya. Penting bagi peserta didik untuk merefleksikan pembelajarannya secara keseluruhan, dimulai dari apa yang dipelajari dan memahami bagaimana hal itu dipelajari. Peserta didik akan menentukan sendiri tujuan pembelajaran dan cara mencapai tujuannya tersebut.

2.1.2. E-Learning

Proses pembelajaran jarak jauh secara daring atau disebut juga dengan *e-learning* merupakan proses kegiatan belajar dan mengajar yang dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas internet secara virtual. *Online learning*, *distance-learning*, dan *e-education* merupakan sebutan lain dari *e-learning* (Alqahtani & Rajkhan, 2020). Dalam *e-learning*, penyampaian materi pembelajaran dan evaluasi kemampuan, serta interaksi antara pengajar dan peserta didik dilakukan dengan penggunaan Teknologi komunikasi dan informasi atau *Information and Communication Technology (ICT)* (Muhammad, *et al.*, 2016). Media yang digunakan dalam proses *e-learning* dapat berupa *Learning Management System (LMS)* yang disiapkan oleh institusi pendidikan sebagai media pembelajaran daring, maupun menggunakan media lainnya yang telah ada dan media yang paling umum untuk digunakan dalam pembelajaran di Indonesia adalah WhatsApp, Zoom, Google Classroom, Google Meet, serta email (Pramana, *et al.*, 2021). Alqahtani & Rajkhan (2020) menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis dari *e-learning*, yaitu di antaranya adalah *Blended Learning* yang merupakan kombinasi antara kelas tradisional dan kelas *online*, *Flipped Classroom* yang merupakan suatu pendekatan yang berpusat kepada peserta didik dengan materi pembelajaran *online* yang telah diberikan kepada peserta didik sebelum kelas, *Synchronous Learning* yang merupakan proses pembelajaran jarak jauh dengan interaksi secara *real-time*, dan *Asynchronous Learning* yang merupakan proses pembelajaran jarak jauh dengan interaksi secara *non-real time*.

Elumalai, *et al.* (2020) menyatakan bahwa perkembangan teknologi internet telah mengubah sistem pendidikan dari tradisional menjadi metode pengajaran yang modern. Teknologi dalam pendidikan telah menjadi kesempatan bagi peserta didik dan juga pengajar untuk dapat berkembang dalam proses belajar mengajar. Proses *e-learning* memberikan fleksibilitas dalam proses pembelajaran dan mendorong munculnya kemandirian dalam pembelajaran (Sadikin & Hamidah, 2020). Pembelajaran secara daring juga dapat membantu para peserta didik untuk mendapatkan materi pembelajaran dan berdiskusi dengan para pakar dan pengajar tanpa dibatasi oleh tempat dan waktu (Hartanto, 2016).

2.1.3. System Quality

Kualitas sistem menyatakan karakteristik dari suatu sistem yang digunakan. Kualitas sistem merupakan pengukuran dari proses sistem informasi yang memfokuskan pada hasil interaksi antara pengguna dengan sistem. Kualitas sistem dapat diukur dengan melihat dari sisi kemudahan pemakaian dari penggunaannya. (Aditi, *et al.*, 2021). Kualitas sistem menentukan karakteristik suatu sistem dari beberapa aspek, yaitu kegunaan, keandalan, ketersediaan, dan kemampuan beradaptasi yang mempengaruhi pandangan pengguna dalam menggunakan sistem *e-learning*, dan pada akhirnya berperan penting dalam adopsi dan penggunaan sistem *e-learning* (Salloum, *et al.*, 2019). Volery & Lord (2000) menyatakan bahwa faktor utama dalam menilai kualitas sistem pada pembelajaran *online* adalah kemudahan akses dan tampilan dari sistem.

2.1.4. Instructor and Course Material Quality

Pengajar merupakan seseorang yang memberikan ilmu terhadap peserta didik melalui materi pembelajaran yang disampaikan. Karakteristik pengajar berfokus terhadap ruang lingkup pengajar saat melakukan pengajaran, seperti sikap, fleksibilitas, pengetahuan mengenai teknologi pembelajaran, gaya mengajar, dan

kemampuan dalam memotivasi peserta didik (Alqahtani & Rajkhan, 2020). Menurut Baber (2021), karakteristik dari pengajar terdiri dari sikap pengajar (*instructor attitude*), kompetensi pengajar (*instructor competency*), dan interaksi pengajar terhadap peserta didik (*instructor interaction*). Materi pembelajaran berfokus terhadap sistem pengembangan pembelajaran untuk mencapai tujuan dari institusi pendidikan, di mana terdiri dari kualitas konten, kejelasan tujuan, dan strategi pembelajaran (Alqahtani & Rajkhan, 2020).

Kualitas pengajar berfokus terhadap peran pengajar dalam menyampaikan ilmunya terhadap peserta didik. Hal ini termasuk wawasan pengajar yang luas, persiapan yang baik, kepedulian terhadap peserta didik, serta interaksi antara pengajar dan peserta didik yang berpengaruh terhadap keberhasilan peserta didik (Pham, *et al.* 2018). Kualitas materi pembelajaran berkaitan dengan materi yang digunakan setiap kegiatan proses pembelajaran, seperti aspek alur materi, manfaat dan kegunaan, tingkat penerapannya, dan kebaruan (Pham, *et al.* 2018).

2.1.5. Administrative and Support Service Quality

Peserta didik sebagai pelanggan perlu untuk dilayani dan diutamakan kepentingannya. Administrator sebagai bagian yang membantu peserta didik memiliki peran khusus dalam memfasilitasi pembelajaran yang berkualitas, di mana perlu berperan menjadi perencana, motivator, promotor, dan pendukung (Yang, 2010). Faktor dukungan merupakan faktor yang berfokus terhadap mendukung infrastruktur dan peserta didik untuk meningkatkan pengalaman mereka. Hal ini termasuk dari bantuan komunikasi, ketersediaan untuk menjadi pusat bantuan, dan pelatihan (Alqahtani & Rajkhan, 2020).

Kualitas dukungan dan administrasi *e-learning* merupakan tingkat layanan yang diberikan staf universitas untuk memberi perhatian terhadap peserta didik (Pham, *et al.* 2018). Kualitas layanan dukungan dinilai melalui bantuan yang diberikan, terutama dari teknisi dukungan *online*. Kualitas layanan dukungan *e-*

learning adalah sejauh mana peserta didik merasakan dukungan pribadi dari sistem pembelajaran *online* (Pham, *et al.*, 2020). Layanan bantuan administrasi terdiri dari layanan bantuan mengenai prosedur dan kelas, konsultasi peserta didik, proses penanganan keluhan dari peserta didik (Shaik, *et al.*, 2006).

2.1.6. Service Quality

Kualitas layanan digambarkan sebagai suatu bentuk sikap penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap keunggulan layanan yang diberikan oleh organisasi (Parasuraman *et al.*, 2005). Parasuraman *et al.* (2005) menyatakan konsep kualitas layanan sebagai persepsi antara harapan pelanggan dengan penilaian dari pengalaman yang diterima dari layanan yang diberikan dalam sebuah model bernama SERVQUAL. Model SERVQUAL memiliki lima elemen dasar, yaitu *tangibility* (aspek fisik dari fasilitas atau penampilan personel), *reliability* (kemampuan untuk memberikan jasa layanan dengan andal dan akurat), *responsiveness* (kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan tepat waktu), *assurance* (pengetahuan dasar dan kemampuan staf dalam membangun rasa kepercayaan pelanggan), dan *empathy* (rasa perhatian yang diberikan kepada pelanggan). Lunarindiah (2016) menyatakan bahwa terdapat unsur-unsur yang mendukung kualitas layanan, yaitu terdapat jasa yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan, terdapat penyampaian informasi yang jelas dan penyampaiannya dapat menghasilkan suatu interaksi antara pihak pemberi layanan dan pihak penerima layanan, dan layanan yang diberikan sesuai dengan ruang lingkup jasa yang dimiliki oleh organisasi tersebut.

E-service quality didefinisikan sebagai sejauh mana suatu sistem dalam memfasilitasi penggunaan secara efisien dan efektif (Aditi, *et al.*, 2021). Konsep kualitas layanan juga berlaku di dunia pendidikan di mana peserta didik berperan sebagai pelanggan. Terdapat beberapa atribut yang membentuk kualitas layanan *e-learning* secara keseluruhan, yaitu desain pembelajaran, interaksi antara peserta

didik dan pengajar, interaksi antara sesama peserta didik, hal yang berkaitan dengan teknologi, dan layanan dukungan dan administrasi (Pham, *et al.*, 2019). Annamdevula & Bellamkonda (2016) menyatakan bahwa pentingnya kualitas layanan dalam dunia pendidikan akan meningkatkan akuntabilitas dari institusi pendidikan terhadap setiap stakeholder, seperti peserta didik, pemerintahan, dan pihak lainnya.

2.1.7. *Perceived Value*

Perceived value merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan perilaku pelanggan. *Perceived value* / nilai yang dirasakan oleh pelanggan adalah penilaian secara keseluruhan dari pelanggan berdasarkan perbandingan manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan (Zeithaml, 1988). *Perceived value* dapat diartikan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap perbandingan harapan pelanggan terhadap kenyataan yang dialami (Kilburn, *et al.*, 2016).

Sebagai pelanggan dari layanan yang diberikan oleh universitas, *perceived value* dari peserta didik merupakan penilaian keseluruhan peserta didik terhadap manfaat/kegunaan layanan yang diterima dan diberikan oleh universitas. *Perceived value* dari peserta didik mengacu kepada antisipasi peserta didik mengenai manfaat yang didapatkan terhadap pengorbanan yang dilakukan oleh peserta didik. Biaya kuliah, manfaat yang diterima peserta didik dari layanan, konten pembelajaran, kontribusi universitas dalam meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* dari peserta didik merupakan indikator-indikator yang mengukur *perceived value* dari peserta didik di universitas (Azis, *et al.*, 2020).

2.1.8. *Satisfaction*

Kepuasan didefinisikan sebagai suatu persepsi pemenuhan yang menyenangkan dari suatu layanan yang diterima oleh pelanggan (Oliver, 1997).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu pengukuran terhadap pemenuhan harapan pelanggan dari produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan, serta menunjukkan tingkat kesuksesan perusahaan dalam menyediakan produk dan layanan ke pasar (Fornell, 1992). *E-satisfaction* didefinisikan sebagai suatu penilaian pelanggan yang didasarkan oleh pengalaman pembelian sebelumnya terhadap produk atau layanan berbasis elektronik (Anderson & Srinivasan, 2003).

Dalam dunia pendidikan, peserta didik sebagai pelanggan memiliki kepuasan yang menjadi salah satu fokus terpenting bagi universitas untuk diperhatikan, terutama selama proses *e-learning* (Pham, *et al.*, 2019). Elliot dan Healy (2001) menyatakan bahwa tingkat kepuasan peserta didik dihasilkan dari evaluasi pengalaman mereka terhadap layanan pendidikan yang diterima oleh mereka selama menjalani proses pembelajaran. Elliott dan Shin (2002) menjelaskan bahwa kepuasan mahasiswa dibentuk secara terus-menerus oleh pengalaman berulang dalam kehidupan belajar.

2.1.9. Loyalty

Loyalitas merupakan kegiatan / komitmen dari pelanggan dalam melakukan pembelian kembali secara berulang terhadap *brand* yang sama. (Oliver, 1999). Loyalitas dari pelanggan dapat dilihat sebagai kekuatan dari hubungan sikap individu terhadap kecenderungan yang berulang. (Annamdevula & Bellamkonda, 2016). Loyalitas merupakan suatu kepercayaan yang diperoleh oleh pelanggan dan akan melakukan setiap kegiatan bisnisnya terhadap perusahaan tersebut. Tiga pendorong utama dari loyalitas adalah pesanan yang terpenuhi, kinerja dari produk, serta layanan dan dukungan yang diperoleh setelah proses transaksi. Faktor utama yang menghasilkan loyalitas adalah penyampaian pengalaman yang diperoleh pelanggan secara konsisten dan unggul (Reichheld & Schefter, 2000). Oliver (1997) menyatakan bahwa terdapat empat fase pada loyalitas, yaitu kognisi (*cognition*), pengaruh (*affect*), konasi (*conation*), dan tindakan (*action*). Loyalitas kognitif mengacu pada sikap terhadap *brand* berdasarkan informasi yang diberikan.

Loyalitas afektif adalah sikap atau rasa suka terhadap *brand* melalui kepuasan penggunaan yang dirasakan secara berulang. Loyalitas konatif berkaitan dengan niat perilaku pelanggan untuk melakukan pembelian berulang pada *brand* tertentu dengan suatu komitmen. Tindakan loyalitas dihasilkan oleh intensi yang telah diperoleh sebelumnya.

Loyalitas dalam lingkungan perguruan tinggi dinyatakan melalui kesediaan peserta didik untuk menyelesaikan program yang dijalannya dan memiliki intensi untuk melanjutkan program yang lebih di tinggi di perguruan tinggi yang sama di masa depan. Lalu juga dapat dinyatakan melalui kesediaan peserta didik untuk memberikan kata-kata yang positif dan rekomendasi terhadap lingkungan sekitarnya seperti keluarga dan teman (Mohamad & Awang, 2009).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sumber dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan hasil temuannya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Pengarang	Judul Artikel	Nama Jurnal	Temuan Hasil Penelitian
1	Pham <i>et al.</i> (2019).	<i>“Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam.”</i>	<i>“International Journal of Educational Technology in Higher Education.”</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas layanan <i>e-learning</i> terdiri dari tiga faktor, yaitu kualitas sistem <i>e-learning</i>, kualitas pengajar dan materi pembelajaran <i>e-learning</i>, serta kualitas layanan administrasi dan pendukung <i>e-learning</i>. 2. Kualitas sistem <i>e-learning</i> merupakan faktor terpenting dari kualitas layanan <i>e-learning</i>, diikuti

No	Pengarang	Judul Artikel	Nama Jurnal	Temuan Hasil Penelitian
				<p>oleh faktor kualitas pengajar dan materi pembelajaran <i>e-learning</i>, serta faktor kualitas layanan administrasi dan pendukung <i>e-learning</i>.</p> <p>3. Kualitas layanan <i>e-learning</i> berpengaruh secara positif dengan kepuasan peserta <i>e-learning</i>.</p> <p>4. Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas peserta <i>e-learning</i>.</p> <p>5. Kualitas layanan <i>e-learning</i> memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas peserta <i>e-learning</i>.</p>
2	Rosta & Dwita (2021)	<i>"The Influence of E-Learning Quality and Institutional Image on Student Loyalty with Satisfaction as Mediation on the Use of E-Learning at Universitas Negeri Padang"</i>	<i>"Advances in Economics, Business and Management Research, volume 192"</i>	<p>1. Kualitas <i>e-learning</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.</p> <p>2. Kualitas <i>e-learning</i> yang dimediasi oleh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.</p>
3	Doan (2021)	<i>"The Effect of Service Quality on Student Loyalty and Student Satisfaction: An Empirical Study of Universities in Vietnam"</i>	<i>"Journal of Asian Finance, Economics and Business"</i>	<p>1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa.</p> <p>2. Kepuasan mahasiswa memiliki sifat sebagai mediator antara kualitas</p>

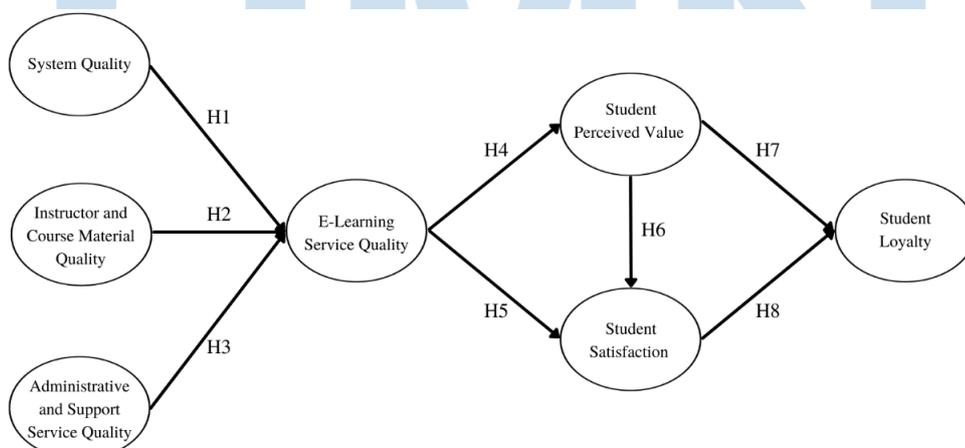
No	Pengarang	Judul Artikel	Nama Jurnal	Temuan Hasil Penelitian
				layanan dan loyalitas mahasiswa.
4	Nugroho, et al. (2019)	<i>"The Role of Satisfaction on Perceived Value and E-Learning Usage Continuity Relationship"</i>	<i>"Procedia Computer Science"</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived value</i> memiliki pengaruh kuat terhadap <i>continuance intention</i> dalam penggunaan <i>e-learning</i>. 2. Kepuasan memiliki peran sebagai mediator yang kuat dalam hubungan antara <i>perceived value</i> dan <i>continuance intention</i> dalam penggunaan <i>e-learning</i>.
5	Lunarindiah (2016)	<i>"The Influence of Corporate Image, Service Quality, Perceived value toward Student Satisfaction and Student Loyalty"</i>	"Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa"	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>student satisfaction</i>. 2. <i>Perceived value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>student satisfaction</i>. 3. <i>Service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>student loyalty</i>.
6	Annamdevula & Bellamkonda (2016)	<i>"The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction"</i>	<i>"Journal of Modelling in Management"</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan terbukti dapat bertindak sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas mahasiswa. 2. Kualitas layanan ditemukan memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan mahasiswa.
7	Chandra, et al. (2018)	<i>"The Effect of Service Quality on Student Satisfaction and Student Loyalty: An Empirical Study"</i>	<i>"Journal of Social Studies Education Research"</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas layanan dari universitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

No	Pengarang	Judul Artikel	Nama Jurnal	Temuan Hasil Penelitian
				2. Kepuasan mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa.
8	Mbango (2021)	<i>"A Framework for Achieving Student Loyalty in Open Distance Electronic Learning (ODEL) Institutions"</i>	<i>"Expert Journal of Marketing"</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas layanan yang dirasakan murid berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mereka dengan institusi pendidikannya. 2. Persepsi nilai yang dirasakan murid berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasannya. 3. Kepuasan murid memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas mereka terhadap institusi pendidikannya.
9	Elumalai, et al. (2020)	<i>"Factors Affecting The Quality Of E-Learning During The Covid-19 Pandemic From The Perspective Of Higher Education Students."</i>	<i>Journal of Information Technology Education: Research"</i>	1. Faktor dukungan administrasi, konten mata kuliah, desain mata kuliah, karakteristik dari pengajar, karakteristik dari pembelajar, faktor dukungan sosial, dan faktor dukungan teknis memiliki hubungan terhadap kualitas <i>e-learning</i> yang dilakukan di universitas selama masa Pandemi COVID-19.
10.	Arguelles & Busquet (2016)	<i>"Perceived service quality and student loyalty in an online university"</i>	<i>"International Review of Research in Open and Distance Learning"</i>	1. Aspek pengajar, layanan administrasi, layanan tambahan lainnya memiliki pengaruh positif

No	Pengarang	Judul Artikel	Nama Jurnal	Temuan Hasil Penelitian
				terhadap kualitas layanan.
				2. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat kepuasan peserta didik.
				3. Tingkat kepuasan peserta didik memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat loyalitas peserta didik.

2.3. Kerangka Berpikir atau Kerangka Konseptual

Penelitian dilakukan dengan melakukan adopsi dan modifikasi terhadap model dari penelitian yang dilakukan oleh Pham, *et al.* (2019) dengan judul “*Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam.*”, karena terdapat beberapa fenomena yang berkaitan dengan penelitian ini. Selanjutnya variabel yang digunakan juga diadopsi dari jurnal tersebut, dengan menambahkan satu variabel baru yaitu nilai yang dirasakan peserta didik (*Student Perceived Value*). Model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Model Penelitian
 Sumber: Adopsi dari Pham, *et al.* (2019) dan dikembangkan oleh peneliti

2.4. Hipotesis

Dari model penelitian yang telah dirancang berdasarkan Gambar 2.1., terdapat 10 hipotesis hubungan antar variabel yang akan diuji.

2.4.1. Hubungan antara *System Quality* dengan *E-Learning Service Quality*

Penelitian yang dilakukan oleh Pham, *et al.* (2019) menunjukkan bahwa kualitas sistem *e-learning* merupakan faktor terpenting dari kualitas layanan *e-learning*. Salloum, *et al.* (2019) menyatakan bahwa kualitas sistem memiliki peran krusial dalam penggunaan sistem *e-learning*. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alsabawy, *et al.* (2012) bahwa kualitas sistem merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan dari *e-learning*.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1: *System Quality* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *E-Learning Service Quality*.

2.4.2. Hubungan antara *Instructor and Course Material Quality* dengan *E-Learning Service Quality*

Penelitian yang dilakukan oleh Pham, *et al.* (2019) menunjukkan bahwa kualitas pengajar dan material pembelajaran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas layanan *e-learning*. Hal ini didukung dengan temuan bahwa konten pembelajaran dan karakteristik dari pengajar merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas dari *e-learning* yang diberlakukan selama masa Pandemi COVID-19 (Elumalai, *et al.*, 2020). Penelitian dari Reisetter, *et al.* (2007) menunjukkan bahwa konten pembelajaran dan interaksi dengan pengajar mempengaruhi kualitas *e-learning*. Peltier & Drago (2007) berpendapat bahwa

konten dari pengajaran berperan penting dalam menentukan kualitas pembelajaran *e-learning*. Selim (2007) menyatakan bahwa karakteristik dan juga penguasaan pengajar terhadap teknologi merupakan faktor yang kritis dalam mempengaruhi *e-learning*. Peran pengajar krusial dalam peningkatan kualitas *e-learning* untuk membantu pembelajaran para peserta didik selama Pandemi COVID-19 (Abbasi, *et al.*, 2020)

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H2: *Instructor and Course Material Quality* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *E-Learning Service Quality*.

2.4.3. Hubungan antara *Administrative and Support Service Quality* dengan *E-Learning Service Quality*

Pham, *et al.* (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan administrasi dan dukungan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas layanan *e-learning*. Meyer & Barefield (2010) menyatakan bahwa layanan administrasi memiliki peran penting dalam penerapan *e-learning*. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Elumalai, *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa dukungan administrasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas dari *e-learning* yang diberlakukan selama masa Pandemi COVID-19. Arguelles & Busquet (2016) menyatakan bahwa bukan hanya aspek pengajar yang penting, tetapi juga dari aspek layanan administrasi dan layanan lainnya dalam menentukan kualitas layanan *e-learning*. Penelitian yang dilakukan oleh Yang (2010) menyatakan bahwa peran administrasi tidak dapat diabaikan dan memiliki peran penting dalam keberhasilan pembelajaran secara *online*.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H3: *Administrative and Support Service Quality* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *E-Learning Service Quality*.

2.4.4. Hubungan antara *E-Learning Service Quality* dengan *Student Perceived Value*

Kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan dipercaya memiliki pengaruh terhadap nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas layanan mendorong peningkatan *perceived value* dari pelanggan, jika kualitas layanan yang diterima melebihi harapan dari pelanggan. (Hapsari, *et al.*, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Lai, *et al.* (2009) menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama dalam meningkatkan *value* yang pada akhirnya menentukan tingkat kepuasan layanan dan loyalitas. Aditi, *et al.* (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap *perceived value* dari pelanggan yang memanfaatkan teknologi di Indonesia. Hubungan antara *e-service quality* dan *perceived value* menunjukkan bahwa peserta didik selaku pengguna sistem *online* mempertimbangkan penilaian mereka terhadap perbandingan manfaat dan pengorbanan terhadap kualitas interaksi mereka dengan sistem yang digunakan oleh perguruan tinggi (Kilburn, *et al.*, 2016).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H4: *E-Learning Service Quality* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Perceived Value*.

2.4.5. Hubungan antara *E-Learning Service Quality* dengan *Student Satisfaction*

Tingkat kepuasan pelanggan dipercaya meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan berbasis *online* (Fida, *et al.*, 2020; Jun, *et al.*, 2004; Yang, *et al.*, 2004). Kepuasan peserta didik yang merupakan pelanggan dalam

lingkungan pembelajaran, juga dipengaruhi oleh kualitas layanan *e-learning* yang diterimanya. Kualitas layanan *e-learning* yang dipersiapkan oleh universitas dipercaya memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan peserta didik (Pham, *et al.*, 2019; Rosta & Dwita, 2021; Doan, 2021; Annamdevula & Bellamkonda, 2016; Chandra, *et al.*, 2018; Lunarindiah, 2016; Mbango, 2021; Arguelles & Busquet, 2016)

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H5: *E-Learning Service Quality* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Satisfaction*.

2.4.6. Hubungan antara *Student Perceived Value* dengan *Student Satisfaction*

Perceived value atau penilaian yang keseluruhan pelanggan mengenai hal yang diterima dibandingkan dengan hal yang diberikan dipercaya memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa *perceived value* dari pelanggan memiliki pengaruh yang kuat terhadap tingkat kepuasannya (McDougall & Levesque, 2000; Hapsari, *et al.*, 2017; Kusumawati & Rahayu, 2020). Aditi, *et al.* (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *perceived value* dan juga *e-satisfaction* dari pelanggan yang memanfaatkan teknologi di Indonesia. Tingkat *perceived value* dari peserta didik juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan peserta didik mengenai universitasnya. (Azis, *et al.*, 2020; Lunarindiah, 2016).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H6: *Student Perceived Value* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Satisfaction*.

2.4.7. Hubungan antara *Student Perceived Value* dengan *Student Loyalty*

Penilaian atau *perceived value* dari seorang pelanggan merupakan suatu faktor yang memberikan dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Kusumawati & Rahayu, 2020). Beberapa penelitian yang dilakukan telah menunjukkan bahwa *perceived value* pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap *loyalty*. *Perceived value* dipercaya memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan (Lai, *et al.*, 2009). *Perceived value* dari peserta didik dipercaya memiliki pengaruh positif terhadap tingkat loyalitasnya pada perguruan tinggi (Kilburn, *et al.*, 2016), serta mempengaruhi intensi untuk melanjutkan kegiatan pembelajaran *e-learning* (Nugroho, *et al.*, 2019).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H7: *Student Perceived Value* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Loyalty*.

2.4.8. Hubungan antara *Student Satisfaction* dengan *Student Loyalty*

Kepuasan yang diperoleh pelanggan dipercaya menghadirkan pelanggan yang loyal dan memberikan kesan yang positif (Sharma, *et al.*, 2020). Hal ini didukung dengan hasil penelitian Kusumawati & Rahayu (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Ibojo & Asabi (2015) menyatakan bahwa pergeseran kepuasan pelanggan sebesar 1% dapat mengakibatkan pergeseran loyalitas pelanggan sebesar 61,7%. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peserta didik mempengaruhi tingkat loyalitas dari peserta didik (Pham, *et al.*, 2019; Rosta & Dwita, 2021; Doan, 2021; Annamdevula & Bellamkonda, 2016; Chandra, *et al.*, 2018; Mbango, 2021; Arguelles & Busquet, 2016). Ketidakpuasan pengguna suatu sistem informasi (*e-*

learning) dapat menyebabkan ketidakinginan pengguna untuk meneruskan dalam penggunaan sistem tersebut (Nugroho, *et al.*, 2019).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H8: *Student Satisfaction* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Loyalty*.

2.4.9. Hubungan antara *E-Learning Service Quality* terhadap *Student Satisfaction* dengan mediasi *Student Perceived Value*

Kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan / peserta didik dapat mempengaruhi persepsi nilai yang dirasakannya dan pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat kepuasannya. Aditi, *et al.* (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dengan mediasi *student perceived value* dari pelanggan yang memanfaatkan teknologi di Indonesia. *E-service quality* akan mempengaruhi pemenuhan tingkat ekspektasi dari pelanggan, dan saat telah terpenuhi akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan (Demir, *et al.*, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H9: *E-Learning Service Quality* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Satisfaction* dengan mediasi *Student Perceived Value*.

2.4.10. Hubungan antara *Student Perceived Value* terhadap *Student Loyalty* dengan mediasi *Student Satisfaction*

Persepsi nilai yang dirasakan oleh peserta didik dalam menjalankan proses pembelajaran *e-learning* akan mempengaruhi tingkat kepuasannya, lalu jika didapatkan rasa kepuasan, akan menghasilkan loyalitas bagi peserta didik terhadap

universitasnya. Kepuasan memiliki peran sebagai mediator yang kuat dalam hubungan antara *perceived value* dan *continuance intention* dalam penggunaan *e-learning* (Nugroho, *et al.*, 2019). Chang (2013) menyatakan bahwa tingkat kepuasan dari peserta didik dapat memediasi antara *student perceived value* terhadap intensi dalam menggunakan sistem *e-learning* dan merekomendasikannya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H10: *Student Perceived Value* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Student Loyalty* dengan mediasi *Student Satisfaction*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA