

**“Analisis *E-Service Quality* Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen: Pembahasan  
Pada *Virtual Event Webinar*”**



**SKRIPSI**

Oleh:

**GENESIA IVAN RANNI**

**11170305**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PENGAJUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh:**

**Genesisia Ivan Ranni**

**11170305**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Genesia Ivan Ranni  
NIM : 11170305  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS E-SERVICE QUALITY SEBAGAI PENENTU KEPUASAN  
KONSUMEN: PEMBAHASAN PADA VIRTUAL EVENT WEBINAR.”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 14 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Genesia Ivan Ranni)  
11170305

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul :

### **ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* SEBAGAI PENENTU KEPUASAN KONSUMEN: PEMBAHASAN PADA *VIRTUAL EVENT WEBINAR***

Telah diajukan dipertahankan oleh:

**GENESIA IVAN RANNI**

**11170305**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

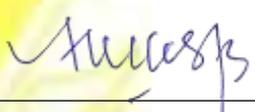
**Fakultas Bisnis**

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal 12 Agustus 2021

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Dra. Ety Istriani., MM.  
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji) : 
2. Hardo Firmana G.G. Manik, SE., M.Sc  
(Dosen Penguji) : 
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM.  
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji) : 

Yogyakarta, 24 Agustus 2021

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)

(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* SEBAGAI PENENTU KEPUASAN KONSUMEN  
PEMBAHASAN PADA *VIRTUAL EVENT* WEBINAR.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan dan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun. Kecuali pada bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 16 Juli 2021



Genesia Ivan Ranni (11170305)

## HALAMAN MOTTO

“Karena itu rendahkanlah dirimu di bawah tangan Tuhan yang kuat, supaya kamu ditinggikan-Nya pada waktunya” *-1 Petrus 5: 6-7-*

“*Trust in the LORD with all your heart and lean not on your own understanding: in all your ways submit to Him, and He will make your paths straight*” *-Proverbs 3: 5-6-*

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya” *-Q.S Al-Zalzalah 139-*

“Tidak ada jalan menuju kebahagiaan. Kebahagiaan adalah jalannya.” *-Buddha-*

“Karena berbicara engkau menemukan kebahagiaan, karena berbicara engkau mendapat kematian, karena berbicara engkau menemukan kesusahan, dan karena berbicara pula engkau mendapat sahabat” *-Nitisastra, Sargah V. bait 3-*

“*Wake up with determination, Go to bed with satisfaction*” - *George Horace Lorimer-*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati dan memberikan Anugerah yang indah dalam setiap perjalanan hidup penulis.
2. Papa Piether Ranni dan Mama Tri Prasetyawati yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, semangat dan juga doa yang terbaik kepada penulis.
3. Adik penulis Jean Paul Denata yang selalu memberikan semangat melalui setiap canda tawa yang diberikannya.
4. Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Dosen pembimbing penulis, Ibu Purwani Retno yang selalu meluangkan waktu untuk membantu, membimbing, dan memberi semangat pada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Keluarga penulis di Sleman (Bude Wiwiek, Mba Pipit, Mas Niko, Mas Sidik, Dimas Axelio, Nathania Putri Sayaka) yang banyak memberikan pelajaran tentang kehidupan selama di perantauan.
7. Keluarga penulis di Taman Siswa (Om Supri, Tante Maria, Kak Dhita, Kak Devia) yang membimbing dan memberi arahan selama di perantauan.

8. Sahabat penulis dari Golongan Kami (Abiel, Mathew, Vincent, Erika, Ayu, Donna, Malicha, Vio, Aurel, dan Ange) yang senantiasa memberikan semangat dan nasihat yang baik serta menjadi rekan seperjuangan di kampus tercinta.
9. Sahabat penulis dari Amities (Dani, Jhonson, Eva, Yoan, Ester, dan Kezya) yang senantiasa memberikan semangat lewat media *virtual* karena terpisah oleh jarak.
10. Sahabat penulis dan pasangannya (Wahyuni & Boy), juga rekan rekan penulis (Thasbel, Welay, Lenay, Ka San, Ka Meg) yang sudah memberikan semangat dan arahan terkait penulisan skripsi sehingga dapat selesai dengan baik.
11. Sahabat penulis dari tongkrongan Shitheax (Adhit, Mekel, Prads, Ece, Marwan, Alt+tab, Ejra, Benedict, Arsad, Buluk, Barin) yang sebenarnya tidak memberikan kontribusi dalam pengerjaan namun mereka tetap sahabat terbaik penulis.
12. Sahabat-sahabat ERM (Erika Cyltania & Pande Rahayu) yang selalu menemani, memberikan support, dan dorongan selama 24/7 ketika mengerjakan skripsi.
13. Kak Winda Eprilia selaku kakak penulis di kota Yogyakarta yang memberikan dukungan moril dan semangat dalam pengerjaan skripsi.
14. Seluruh teman-teman seperjuangan penulis di Yogyakarta dan Duta Wacana yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Barisan para mantan dan semua yang pergi tanpa sempat aku miliki.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis E-Service Quality Sebagai Penentu Kepuasan Konsumen: Pembahasan Pada Virtual Event Webinar**” ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam menjalankan dan menyelesaikan penulisan skripsi, penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat berterimakasih karena telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Purwani Retno A, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam mengolah data dan mengerjakan SPSS untuk mendukung menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Papa dan Mama penulis yang telah memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, pengorbanan, bimbingan serta doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh sukacita dan tanggung jawab.

6. Adik penulis yang selalu memberikan semangat bagi penulis.
7. Seluruh pihak dan rekan seperjuangan yang telah banyak memberi dukungan dan membantu dalam skripsi ini yang tidak dapat disebutkan seluruhnya.

Yogyakarta, 16 Juli 2021



Penulis

Genesis Ivan Ranni

©UKDIN

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kontribusi Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	5
<b>BAB 2</b> .....	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2. Penelitian Terdahulu .....	13
2.3 Kerangka Penelitian .....	15
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	16
<b>BAB 3</b> .....	<b>23</b>
<b>METODA PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.1.1 Survei.....	23
3.2 Sumber Data.....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.4 Populasi dan Sampel .....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Sampel.....	25

3.5	Metode Pengukuran Variabel.....	25
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.7.1	Uji Validitas .....	31
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.7.3	Analisis Deskriptif.....	33
3.8	Pengujian Hipotesis.....	33
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3.8.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
3.8.3	Uji Statistik F .....	35
3.8.4	Uji Parsial (Uji t).....	35
<b>BAB 4</b>	<b>.....</b>	<b>37</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>37</b>
4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	38
4.1.1.	Hasil Uji Validitas.....	38
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.2	Hasil Analisis Deskriptif .....	43
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.2.5.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Selama 1 Bulan.....	46
4.2.6.	Profil Responden Berdasarkan <i>Event Virtual</i> Yang Pernah Di Ikuti.....	47
4.3	Pengujian Statistik.....	48
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
4.3.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
4.3.3	Uji Signifikasi Secara Pengaruh Simultan (Uji F) .....	53
4.3.4	Uji Signifikasi Pengaruh Secara Parsial (Uji t).....	55
4.4	Pembahasan Hasil .....	58
4.4.1	Pengaruh <i>reliability</i> terhadap Kepuasan Konsumen <i>Virtual Event</i> Webinar .....	59
4.4.2	Pengaruh <i>responsiveness</i> terhadap Kepuasan Konsumen <i>Virtual Event</i> Webinar ..	60
4.4.3	Pengaruh <i>Privacy/security</i> terhadap Kepuasan Konsumen <i>Virtual Event</i> Webinar	61
4.4.4	Pengaruh <i>information quality/benefit</i> terhadap Kepuasan Konsumen <i>Virtual Event</i> Webinar .....	62
4.4.5	Pengaruh <i>ease of use</i> terhadap Kepuasan Konsumen <i>Virtual Event</i> Webinar .....	62
<b>BAB 5</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>

5.1	Kesimpulan.....	64
5.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden.....	64
5.1.2	Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
5.1.3	Hasil Analisis Uji F.....	65
5.1.4	Hasil Analisis Uji t .....	65
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3	Saran.....	67
5.3.1	Saran berdasarkan hasil penelitian bagi penyelenggara <i>virtual event</i> webinar..	67
5.3.2	Saran untuk penelitian selanjutnya .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>76</b>

©UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Skala Likert .....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Reliability</i> .....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Responsiveness</i> .....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Privacy/Security</i> .....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Quality/Benefit</i> .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Ease Of Use</i> .....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	42
Tabel 4.9 Proporsi Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.10 Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.11 Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	44
Tabel 4.12 Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.13 Proporsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Selama 1 Bulan .....	46
Tabel 4.14 Proporsi Responden Yang Pernah Mengikuti Webinar .....	47
Tabel 4.15 Proporsi Responden Yang Pernah Mengikuti Pelatihan Virtual .....	47
Tabel 4.16 Proporsi Responden Yang Pernah Mengikuti Hiburan/ <i>Entertainment</i> (Konser, pentas seni, kompetisi, dll).....	47
Tabel 4.17 Analisis Regresi Berganda .....	49
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	54
Tabel 4.20 Hasil Uji T .....	55
Tabel 4.21 Hasil Penelitian .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	16

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	76
LAMPIRAN 2 DATA REKAP RESPONDEN .....	80
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SPSS .....	93
LAMPIRAN 4 HASIL KUESIONER GOOGLE FORM .....	104
LAMPIRAN 5 KARTU KONSULTASI .....	112
LAMPIRAN 6 LEMBAR REVISI UJIAN .....	114
LAMPIRAN 7 FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI .....	115
LAMPIRAN 8 LEMBAR PERSETUJUAN .....	116
LAMPIRAN 9 HASIL TURNITIN .....	117

©UKYDWN

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel – variabel *e-service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality*, dan *ease of use* terhadap kepuasan konsumen *virtual event* webinar. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang digunakan sebanyak 100 (seratus) responden yang pernah mengikuti *virtual event* webinar pada semua golongan usia, gender, pendidikan, pekerjaan, pengeluaran, dan *event virtual* yang pernah diikuti. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner *google form* kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linear berganda, koefisien determinasi, uji f, dan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *reliability*, *information quality/benefit*, dan *ease of use* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, dan kedua variabel lainnya yaitu *responsiveness*, *privacy/security* terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) penelitian ini sebesar 0,644 yang berarti variabel independen yaitu *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality*, dan *ease of use* mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 64%. Sedangkan sisanya 36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

*Kata Kunci: reliability, responsiveness, privacy/security, information quality, ease of use, dan kepuasan konsumen*

## **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim of knowing the effect of the e-service quality variables, namely reliability, responsiveness, privacy/security, information quality, and ease of use on customers satisfaction in virtual webinar events. This research was conducted using a quantitative approach, the sample used was 100 (one hundred) respondents who had participated in virtual webinar events in all age groups, gender, education, occupation, expenses, and virtual events they had participated in. Data collection method using google form questionnaire and then analyzed descriptively, multiple linear analysis, coefficient of determination, f test, and t test. The results of the analysis show that the three independent variables, namely reliability, information quality/benefit, and ease of use, have a significant effect on the dependent variable, namely customers satisfaction, and the other two variables, namely responsiveness, privacy/security, have no significant effect on the dependent variable, namely customers satisfaction. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) in this study is 0.644, which means that the independent variables, namely reliability, responsiveness, privacy/security, information quality, and ease of use, affect the dependent variable, namely customers satisfaction by 64%. While the remaining 36% is influenced by other variables not examined.*

*Keywords: reliability, responsiveness, privacy/security, information quality, ease of use, and customers satisfaction.*

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Virus Corona (COVID-19) merupakan sebuah wabah berupa virus yang dapat menyebar dan menginfeksi jutaan orang di dunia. Virus COVID-19 kini telah melanda ke seluruh dunia, Di Indonesia sendiri kasus pertama terjadi pada 2 Maret tahun 2020 hingga penyebarannya terus bertumbuh sampai saat ini. Merebaknya penyebaran virus COVID-19 memaksa pemerintah untuk membuat berbagai kebijakan baru dengan tujuan untuk mencegah peningkatan angka infeksi virus ini. Dalam menangani virus ini, Pemerintah membuat sebuah kebijakan baru melalui surat edaran Kemendikbud Nomor 1 Tahun 2020 terkait dengan pencegahan angka penyebaran *Corona Virus Disiase* di Perguruan Tinggi. Berdasarkan surat edaran yang telah beredar, pihak Kemendikbud menghimbau bagi seluruh perguruan tinggi untuk dapat menyelenggarakan pembelajaran jarak jauh di rumah masing-masing melalui berbagai *platform online* yang tersedia. (Dikti Kemendikbud, 2020)

Terkait dengan meluasnya pandemi COVID-19 dan kebijakan pembelajaran jarak jauh yang Pemerintah telah tetapkan, dunia pendidikan di Indonesia dituntut untuk beradaptasi dengan setiap perubahan yang ada khususnya dengan penggunaan teknologi sebagai media dalam kegiatan belajar mengajar. Di era pembelajaran secara daring ini, kegiatan pembelajaran *online* dapat diakses kapanpun, dimanapun, dan dalam bentuk apapun, salah satunya melalui *virtual event website* seminar (webinar) yang diselenggarakan berbagai pihak baik perguruan tinggi maupun lembaga umum. Mengacu pada pendapat dari Mansyur, et al. (2019) tentang webinar, pengertian webinar merupakan suatu seminar, pengajaran ataupun *workshop* yang dilakukan

secara *virtual*, dan penerapannya dengan sistem tatap muka secara *virtual* yang akan disampaikan melalui suatu media *online* dan bisa dihadiri oleh banyak peserta yang berada dimanapun mereka berada, dalam kegiatan webinar peserta dapat berinteraksi melalui video ataupun *text (chat)*. Besarnya dampak webinar sebagai media pembelajaran saat ini tidak lepas dari tingkat kepuasan konsumennya yang tidak lain adalah pelajar, mahasiswa maupun masyarakat umum. Selain informasi penting yang diberikan kepada para konsumennya, banyak dari pihak penyelenggara webinar di Indonesia memberikan penawaran-penawaran menarik demi menunjang tingkat kepuasan konsumennya salah satunya melalui *e-service quality* (Kualitas layanan elektrik/*online*).

Kualitas layanan elektrik/*online* adalah sebuah komponen yang penting didalam meningkatkan pemasaran *virtual event* webinar dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Hoffman (2011) mendefinisikan *e-service quality* sebagai suatu jasa *virtual* atau dapat dikatakan pelayanan *online* yang disambungkan melalui jaringan internet, dan dapat membantu dalam menyelesaikan masalah, transaksi, maupun tugas. Sedangkan mengacu pada pendapat Zeithaml (2009) tentang kualitas layanan elektronik, pengertian kualitas elektronik adalah alat pengukur untuk mengukur sejauh mana sebuah *web* atau situs dapat memfasilitasi perbelanjaan dalam pembelian dan pengiriiman sebuah produk dan layanan yang efektif dan efisien. *E-Service quality* dapat digunakan perseorangan maupun dalam skala perusahaan, juga layanan lainnya mampu dijangkau dengan jaringan yaang jauh lebih besar dibandingkan dengan layanan konvensional.

Layanan *virtual* dengan kualitas yang tepat akan lebih memberikan sebuah dampak yang positif kepada konsumen, maka dalam meningkatkan kepuasan dan nilai

jual sebuah *virtual event*, setiap penyelenggara webinar dituntut untuk memberikan layanan dengan kualitas yang baik melalui dimensi *e-service quality*. Beberapa dimensi yang terdapat pada kualitas layanan elektronik/*online* seperti *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality/benefit*, *ease of use*, *web design* dapat menjadi penentu kepuasan dari konsumen pengguna jasa *virtual event* webinar, namun dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus terhadap materi dan teknis pelaksanaan *virtual event* webinar, sehingga variabel yang digunakan adalah *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality/benefit*, dan *ease of use*.

Selain *e-service quality*, kepuasan konsumen sebagai tolak ukur berkembangnya webinar merupakan unsur yang sangat penting dimana setiap komentar positif yang diberikan oleh konsumen akan menjadi pertimbangan program ini kedepannya dapat berlangsung dengan baik. Mengacu pada ungkapan Zeithaml and Bitner dalam Jasfar (2012) tentang kepuasan konsumen, pengertian kepuasan konsumen yaitu suatu perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap suatu layanan yang diterima dan menimbulkan harapan sebelum menggunakan jasa tersebut. Mengacu pada ungkapan Bachtiar (2011) tentang kepuasan konsumen, pengertian kepuasan konsumen yaitu ekspresi yang konsumen berikan secara positif terhadap suatu jasa maupun produk ketika maupun setelah menggunakan jasa atau produk tersebut. Bagi peneliti hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti, apakah dimensi dalam *e-service quality* dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada *virtual event* webinar.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti menguraikan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah variabel *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*?
2. Apakah variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*?
3. Apakah variabel *Privacy/Security* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*?
4. Apakah variabel *Information quality/benefit* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*?
5. Apakah variabel *Ease of use* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak peneliti capai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*.
2. Untuk menganalisa pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*.
3. Untuk menganalisa pengaruh *Privacy/security* terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*.
4. Untuk menganalisa pengaruh *Information quality/benefit* terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*.

5. Untuk menganalisa pengaruh *Ease of use* terhadap Kepuasan Konsumen *Virtual Event Webinar*.

#### **1.4 Kontribusi Penelitian**

Melalui penelitian ini peneliti berharap akan adanya kontribusi yang diambil dari penelitian penulis. Salah satunya memberikan kontribusi bagi berbagai pihak. Berikut beberapa rangkaian kontribusi dari penelitian ini :

##### **1. Bagi Penyelenggara *Virtual Event Webinar***

Peneliti mengharapkan untuk penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran, landasan dan dasar bagi pengembangan suatu *virtual event* khususnya webinar dalam lingkup kualitas *e-service quality* agar menambah eksistensi suatu jasa *event* kedepannya.

##### **2. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Sebagai suatu karya ilmiah, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi suatu acuan bagi ilmu pengetahuan dan akademisi dalam menumbuhkan suatu wawasan pada bidang *marketing*, terutama yang bersangkutan dengan kualitas jasa *virtual* guna mempertahankan kepuasan konsumen terhadap jasa webinar.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti melakukan batasan, yaitu :

1. Peneliti menggunakan dimensi dari *e-service quality* yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality/benefit*, dan *ease of use* sebagai penentu tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian ini.

2. Objek dalam penelitian ini hanya mencakup satu jenis *virtual event* yaitu *webinar*, sedangkan *virtual event* lainnya seperti pelatihan *virtual*, konser *virtual*, pentas seni *virtual*, dan kompetisi *virtual* tidak termasuk didalamnya.
3. Waktu penelitian ini hanya 4 bulan dimulai dari bulan februari hingga bulan juni, dan teknik penelitian yang peneliti gunakan sepenuhnya dilakukan secara *online*.

©UKDW

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

##### 5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Disimpulkan dari hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan usia mayoritas konsumen *virtual event* webinar berusia >20 -25 tahun berjumlah 40%.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan gender, yang paling banyak mengikuti *virtual event* webinar adalah pria berjumlah 51% dan wanita berjumlah 49%.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan pendidikan terakhir responden yang sering mengikuti *virtual event* webinar adalah responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 49%.
4. Mayoritas pekerjaan responden yang menggunakan layanan jasa *virtual event* webinar adalah pelajar/mahasiswa berjumlah 32%.
5. Menurut hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan pengeluaran selama 1 bulan responden yang sering mengikuti *virtual event* webinar adalah kelompok yang memiliki tingkat pengeluaran >Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 berjumlah 36%
6. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, responden yang pernah mengikuti *virtual event* berupa webinar berjumlah 100%, lalu responden yang pernah mengikuti *virtual event* berupa pelatihan *virtual* berjumlah 63%, dan terakhir responden yang pernah

mengikuti *virtual event* berupa hiburan/*entertainment* berjumlah 55%.

### 5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Melalui hasil uji analisis regresi koefisien determinasi, dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality/benefit*, *ease of use* memiliki pengaruh sebesar 64% terhadap variabel kepuasan konsumen *virtual event* webinar. Sedangkan 36% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti variabel *trust*, dan *experience*.

### 5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Berdasarkan hasil Uji F yang telah dibahas pada bab IV memiliki kesimpulan bahwa variabel *reliability*, *responsiveness*, *privacy/security*, *information quality/benefit*, *ease of use* memiliki nilai probabilitas 0,000 dan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen *virtual event* webinar.

### 5.1.4 Hasil Analisis Uji t

1. Disimpulkan melalui hasil uji parsial, maka dapat disimpulkan variabel *reliability*, dengan pembanding nilai signifikan dengan taraf signifikansi, maka peneliti menyimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang memiliki arti koefisien regresi dalam variabel *reliability* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *virtual event* webinar karena memiliki nilai probabilitas sebesar 0,011.
2. Disimpulkan melalui hasil uji parsial, dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness*, dengan pembanding nilai signifikan dengan

taraf signifikansi, maka peneliti menyimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya koefisien regresi pada variabel *responsiveness* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *virtual event* webinar karena memiliki nilai probabilitas sebesar 0,143.

3. Disimpulkan melalui hasil uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *privacy/security*, dengan pembandingan nilai signifikan dengan taraf signifikansi, maka peneliti menyimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya koefisien regresi pada variabel *privacy/security* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *virtual event* webinar karena memiliki nilai probabilitas sebesar 0,148.
4. Disimpulkan melalui hasil uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *information quality*, dengan pembandingan nilai signifikan dengan taraf signifikansi, maka peneliti menyimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang memiliki arti koefisien regresi dalam variabel *information quality* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *virtual event* webinar karena memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000.
5. Disimpulkan melalui hasil uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *ease of use*, dengan pembandingan nilai signifikan dengan taraf signifikansi, maka peneliti menyimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang memiliki arti koefisien regresi dalam variabel *ease of use* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen *virtual event* webinar karena memiliki nilai probabilitas sebesar 0,026.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Variabel penelitian yang diteliti terbatas pada *e-service quality* sementara banyak variabel-variabel lain yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini terbatas pada *virtual event* webinar, sehingga hasil penelitian ini tidak berlaku bagi *virtual event* lainnya.
3. Penelitian ini tidak membedakan antara *virtual event* webinar yang berbayar dan yang tidak berbayar, konsekuensi logisnya adalah penelitian ini tidak dapat membedakan kepuasan konsumen berdasarkan jenis webinar yang berbayar dan yang tidak berbayar.
4. Penelitian ini terbatas untuk 100 responden sedangkan cakupannya sangat luas.
5. Penelitian ini dilaksanakan dimasa pandemi dengan tanpa adanya komunikasi secara langsung dengan konsumen webinar, konsekuensi logisnya adalah, tidak mampu menggambarkan kepuasan konsumen akan kualitas layanan *online* secara lebih akurat.

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Saran berdasarkan hasil penelitian bagi penyelenggara *virtual event* webinar

Menurut hasil uji analisis regresi linear yang dilakukan pada penelitian mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan

konsumen *virtual event* webinar, maka peneliti akan memberikan saran bagi penyelenggara *virtual event* webinar adalah sebagai berikut :

1. Dengan keandalan yang baik dari setiap penyelenggara webinar, maka diharapkan untuk setiap penyelenggara mempertahankan hal tersebut. Melihat situasi dan kondisi dimasa pandemi saat ini yang memungkinkan untuk seminar terus dilakukan secara virtual membuat penyelenggara *virtual event* webinar harus lebih memberikan pelayanan yang baik, tepat waktu, dan kepastian layanan pada suatu webinar juga terealisasi dengan baik agar kepuasan konsumen terhadap keandalan dari penyelenggara *virtual event* webinar terus meningkat.
2. Ketanggapan atau *responsiveness* dari penyelenggara *virtual event* webinar merupakan hal yang harus diperhatikan dan tentunya tidak boleh luput dalam pelaksanaan webinar demi meningkatkan kepuasan konsumen, meskipun dalam penelitian ini ketanggapan tidak memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini disarankan demi kepuasan dan kenyamanan konsumen dalam mengikuti pelaksanaan *virtual event* webinar.
3. Privasi dan keamanan pada layanan yang diberikan kepada konsumen *virtual event* webinar tentunya tetap harus menjadi hal yang diperhatikan dalam setiap pelaksanaan webinar yang tentunya demi rasa aman yang didapatkan oleh konsumen, meskipun dalam penelitian ini privasi dan keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini disarankan demi

kepuasan dan rasa aman konsumen dalam mengikuti pelaksanaan *virtual event* webinar.

4. Memberikan informasi maupun materi yang berkualitas dan memiliki manfaat merupakan salah satu tugas utama yang penyelenggara webinar harus berikan kepada setiap konsumen *virtual event* webinar. Melalui hasil penelitian ini maka penyelenggara *virtual event* webinar dapat mempertahankan setiap kualitas materi atau informasi yang diberikan bagi konsumen atau bahkan terus mengembangkan ide terkait informasi yang dapat diberikan pada konsumen hingga lebih luas dan lebih baik lagi, agar kepuasan konsumen terhadap kualitas informasi yang diberikan dari penyelenggara *virtual event* webinar terus meningkat.
5. Dengan layanan yang mudah digunakan, materi yang mudah diingat dengan baik oleh peserta *virtual event* webinar, maka diharapkan untuk setiap penyelenggara mempertahankan hal tersebut agar kepuasan konsumen terhadap kemudahan penggunaan yang digunakan maupun diberikan dari penyelenggara *virtual event* webinar terus meningkat.

### **5.3.2 Saran untuk penelitian selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran bagi peneliti selanjutnya untuk dapat membantu dan melengkapi penelitian kedepannya menjadi lebih baik, yakni :

1. Pada penelitian mendatang, penelitian ini khususnya pada hasil dapat menjadi acuan sebagai gambaran dan pembandingan bagi penelitian selanjutnya, namun peneliti mengharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisis menggunakan variabel lain dan masih belum terjangkau untuk diteliti yang akan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen suatu perusahaan produk maupun jasa.
2. Pada penelitian mendatang, peneliti mengharapkan peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan variabel, dimensi maupun indikator lain diluar variabel *e-service quality* seperti *e-trust*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*, dan variabel lain yang memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen suatu jasa *virtual event*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albarq, N. A. 2013. "Applying a SERVQUAL Model to Measure the Impact of Service Quality on Customer Loyalty among Local Saudi Banks in Riyadh." *American Journal of Industrial and Business Management* 3, 700- 707.
- Anggara, K. 2012. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)." *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bachtiar. 2011. "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo." *Dinamika Sosial Ekonomi* Vol 7 No. 1.
- Bateson, J. E. G., & Hoffman, K. D. 2011. *Services Marketing*. Sydney: South-Western Cengage Learnin.
- Bawono, A. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Press.
- Chase, R and Jacobs, R. 2014. *Operation and Supply Chain Management* . New York: Mc Graw Hill. .
- Chung, KH. and Ji. Shin. 2010. "The Antecedents and Consequents of Relationship Quality in Internet Shopping." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 22 (4). 473-491.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. 2000. "Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments." *Journal of Retailing* 76(2), 193–218.
- Delone, William H. dan Ephraim R. Mclean. 2003. "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update." *Journal of Management Information Systems / Spring 2003* Vol. 19, No. 4.
- Flavia'n, C. and M. Guinali'u. 2006. "Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site." *Industrial Management & Data Systems* 106 (5). 601-620.

- Freddy, R. 2002. *Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga)*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, Palak, and Dr. Akshat Dubey. (2016). n.d. "E-Commerce- Study of Privacy, Trust and Security from Consumer's Perspective." 5 (6).
- Hasan. 2006. "Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 1, No. 1, 2006, 1 – 14.
- Istiana, P. 2011. "Evaluasi Usability Situs Website Perpustakaan Universitas Gadjah Mada." *Artikel (Universitas Gadjah Mada)*.
- Jasfar. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jin, B. and JY. Park. 2006. "The Moderating Effect of Online Purchase Experience on the Evaluation of Online Store Attributes and the Subsequent Impact on Market Response Outcomes." *Advances in Consumer Research* 33. 203-211.
- Juran, J. M., & Godfrey, A. B. 1998. *Juran's Quality Handbook*. New York: McGrawHill.
- Kotler, K. 2008. *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 dan 2)*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. dan A. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan Nugroho, Anif dan Puspita Kencana Sari. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual

4.0." *Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.*

- Linardi, R. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI\_Watch." *AGORA* Volume 7. No : 1.
- Mansyur, A. I., Purnamasari, R., & Kusuma, R. M. 2019. "Webinar Sebagai Media Bimbingan Klasikal Sekolah Untuk Pendidikan Seksual Berbasis Online (Meta Analisis Pedagogi Online)." *URNAL SULO: Jurnal Bimbingan Konseling FKIP Unsyiah* 4(1).
- Maulana, R., & Kurniawati, K. 2014. "Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Koren Denim." *Jurnal Manajemen Maranatha* 13(2).
- Nasution, M.N. 2014. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Graha ilmu.
- Nopriani. 2016. "engaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar Di Desa Suka Maju DK 4D)." *Skripsi Universitas Pasir Pengaraian Riau*.
- Nursalam. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan dalam Nursalam*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Parasuraman, A,V. 2001. *Delivering Quality Service (Diterjemahkan oleh Sutanto)*. New York: The Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. dan Malhorta, A. 2005. "E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality." *Journal of Service Research*, V01.7 No. 10: ppl-21.
- Pawirosumarto, S. 2016. "Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna sistem e-learning." *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen* 6(3), 152864.
- Pearson, A., Tadisina, S., Griffin, C. 2012. "The Role Of E-Service Quality And Information Quality In Creating Website Loyalty." *Southern Illinois University, Department of Management*.

- Rahayu, Evita. 2018. *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee)*. Jakarta.
- Rivai, K. A. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 10(1): 204-225.
- Riyadi, M. 2020. "PENGARUH KUALITAS SITUS WEB DALAM MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Empiris Pada Lazada, Shopee. co. id dan Bukalapak." *Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Rizan, P. & Kresnamurti. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Terhadap Pengguna Laptop Merek Toshiba dan Pengguna Laptop Merek Acer)." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 5(1).
- Setyarko, Y. 2016. "Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online." *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 5(2), 128-147.
- Singarimbun. 1982. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar." *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1(4), 473-488.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhastomo, R., & Khasanah, I. 2015. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening." *Diponegoro Journal Of Management* 4(3), 1– 10.
- Sunyoto, H. 2004. *Jaminan Kualitas Pelayanan Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasa*. Jakarta.

- Teresia. 2018. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.
- Tika, Moh Pabundu. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. 2009. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- . 2008. *Service Management, Mewujudkan Pelayanan Prima (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- . 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tobagus, A. 2018. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia." *AGORA* 6(1), 1-10.
- Widjoyo, I. O. 2013. "Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 1(1).
- Yumarlina M, Z. 2016. "Evaluasi Penggunaan Website Universitas Janabadra Dengan Menggunakan Metode Usability Testing." *Jurnal Informasi Interaktif* Vol. 1 No.1.
- Zeithaml, V, A. 2000. *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.
- Zeithaml, V.A. Bitner, M, J. & Gremler, D, D. 2009. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, International Edition. 3th Editon*. New York: Mc Graw Hill Companies. Inc.

**Website :**

- M.Ramdan, Asep. 2008 . *Hubungan Kualitas Jasa dan kepuasan Konsumen*. Oktober 22.  
Accessed Maret 06, 2021. <http://asep-m-ramdan.blogspot.com>.
- Kemendikbud. 2020 . *Surat Edaran Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disiase Covid 19 Di Perguruan Tinggi Kementerian*. April 21.  
Accessed Maret 03, 2021. <http://lldikti3.kemdikbud.go.id>.