

**PENGARUH IT – BASED SERVICE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Kasus Mahasiswa Udinus Pengguna Dinus In My Hand)

ABSTRACTION

The business environment can be distinguished on the external environment and internal environment (Wheelen and Hunger, 2000). Pearce and Robinson (2000) distinguish the business environment the environment much, industry environment and operational environment. The external environment is composed of the macro environment and environmental industries. The environment consists of internal structures (structure), culture (culture), resources (resources) (Wheelen and Hunger, 2000). Macro environment affect the organization consists of political and legal power, economic power, the power of technology, as well as social and cultural forces (Wheelen and Hunger, 2000). With the development of courses and academic enhancement, can be an alternative strategy to a private college in order to obtain a sustainable competitive advantage (hurricane competitive advantage). Research methods using a questionnaire which was distributed to the consumer user dinus 104 in my hand. After the results obtained through the test reliability and validity, and then analyzed using Regression with variable Intervening with SPSS 16.0 for Windows program which performed classic assumption test, multikoleniaritas test, test, test heteroskedastisitas, test of normality, sobel, an analysis of the path, test t test, f test and coefficient of determination (R²).

Path analysis of peHasil method and obtained that sobel's most mediated customer loyalty is efficiency and performance, this is evidenced by the value t calculate is greater. No significant effect of ease of consumer satisfaction,.The alignment effect significantly to consumer satisfaction. Significant effect on the efficiency of consumer satisfaction. Influential performance significantly to consumer satisfaction. The sensation did not influence significantly to consumer satisfaction. Credibility do not affect significantly to consumer satisfaction. The information did not influence significantly to consumer satisfaction. The influential consumer satisfaction significantly to consumer loyalty. The loyalty of the consumers themselves can be explained by other factors.

Key words: loyalty, suitability, convenience, efficiency, performance, sensation, credibility, information, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam persaingan perguruan tinggi yang semakin ketat khususnya di Jawa Tengah, UDINUS memberikan inovasi baru yaitu *dinus in my hand* yang merupakan program baru Udinus yang baru saja diluncurkan. Program ini merupakan layanan akademik mobile dengan menggunakan sebuah gadget yang sudah terintegrasi dengan layanan digital. Program ini merupakan kerja sama antara Udinus dengan PT XL Axiata - PT Imo Mobile. *Dinus in my hand* yang berupa tablet ini diberikan untuk mahasiswa baru udinus yang berjumlah 2577 orang dari berbagai program studi yang ada.

Program ini diharapkan semakin meningkatkan kualitas proses pembelajaran yang ada di kampus berbasis teknologi informasi dan agar prestasi mahasiswa semakin baik dengan indikator IPK bagus. Mahasiswa juga mampu mengakses berbagai proses transfer ilmu dengan mudah seperti tugas kuliah, KRS, nilai, download materi. Selain itu, ditambahkan tersedia alamat email dengan Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan, hal itu mengingat dengan konsumen puas, maka konsumen tersebut akan loyal. Sehingga apabila tingkat kepuasan pelanggan meningkat akan diikuti tingkat loyalitas pelanggan. Menurut Ho dan Wu (1999 dalam Saha dan Zhao, 2005) hal-hal yang membentuk kepuasan pelanggan adalah: *logistical support, technical characteristics, information characteristics, home page presentation* dan *product characteristics*. Loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan biaya serta penambahan pendapatan per pelanggan (Berry, 1995 dalam Thurou, 2002). Dengan mempertimbangkan efek pengurangan biaya dilaporkan bahwa dengan tetap mempertahankan loyalitas pelanggan akan mengeluarkan biaya yang lebih sedikit.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

KEMUDAHAN

Perceived ease of use didefinisikan Davis et al., (1989) Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi computer dirasakan relative mudah untuk dipahami dan digunakan.

KESESUAIAN

Kualitas kesesuaian menurut Fandy Tjiptono (1996; 2) adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

EFISIENSI

Menurut Mulyamah (1987:3) efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang direalisasikan atau perkataan lain penggunaan yang sebenarnya.

PERFORMA

Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik (Donelly, Gibson and Ivancevich, 1994).

SENSASI

Benyamin B. Wolman (1973, dalam Rakmat, 1994) menyebut sensasi sebagai "pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra".

KREDIBILITAS

Kredibilitas mencari tahu bagaimana modifikasi pada karakteristik-karakteristik sumber mempengaruhi keinginan orang mengubah sikapnya terhadap isu-isu tertentu (Hovland, Janis, & Kelley, 1953).

INFORMASI

Menurut George H. Bodnar, (2000: 1), Informasi adalah data yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat.

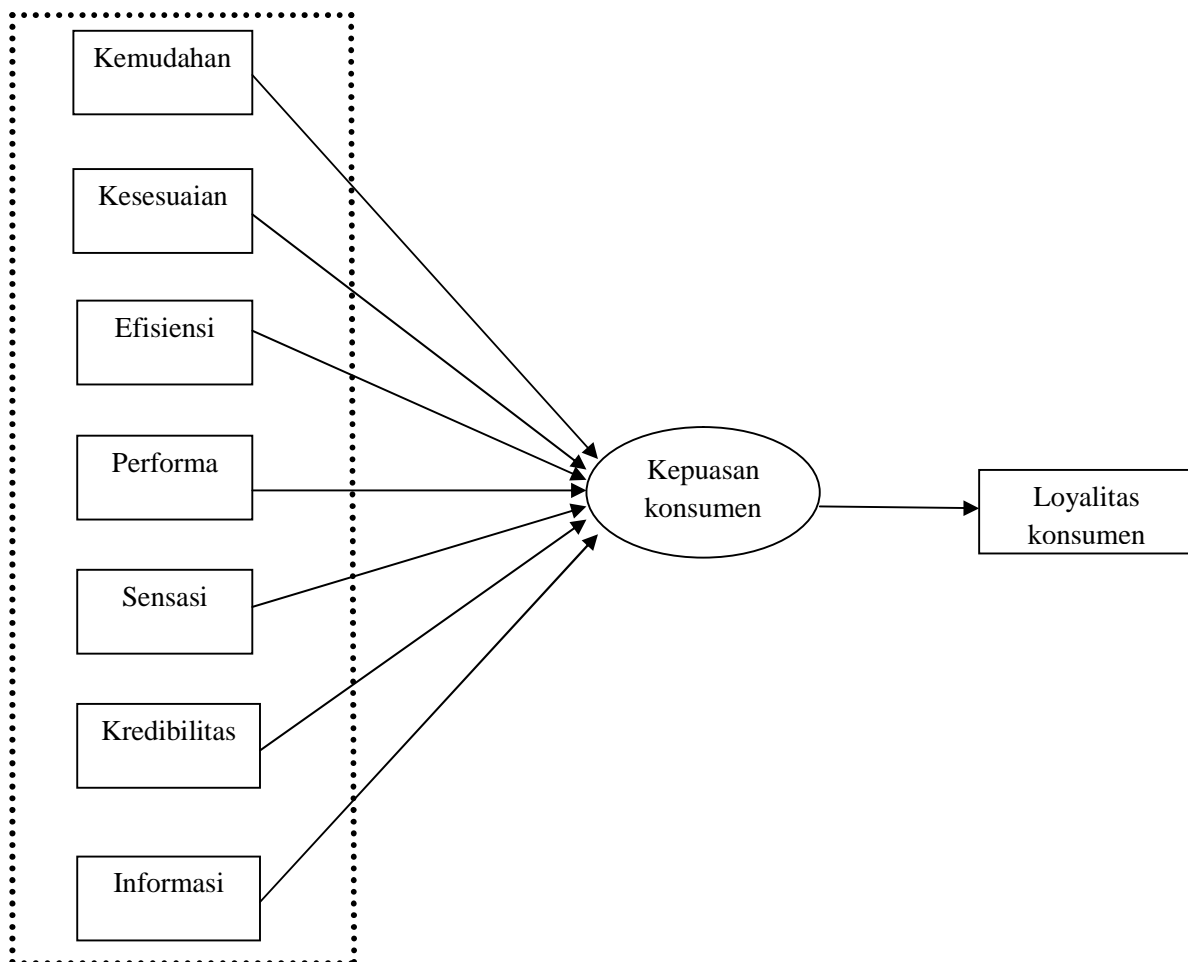
KEPUASAN KONSUMEN

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2004:147).

LOYALITAS KONSUMEN

Terciptanya loyalitas konsumen dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti adanya hubungan keluarga, teman dekat, tetangga, harga yang terjangkau, serta pelayanan dan kenyamanan yang sangat baik.

KERANGKA PEMIKIRAN



METODE PENELITIAN

PENYAMPELAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa Udinus yang menggunakan tablet pada program *dinus in my hand* dengan jumlah sebesar 2.577 mahasiswa (tahun ajaran 2013/2014).

Karena jumlah populasi telah diketahui, maka jumlah sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Rao Purba (1996) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (\text{MoE})^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah populasi

Moe = Margin of Error max(kesalahan yang masih ditoleransi, diambil 10%)

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa jumlah pengguna tablet pada program *Dinus In My Hand* adalah 2.577 mahasiswa. Maka jumlah sampel untuk penelitian ini dengan *margin of error* 10% adalah 96 responden. Agar penelitian ini fit, maka diambil 100 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas nilai r hitung setiap indikator lebih besar dibanding nilai r tabel, hal ini menunjukkan indikator dari variabel kemudahan, kesesuaian, efisiensi, performa, sensasi, kredibilitas, informasi, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

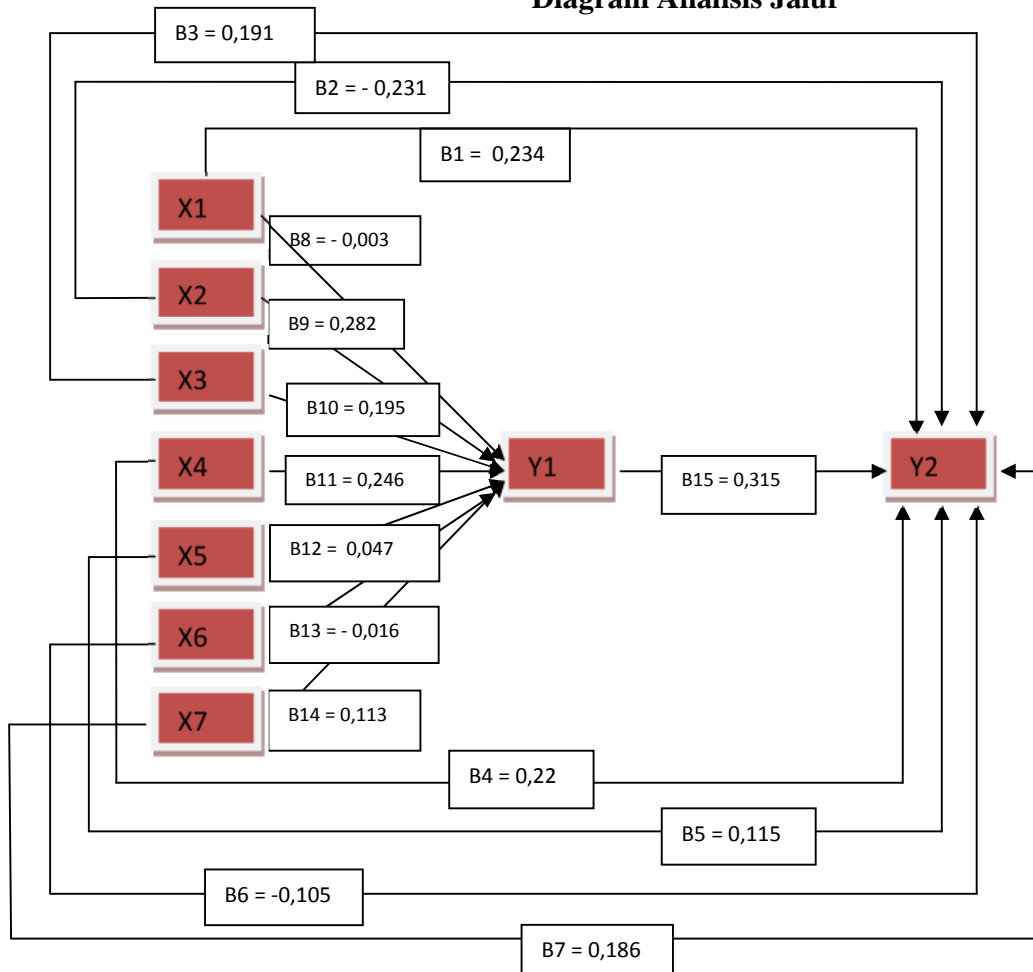
Hasil nilai *cronbach's alpha* variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, pemasaran relasional dan loyalitas pelanggan lebih besar dari 0,60 sehingga indikator atau kuesioner dari keenam variabel tersebut dinyatakan handal sebagai alat ukur variabel.

Diagram Jalur dan Spesifikasi Model (*Path Analysis*)

Diagram jalur dalam penelitian ini digunakan untuk memudahkan dilakukannya visualisasi hipotesis yang telah diajukan. Visualisasi model dengan diagram jalur berguna untuk mengurangi tingkat kesalahan dalam pembangunan model persamaan yang sesuai dengan landasan teori dan penelitian terdahulu. Dalam aplikasi SPSS tersedia program yang dapat menggambarkan diagram jalur dan mendapatkan hasil estimasi berdasarkan data yang ada. Diagram jalur yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar berikut ini

\

Diagram Analisis Jalur



$$Y1 = -0,003x1 + 0,282x2 + 0,195x3 + 0,246x4 + 0,047x5 - 0,016x6 + 0,113x7$$

$$Y2 = 0,234x1 + -0,231x2 + 0,191x3 + 0,220x4 + 0,115x5 - 0,105x6 + 0,186x7 + 0,315x8$$

Uji Sobel

Hasil Uji Sobel

Variabel	t hitung	><	t tabel	Keterangan
Kemudahan	-0,18867	<	1,985	Tidak Memidiasi
Kesesuaian	1,7961783	<	1,985	Tidak Memidiasi
Effisiensi	2,215909	>	1,985	Memidiasi
Performa	2,2568807	>	1,985	Memidiasi
Sensasi	0,2764705	<	1,985	Tidak Memidiasi
Kredibilitas	-0,0987654	<	1,985	Tidak Memidiasi
Informasi	0,743421	<	1,985	Tidak Memidiasi

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Hasil uji sobel memperlihatkan, nilai t hitung variabel kemudahan, kesesuaian, sensasi, kredibilitas, dan informasi tidak memidiasi terhadap kepuasan konsumen, karena pada nilai t hitung lebih < dari pada t tabel, setiap indikator lebih besar dibanding nilai r tabel, hal ini menunjukkan indikator dari variabel kemudahan, kesesuaian, efisiensi, performa, sensasi, kredibilitas. Informasi, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kemudahan terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa sudah terbiasa dengan aksesan system yang ada pada internet dan aplikasi yang ada pada internet. Sehingga layanan internet tidak sulit untuk dipahami dan pemanfaatan aplikasi internet yang tidak sulit untuk dipahami, kemudahan dalam penggunaan untuk mengakses system internet dan kemudahan untuk mengakses web site yang ada pada internet, dan kemudahan dalam pengendalian aplikasi internet adalah hal yang biasa bagi mahasiswa. Karena mahasiswa sekarang ini telah banyak dimanjakan

oleh fitur – fitur yang menarik dalam penggunaan teknologi sehari – hari baik dalam kehidupan biasa maupun dalam penggunaan teknologi komputer.

2. Pengaruh Kesesuaian terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa dengan menggunakan *dinus in my hand* mahasiswa cepat dalam mengakses internet sehingga tidak dibutuhkan waktu yang lama dalam penggunaannya, untuk memudahkan pengguna jasa internet dalam berinteraksi mahasiswa dapat mengakses koneksi internet dimana saja dan kapanpun, mahasiswa mempunyai rasa percaya diri ketika menggunakan *Dinus in my hand*. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pengguna *Dinus in my hand* merasa bahwa dengan adanya program *Dinus in my hand* mahasiswa dapat merasa terbantu dalam mendapatkan informasi seputar akademik kampus maupun kegiatan kemahasiswaan lainnya dengan kecepatan dalam mengakses layanan dan dapat digunakan dimana saja dan kapanpun.

3. Pengaruh Efisiensi terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa dengan adanya *Dinus in my hand* pengguna merasa pada saat penggunaan dalam mengakses internet dapat menghemat waktu dan dengan adanya *Dinus In My hand* pengguna dapat menghemat biaya dalam mengakses maupun mencari tau tentang kegiatan kemahasiswaan ataupun informasi akademik di kampus seperti menginput KRS, mengecek nilai ataupun IPK, mengatur jadwal mata kuliah, dll.

4. Pengaruh Performa terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa jelas dengan petunjuk pengisian berbagai form pada aplikasi internet dengan menggunakan *dinus in my hand* sehingga mudah untuk dipahami, respon setiap permintaan layanan secara online cepat ditanggapi, dalam menjawab komunikasi melalui email ditanggapi dengan cepat, dan kecepatan dalam mengakses sistem

dengan menggunakan *Dinus in my hand*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna layanan *Dinus in my hand* merasa bahwa dengan adanya program tersebut dapat memberikan manfaat yang besar seperti kemudahan dalam mencari informasi segala kegiatan di kampus seperti kegiatan kemahasiswaan atau akademik hanya dengan menggunakan Tab ditangannya.

5. Pengaruh Sensasi terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa tidak merasa sesuatu yang istimewa pada tampilan utama content *dinus in my hand* dan pada desain content *dinus in my hand*, karena mengingat mereka sudah terbiasa menggunakan sistem operasi gadget yang sudah ada di pasaran seperti yang ada pada android (Play Store) maupun Apple (APP Store). Mahasiswa belum menggunakan content di *dinus in my hand* yang memberikan fasilitas *chatroom* bagi mahasiswa untuk berinteraksi dengan mahasiswa atau orang lain. Mahasiswa belum menjadikan Web site yang ada sebagai komunitas online. Mahasiswa belum merasa *dinus in my hand* memberikan kemudahan dalam mengakses produk-produk online Udinus. Ini dikarenakan produk *dinus in my hand* adalah baru tahap awal sehingga dalam penggunaannya belum optimal, dan belum banyak dirasakan oleh mahasiswa pengguna *Dinus in my hand*.

6. Pengaruh Kredibilitas terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa kurangnya rasa percaya mahasiswa terhadap internet yang ada pada *dinus in my hand*, kurang jelasnya mahasiswa pada profil Udinus yang ditampilkan di web site, mahasiswa belum merasa aman dalam berinteraksi dengan internet dengan menggunakan *dinus in my hand*. Maka dapat disimpulkan bahwa kredibilitas dalam menggunakan program *Dinus in my hand* mungkin penyebabnya bisa dikarenakan oleh kurangnya informasi atau pelayanan yang diperoleh mahasiswa ataupun kurangnya kesadaran

mahasiswa sebagai pengguna *dinus in my hand* dalam memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan dalam *Dinus in my hand*.

7. Pengaruh Informasi terhadap kepuasan konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa tidak mendapatkan informasi yang lengkap pada internet mengenai Udinus, mahasiswa tidak mendapatkan informasi yang selalu *up-to-date*, dan kurangnya mahasiswa yang mengetahui setiap pembaharuan informasi yang dilakukan internet setiap saat pada *dinus in my hand*, dikarenakan informasi yang ada tidak digunakan secara maksimal oleh mahasiswa. Maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang ada pada *Dinus in my hand* menurut pengguna masih belum dapat memuaskan dalam artian informasi yang di dapat ataupun content – content yang lain mungkin masih kalah dengan mereka menggunakan siadin dari komputer, dan mahasiswa sebagai pengguna juga kurang optimal dalam penggunaannya untuk mencari informasi-informasi yang baru.

8. Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen

Hal ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa mempunyai kesan dan pengalaman yang baik setelah menggunakan *Dinus In My Hand*, mahasiswa merasa harapannya terpenuhi pada keseluruhan pelayanan yang diterima dengan menggunakan *Dinus In My Hand*, dan mahasiswa merasa puas terhadap pelayanan yang ada pada *Dinus In My Hand*, sehingga mahasiswa sebagai pengguna *Dinus In My Hand* merasa loyal kepada *Dinus In My Hand*. Ketika konsumen merasa loyal, konsumen akan menceritakan sesuatu yang positif tentang *Dinus In My Hand*, konsumen akan terus menggunakan produk *Dinus In My Hand* secara berulang dan terus menerus, konsumen akan merekomendasikan tentang Udinus kepada orang lain yang mencari informasi tentang *Dinus In My Hand* dan yang paling penting konsumen akan merekomendasikan teman dan saudaranya untuk menggunakan *Dinus In My Hand*. Dapat diartikan bahwa kepuasan

konsumen sejalan lurus dengan loyalitas, jika kepuasan konsumen dalam menggunakan program *Dinus In My Hand* naik maka loyalitas konsumenpun secara otomatis akan naik begitu pula sebaliknya.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Hasil penelitian tentang Pengaruh *IT based service* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen pada pengguna *dinus in my hand* di Udinus dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut: 1. Kemudahan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Dinus in my hand*. 2. Kesesuaian mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Dinus in my hand*. 3. Efisiensi mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *Dinus in my hand*. 4. Performa mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Dinus in my hand*. 5. Sensasi mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Dinus in my hand*. 6. Kredibilitas mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Dinus in my hand*. 7. Informasi mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Dinus in my hand*. 8. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna *Dinus in my hand*.

Dari hasil penelitian penulis memberikan beberapa saran: Pihak Universitas dalam mengambil langkah yang lebih cermat dalam menentukan merk tablet mana yang baik kondisinya untuk digunakan sehingga mahasiswa akan merasa lebih percaya diri jika menggunakan tablet yang memiliki kualitas benar – benar baik, perlunya penambahan maupun

bentuk – bentuk desain baru yang unik dan lebih menarik karena mahasiswa sangat senang dengan desain yang lebih menarik dalam dunia teknologi, misal seperti memberikan tema pada siadin, agar setiap mahasiswa dapat mendesain content mereka sendiri dan dapat memilih tema apa yang mereka inginkan, mengevaluasi dan membantu pengguna yang mengalami kerusakan dalam membenahi atau memperbaiki hardware tersebut bisa berupa klaim garansi ataupun evaluasi lain yang sifatnya setelah penemuan mengapa bisa rusak apakah dari penguana atau memang sifat hardware tersebut yang memiliki kualitas yang kurang baik,

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand. 2006. **Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty, 2002. **Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen**. Aplikasi Model-Model Rumit Penelitian untuk Tesis Magister & Disertasi Doktor, Fakultas Ekonomi UNDIP
- Hanson, W . 2000. **Pemasaran Internet**. Penerbit Salemba Empat.
<http://www.dinus.ac.id/hal/newsDetail/info/dinus-in-my-hand-diluncurkan/1301>
<http://astridwidayani.blogspot.com/2013/04/perguruan-tinggi-swasta-sebuah.html>
- Imam Ghozali, 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Janda, S., Trocchia, P.J. dan Gwinner, K.P. 2002. Consumer perception of Internet retail service quality. **International Journal of Service Industry Management**, vol 13
- Moutinho, Luiz dan Smith, Anne. 2000. Modelling Bank Customer Satisfaction Trough Mediation of Attitudes Towards Human and Automated Banking. **International Journal of Bank Marketing** (18/3): 124-134.
- Sugiyono, 2007. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: ALFABETA.
- S. Azwar. 1997. **Metode Penelitian**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sekaran, Uma. 2006. **Research Methods For Business, Metodologi Penelitian Untuk Bisnis.** Edisi 4. Jilid 1. Salemba Empat. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa.* Penerbit Andi Edisi Kedua: Yoyakarta
- Wismantoro, Yohan.2011. *IT-Based Service di Perguruan Tinggi: Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan.*
- Wang, Shun-Yi., Wang, Yu-Ming dan Lin Hsin-Hui, 2003. Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study. **International Journal of Service Industry Management**, Vol 15 (5)
- Yen, Hsiu Ju Rebecca dan Gwinner, Kevin P. 2003. Internet retail customer loyalty: the mediating role of relational benefits. **International Journal of Service Industry Management**, Vol. 14 (5).
- Zikmund, William G. 1997. **Business Research Methods**, edisi kelimabelas, Harcourt Brace collage Publishers, Toronto.