BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajiam Pustaka

Pada bab ini menjelaskan beberapa konsep dan dasar teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas sebagai dasar pemahaman mengimplemetasikan konsep-konsep tersebut kedalam semua kegiatan pengembangan sistem.

2.1.1. Sistem Informasi Akademik

Sistem Informasi Akademik merupakan sistem yang mengolah data dan melakukan proses kegiatan akademi yang melibatkan antara mahasiswa, dosen, administrasi akademik, keuangan dan data atribut lainnya (Wardana, 2010 : 10). Sistem informasi Akademik melakukan kegiatan proses administrasi mahasiswa dalam melakukan kegiatan administrasi akademik, melakukan proses pada transaksi belajar mengajar antara dosen dan mahasiswa, melakukan proses administrasi akademi baik yang menyangkut kelengkapan dokumen dan biaya yang muncul pada kegiatan registrasi ataupun kegiatan operasional harian administrasi akademik.

2.1.1.1. Pengertian Sistem

Dalam suatu perusahaan atau lembaga sistem sangatlah dibutuhkan, karena sistem dapat menunjang terhadap kinerja perusahaan atau lembaga, baik yang berskala kecil maupun besar. Supaya dapat berjalan dengan baik diperlukan kerjasama diantara unsur-unsur yang terkait dalam sistem tersebut.

Ada berbagai pendapat yang mendefinisikan pengertian sistem, seperti dibawah ini :

Menurut Jogiyanto “Suatu sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu”. (Jogiyanto, 2005 : 1).

Masih menurut Jogiyanto “Sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu”. (Jogiyanto, 2005 : 2).

2.1.1.2. Karakteristik Sistem

1. Memiliki Komponen

   Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, bekerja sama membentuk satu kesatuan. Komponen-komponen sistem dapat berupa suatu subsistem atau bagian-bagian dari sistem. Setiap sistem tidak perduli betapapun kecilnya, selalu mengandung komponen-komponen atau subsistem-subsistem. Setiap subsistem mempunyai sifat-sifat dari sistem untuk menjalankan suatu fungsi tertentu dan mempengaruhi proses sistem secara keseluruhan.

2. Batas Sistem *(Boundary)*

   Batas sistem merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya. Batas sistem ini memungkinkan suatu sistem dipandang sebagai suatu kesatuan. Batas suatu sistem menunjukkan ruang lingkup *(scope)* dari sistem tersebut.

3. Lingkungan Luar Sistem *(Environment)*

Adalah apapun di luar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem. Lingkungan luar sistem dapat bersifat menguntungkan dan juga dapat merugikan sistem. Lingkungan luar yang menguntungkan merupakan energi dari sistem dan demikian harus tetap dijaga dan dipelihara. Sedangkan yang lingkungan luar sistem yang merugikan harus ditahan dan dikendalikan kalau tidak akan mengganggu kelangsungan hidup dari sistem.

4. Penghubung Sistem *(Interface)*

Merupakan media penghubung antara satu subsistem dengan subsistem yang lainnya. Melalui penghubung ini memungkinkan sumber – sumber daya mengalir dari suatu subsistem ke subsistem yang lainnya.

5. Masukan Sistem *(Input)*

Merupakan energi yang dimasukkan ke dalam sistem. Masukan dapat berupa masukan perawatan *(maintenance input)* dan masukan sinyal *(signal input).* Maintenance input adalah energi yang dimasukkan supaya sistem tersebut dapat beroperasi. Signal input adalah energi yang diproses untuk didapatkan keluaran.

6. Keluaran Sistem *(Output)*

Merupakan hasil dari energi yang diolah oleh sistem dan diklarifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan.

7. Pengolah Sistem *(Process)*

Merupakan bagian yang memproses masukan untuk menjadi keluaran yang diinginkan.

8. Sasaran Sistem

Jika sistem tidak mempunyai sasaran, maka operasi sistem tidak akan ada gunanya. Sasaran dari sistem sangat menentukan sekali masukan yang dibutuhkan sistem dan keluaran yang akan dihasilkan sistem.

2.1.1.3. Pengertian Informasi

Menurut Jogiyanto "Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya". (Jogiyanto,2005:8).

Pengertian Informasi selalu dikaitkan dengan data, namun arti dari masing-masing kata dalam pengertian tersebut berbeda. Keberadaan suatu data sangat menunjang terhadap informasi, karena data merupakan bahan mentah yang diperlukan untuk mengambil keputusan.

Kualitas Informasi tergantung pada 3 hal, yaitu informasi harus :

1. Akurat, berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan masudnya. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan *(noise)*
2. Tetap pada waktunya, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat.
3. Relevan, berarti informasi tersebut menpunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda.

Nilai Informasi ditentukan dari dua hal, yaitu :

1. Manfaat dan biaya mendapatkannya. Suatu informasi dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya.
2. Pengukuran nilai informasi biasanya dihubungkan dengan analisis *cost effectiveness* atau *cost benefit.*

2.1.1.4. Pengertian Sistem Informasi

Suatu sistem terintegrasi yang mampu menyediakan informasi yang bermanfaat bagi penggunanya, atau sebuah sistem terintegrasi atau sistem manusia-mesin, untuk menyediakan informasi untuk mendukung operasi, manajemen dalam suatu organisasi. Sistem ini memanfaatkan perangkat keras dan perangkat lunak komputer, prosedur manual, model manajemen dan basis data.

Menurut Jogiyanto ”Sistem Informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan”. (Jogiyanto, 2005 : 11).

Menurut Christense dan Smith (1991) dalam Jurnal Mochamad Wahyudi ada lima belas dimensi yang dipergunakan untuk dijadikan standard untuk mengukur kinerja sistem *(system performance)* yang perlu dimasukan oleh para spesialis informasi dalam hal rancangannya. Adapun kelima belas dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

[1] Akurat, [2] *Output* terpercaya, [3] Bekerja sesuai spesifikasinya, [4] Mudah bagi pemakai *(user friendly),* [5] Relevan, [6]. Waktu respon yang cepat,

[7] Memenuhi semua kebutuhan Pemakai, [8] Tidak ada *downtime*, [9] Dikirim tepat waktu, [10] Memiliki dokumentasi pemakai, [11] Dapat diganti dengan cepat, [12] Dikirimkan sesuai anggaran, [13] Biaya operasi rendah, [14] Memiliki dokumentasi programmer, [15] Menggunakan teknologi baru.

2.1.1.5. Komponen Sistem Informasi

Menurut Andri Kristanto "Untuk mendukung lancarnya suatu sistem informasi dibutuhkan beberapa komponen yang fungsinya sangat vital didalam sistem informasi". (Andri Kristanto, 2008 : 13).

Komponen-komponen yang ada dalam sistem informasi meliputi beberapa blok, yaitu :

1. Blok Masukan *(Input)*

   Blok masukan ini mewakili data yang masuk kedalam sistem informasi. *Input* disini termasuk metode-metode dan media untuk menangkap data yang akan dimasukan, yang dapat berupa dokumen-dokumen dasar.

2. Blok Model

   Blok ini terdiri dari kombinasi prosedur, logika dan model matematika yang akan memanipulasi data input dan data yang tersimpan di basis data dengan cara yang sudah tertentu untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan.

3. Blok Keluaran (*Output*)

   Produk dari sistem informasi adalah keluaran yang merupakan informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkat manajemen serta semua pemakai sistem.

4. Blok Teknologi

   Teknologi merupakan alat yang digunakan untuk menerima masukan, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirimkan keluaran dan membantu pengendalian dari sistem secara keseluruhan. Teknologi terdiri dari 3 bagian utama, yaitu teknisi, perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*).

5. Blok Basis Data

   Basis data merupakan kumpulan data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, tersimpan diperangkat keras komputer, basis data diakses atau dimanipulasi dengan menggunakan paket perangkat lunak yang disebut database manajemen sistem (DBMS).

6. Blok Kendali

   Beberapa pengendalian perlu dirancang dan diterapkan untuk meyakinkan bahwa hal-hal yang dapat merusak sistem bisa dicegah ataupun bila - terlanjur terjadi kesalahan-kesalahan dapat langsung cepat diatasi.

2.1.1.6. Pengembangan Sistem

Menurut Jogiyanto pengembangan sistem dapat berarti “Menyusun suatu sistem yang baru untuk menggantikan sistem yang lam secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang telah ada. Sistem yang lama perlu diperbaiki atau diganti disebabkan karena beberapa hal.” (Jogiyanto, 2005 : 35). Yaitu sebagai berikut :

1. Adannya permasalahan-permasalahan *(problems)* yang timbul di sistem yang lama. Permasalahan itu dapat berupa :

a. Ketidakberesan

Ketidakberesan dalam sistem yang lama menyebabkan sistem yang lama tidak dapat beroperasi sesuai dengan yang diharapkan.

b. Pertumbuhan Organisasi

Pertumbuhan organisasi yang menyebabkan sistem yang baru sehingga yang lama sudah tidak dapat memenuhi Pertumbuhan organisasi diantaranya adalah kebutuhan informasi yang semakin luas. Karena adanya perubahan ini, maka menyebabkan sistem yang lama tidak efektif sehingga sistem yang lama sudah tidak dapat lagi memenuhi semua kebutuhan imformasi yang dibutuhkan manajemen.

2. Untuk meraih kesempatan-kesempatan *(Opportunities)*

Teknologi informasi telah berkembang dengan cepatnya. Perangkat keras komputer, perangkat lunak dan teknologi komunikasi telah begitu cepat berkembang. Organisasi mulai merasakan bahwa teknologi informasi ini perlu digunakan untuk meningkatkan penyediaan informasi sehingga dapat mendukung dalam proses pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh manajemen.

Kesempatan ini dapat berupa peluang – peluang pasar, pelayanan yang meningkat kepada langganan dan lain sebagainnya.

3. Adanya instruksi-instruksi *(Directives)*

Penyusunan sistem yang baru dapat juga terjadi karena adannya instruksi-instruksi dari atas pempinan ataupun dari luar organisasi, seperti misalnnya peraturan pemerintah.

Dengan dikembangkannya sistem yang baru ,maka diharapkan akan terjadi peningkatan-peningkatan, yaitu sebagai berikut :

a. *Performance* (Kinerja)

Peningkatan terhadap kinerja (hasil kerja) sistem yang baru sehingga menjadi lebih efektif. Kinerja dapat diukur dari :

1) *Throughput,* yaitu jumlah dari pekerjaan yang dapat dilakukan suatu saat tertentu.
2) *Response time*, yaitu rata-rata waktu yang tertunda diantara dua pekerjaan tersebut.

b. *Economy* (Ekonomis)

Peningkatan terhadap manfaat-manfaat atau keuntungan-keuntungan atau penurunan-penurunan biaya yang terjadi.

4. *Control* (Pengendalian)

Peningkatan terhadap pengendalian untuk mendeteksi dan memperbaiki kesalahan-kesalahan serta keuntungan-keuntungan yang akan terjadi.

5. *Effeciency* (Efisiensi)

Peningkatan terhadap efesiensi operasi,yaitu bagai mana sumber daya digunakan dengan pemborosan yang paling minimum.

6. *Service* (Pelayanan)

Peningkatan terhadap pelayanan yang diberikan oleh sistem.

2.1.1.7. Definisi Web

Secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web (WWW)* di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format *HTML (Hyper Text Markup Language)*, yang hampir selalu bisa diakses melalui *HTTP (Hypertext Transfer Protokol)*, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

2.1.1.8. Definisi Sistem Informasi Akademik Berbasis Web

Sistem informasi akademik merupakan aplikasi yang digunakan oleh SMP Negeri 1 Lembang dalam mengerjakan pekerjaan akademis guna mencapai tujuan adapun pengertian dari sistem informasi akademik akan dipaparkan sebagai berikut.

> Menurut (Jogiyanto 2003 : 8) : "Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem dalam suatu organisasi yang merupakan kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi, media, prosedur-prosedur dan pengendalian yang ditujukan untuk mendapatkan jalur komunikasi penting, memproses tipe transaksi rutin tertentu, memberi sinyal kepada manajemen dan yang lainnya terhadap kejadian-kejadian internal dan eksternal sebagai suatu dasar informasi untuk pengambilan keputusan."

Sedangkan pengertian dari akademi sendiri menurut kamus besar bahasa Indonesia edisi ke-2, akademi adalah :

“lembaga pendidikan tinggi kurang lebih tiga tahun lamanya yang mendidik tenaga profesi. Sedangkan akademik adalah proses yang mendidik tenaga profesi yang bersifat akademik.”

Jadi kesimpulannya, akademik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan yang praktis dan berkaitan secara langsung maupun tak langsung dengan lembaga ataupun instansi kependidikan baik formal maupun informal.

Sedangkan web memiliki arti secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web (WWW)* di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format *HTML (Hyper Text Markup Language)*, yang hampir selalu bisa diakses melalui *HTTP* (*Hypertext Transfer Protokol)*, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser.

Sistem informasi akademik berbasis web merupakan bagian dari pendidikan. Akademik adalah kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan proses pendidikan khususnya di lembaga-lembaga pendidikan yang sifatnya formal.

Dilihat dari beberapa pendapat para ahli Maka sistem informasi akademik adalah suatu sub-sub sistem yang saling terintegrasi yang memproses data-data akademis untuk menghasilkan suatu informasi akademik yang dibutuhkan oleh para pemakainya, Sofyan Iskandar (2011).

Dalam hal ini cakupan dari sistem informasi akademik sendiri bergantung dari kebutuhan masing-masing penggunanya.

A. Faktor yang Mempengaruhi Sistem Informasi Berbasis Web

Menurut Dr. Richard Schwier dalam *Evaluation Of Educational Web Sites* (2001) faktor-faktor yang mempengaruhi sistem informasi akademik berbasis web adalah:

a. *Audience*, terbagi menjadi dua kategori yaitu kategori yang berkaitan dengan proses belajar mengajar (siswa) dan pengguna lain yang memiliki kepentingan yang sama.
b. *Credibility*, kepercayaan pengguna dalam menggunakan website yang berguna untuk tujuan pendidikan.
c. *Objectivity*, konten yang ada dalam website haruslah bebas dari hal-hal yang berbau komersial, politik, rasis ataupun perbedaan jenis kelamin.
d. *Coverage*, memenuhi semua kriteria kebutuhan pengguna seperti kredibilitas, akurasi dan objektif.
e. *Currency*, informasi selalu update sesuai dengan text book atau bahan pembelajaran yang diberikan di ruang kelas/sekolah.
f. *Aesthetic or Visual Appeal*, komposisi website haruslah sesuai dengan nilai-nilai estetika agar menarik bagi penggunanya.
g. *Navigation*, pengguna dapat menggunakan seluruh website (konten) di dalamnya dengan leluasa.
h. *Accessibility*, mudah diakses oleh browser apapun.

2.1.2. Kepuasan

Secara umum, kepuasan pelanggan di tentukan oleh terpenuhi tidaknya harapan pelanggan. Definisi umum tersebut mengacu paradigma *expectacy-disconfirmation*. Berdasarkan paradigma ini, pelanggan membentuk harapan, harapan ini akan menjadi standar untuk menilai kinerja aktual suatu produk atau jasa. Jika apa yang diharapkan pelanggan terpenuhi, maka akan terjadi *confirmation*. Dengan kata lain, pelanggan puas. Sebaliknya, jika apa yang diharapkan pelanggan tidak terpenuhi maka akan terjadi *disconfimation.* Ada *disconfirmation* yang positif ada *disconfirmation* yang negatif. *Discorfirmation* positif terjadi jika suatu produk atau jasa dapat memenuhi kepbutuhan pelanggan melebihi apa yang diharapkan pelanggan. *Disconfirmation* negatif terjadi jika suatu produk atau jasa tidak dapat memenuhi harapan pelanggan. Confirmation dan Disconfirmation positif dapat membuat pelanggan puas, sedangkan *disconfirmation* negatif dapat menyebabkan pelanggan tidak puas. Oleh karena itu, Oliver (1996) seperti dikutip oleh Ruyter (1999 :323) dalam jurnal Licen Indahwati Darsono (2010) berpendapat bahwa *"Satifiaction is thus perceived to be a post-consumption evaluation or pleasureable level of consumption-related fulfilment."*

Menurut Kotler dan Armstrong(1996) dalam jurnal Trisno Musanto, produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

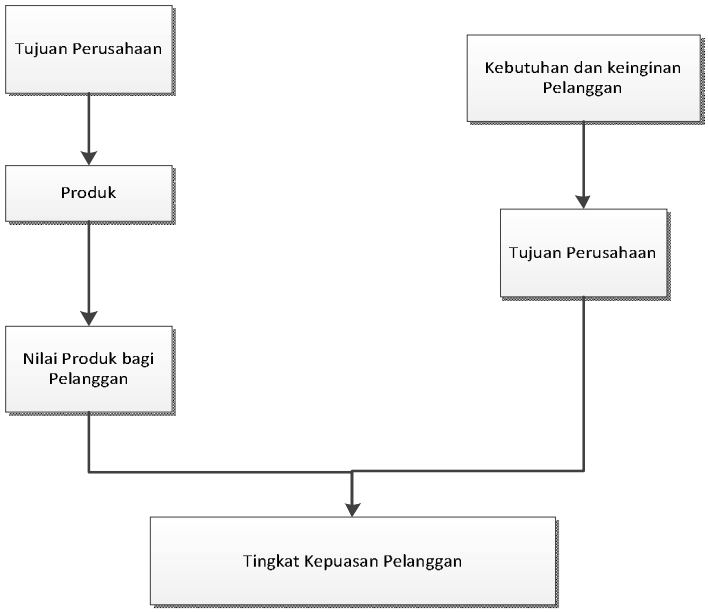
Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 1997). Dengan demikian, harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Menurut Tjiptono (1997:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan.

Badan usaha dapat mengetahui kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada badan usaha tersebut sehingga

dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Dari sini dapat diketahui pada saat pelanggan komplain. Hal ini merupakan peluang bagi badan usaha untuk dapat mengetahui kinerja dari badan usaha. Dengan adanya komplin tersebut badan usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan sehingga dapat memuaskan konsumen yang belum puas tadi. Biasanya konsumen mempunyai komitmen yang besar pada badan usaha yang menanggapi kompalin darinya.



Gambar 2.1.

Konsep kepuasan pelanggan

Sumber : Fandy Tjiptono (1997) dalam Jurnal Trisno Musanto (2006:126)

2.1.2.1. Definisi Kepuasan

Kepuasan pelanggan hanya dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diterima mereka. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia.

Beberapa pengertian kepuasan pelanggan (*customer satisfied*) dapat dilihat pada bagian berikut.

Dalam Jurnal Julita (2001), Tjiptono (2000) mengutip beberapa defenisi kepuasan pelanggan diantaranya:

1. Menurut Tse dan Wilton bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan pemakaiannya.
2. Menurut Wilkie kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
3. Menurut Engel, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan pelanggan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Jadi kepuasan konsumen/pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen /pelanggan . Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan.

Kepuasan pelenggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelenggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor

yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

2.1.2.2. Ukuran Kepuasan Pelanggan

Telah banyak dilakukan riset untuk menentukan kepuasan pelanggan, walaupun ini bukanlah suatu pekerjaan mudah, namun perusahaan harus melaksanakannya agar pelanggan selalu merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Menurut McCarthy & Perreault, Jr (1993) upaya untuk mengukur kepuasan pelanggan merupakan yang sukar, karena bergantung pada tingkat aspirasi dan harapan yang ada. Pelanggan yang kurang beruntung akan mengharap lebih banyak dari suatu perekonomian pada saat mereka melihat orang lain dengan standar hidup lebih baik. Selain tingkat aspirasi juga cenderung menaik dengan berulangnya keberhasilan dan menurun karena tidak berhasil.

Garvin, Peppard, dan Rowland yang dikutip oleh Tjiptono (2000) dalam Julita (2001) menyatakan faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk diantaranya:

1. Kinerja (*performance*): karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*): yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*): yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*): yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Serviceability: meliputi kecepatan, komptensi, kenyamana, mudah direperasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika: yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*): yaitu citra rasa dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya".

Selanjutnya dapat dilihat pula pernyataan Pasuraman seperti dikutip Tjiptono (2000) bahwa dalam mengevaluasi jasa umumnya pelanggan menggunakan beberapa atribut faktor berikut:

1. Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsibility*) yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. Jaminan (*assurances*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan.

5. Empati (*emphaty*): meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.1.3. Kepercayaan

Dalam jurnal Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) sangat penting untuk membangun dan membina hubungan jangka panjang menurut Rousseau et al.,1998 (yang dikutip oleh Akbar dan Parvez, 2009). Kepercayaan diyakini memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi komitmen (Morgan et al.,1994). Menurut Ganesan, S., 1994 kepercayaan (*trust*) dalam jurnal Ali Syafiq, Haryono dapat dibedakan kedalam dua jenis yaitu:

1. *Trust in partner's honesty* (Kepercayaan terhadap kejujuran mitra/perusahaan)
2. *Trust ini partner's benevolence* (Kepercayaan terhadap niat baik perusahaan)

Kepercayaan (trust) mahasiswa terhadap institusi perguruan tinggi juga berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Pada saat mahasiswa mempercayai institusi tersebut, mahasiswa akan menggantungkan dirinya pada institusi tersebut dan memiliki komitmen dalam hubungan tersebut.

2.1.3.1. Definisi Kepercayaan

Morgan dan Hunt (1994) dalam jurnal Licen Indahwati Darsono (2010) berpendapat bahwa ketika suatu pihak mempunyai keyakinan (*confidance)* bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada *trust*.

Dalam jurnal S. Pantja Djati(2004), Deutsch (1973) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan suatu pihak akan menemukan apa yang diinginkan dari pihak lain bukan apa yang ditakutkan dari pihak lain. Mayer, Davis dan Schoorman (*1995*) setuju bahwa kepercayaan adalah kemauan dari salah satu pihak untuk menjadi tidak berdaya (*vulnerable*) atas tindakan pihak lainnya. Sementara Barney dan Hansen (1994) berpendapat bahwa kepercayaan merupakan keyakinan mutual dari kedua pihak bahwa diantara keduanya tidak akan memanfaatkan kelemahan pihak lain. Costabile (1998) kepercayaan atau trust didefinisikan sebagai persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urut-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Brand trust akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Hess, 1995; Selnes 1998) dan loyalitas (Morgan dan Hunt, 1994).

Studi yang dilakukan oleh Ferrinadewi dan Djati (2004) memberi bukti empirik bahwa kepercayaan konsumen dalam bidang jasa dapat tercipta dari dimensi-dimensi manusia seperti ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan kehandalan (*reliability*). Dampaknya terhadap kesetiaan konsumenpun terbukti lebih besar ketika konsumen yang telah memiliki rasa percaya tersebut merasakan kepuasan.

Menurut Mukherjee dan Nath (2003) dalam Sri Maharsih (2006) kepercayaan dapat diukur melalui *technology orientation, reputation dan perceived risk.* Sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur kepercayaan adalah *technology orientation, reputation dan perceived risk.*

2.1.4. Keterkaitan antar Variabel Penelitian

Berdasarkan pemaparan teoritis dari penelitian terdahulu dan maka penulis menemukan keterkaitan anatar variabel yang di teliti sebagai berikut :

2.1.4.1. Hubungan antara SIA berbasis web dengan Kepuasan

Menurut Devi Fitrianah dan Yudho Giri Sucahyo. Sistem Informasi Akademik merupakan kebutuhan mutlak bagi pelayanan pendidikan terutama pada perguruan tinggi, sehingga dapat memberikan kemudahan dalam administrasi bagi perguruan tinggi yang menerapkannya. Dengan adanya Sistem Informasi Akademik dan Sistem Informasi lainnya di universitas XYZ, bukan hanya pelayanan terhadap mahasiswa yang menjadi lebih baik tetapi juga pelayanan untuk seluruh pihak terkait dengan proses akademik yang ada seperti staf pengajar, biro administarasi bahkan orangtua dan alumni.

Menurut Kotler dan Keller (2003: 138) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberi kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

2.1.4.2. Hubungan antara SIA dengan Kepercayaan

Sistem informasi akademik berbasis *web* adalah salah satu bentuk usaha dari pihak perguruan tinggi dalam meningkatan pelayanan terhadap *stakeholder*nya.

Lupioadi dan Hamdani (2006 : 182) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa meliputi (a) Keandalan (*Reliability),* (b) Berwujud (*Tangibles*), Daya Tanggaap (*Responsiveness*), (d) Keyakinan, jaminan dan kepastian kemampuan para pegawai institusi untuk dan (e) Empaty (*Empaty).*

Morgan dan Hunt (1994) dalam jurnal Licen Indahwati Darsono berpendapat bahwa ketika suatu pihak mempunyai keyakinan (*confidance)* bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada *trust*.

Lincen Indahwati Darsono (2010 : 45) Pada saat mahasiswa mempercayai institusi tersebut, mahasiswa akan menggatungkan dirinya pada institusi tersebut.

2.1.4.3. Hubungan antara Kepuasan dengan Kepercayaan

Menurut Lincen Indahwati Darsono (2010 : 45) Kepuasan (*Satisfaction*) pelanggan ditentukan oleh terpenuhi tidaknya harapan pelanggan *(expectancy disconfirmation).*

Moorman, Deshpande dan Zaltman (1993) mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan (*wilingness)* individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat pada pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidance)* kepada pihak lain tersebut.

Kepuasan di awali dari terpenuhinya harapan pelanggan, harapan yang terpenuhi akan membentuk kepercayaan (*trust*) pelanggan terhadap pihak tertentu, keduanya lahir akibat kualitas pelayan yang di berikan pihak universitas kepada pelanggan. Semakin baik kualitas pelayan akan semakin baik pula kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

2.1.4.4. Pengaruh SIA berbasis *web* terhadap Kepuasan dan Kepercayaan

Dengan adanya Sistem Informasi Akademik berbasis *web* dan Sistem Informasi lainnya di UNIKOM, bukan hanya pelayanan terhadap mahasiswa yang

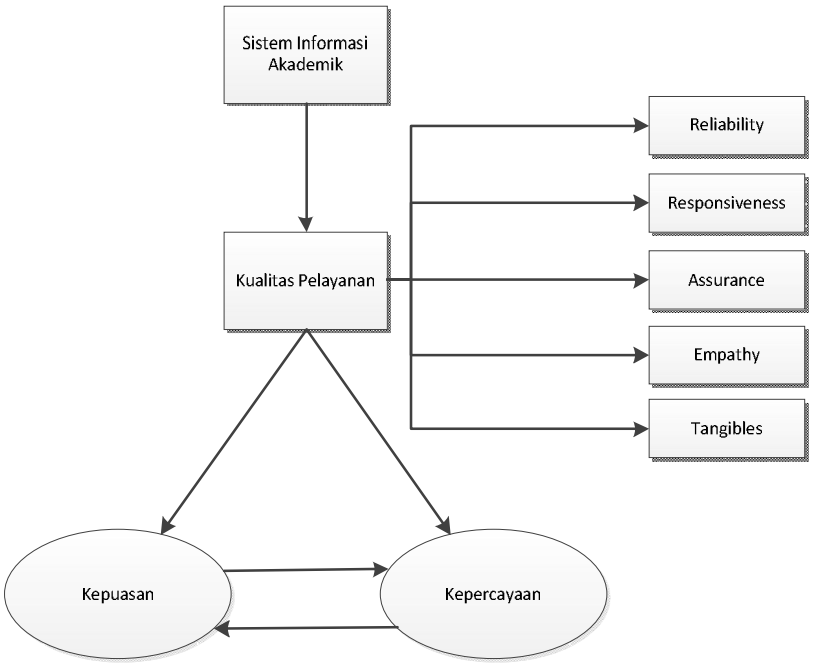
menjadi lebih baik tetapi juga pelayanan untuk seluruh pihak terkait dengan proses akademik yang ada seperti staf pengajar, biro administarasi bahkan orangtua dan alumni.

Seperti yang telah dibahas di atas Sistem Informasi Akademik berbasis *web* adalah suatu bentuk usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan di dunia pendidikan tinggi. Ketika kualitas pelayan yang di terima mahasiswa baik maka tingkat kepuasan dan kepercayaan mahasiswa akan meningkat terhap institusi pendidikan yang mereka jalani, hal ini juga berlaku sebaliknya ketika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka tingkat kepuasan dan kepercayaan mahasiswa akan menurun.

2.2. Kerangka Pemikiran

Sistem Informasi Akademik berbasis *web* sebagai salah satu bentuk usaha perguruan tinggi dalam usaha untuk meningkatkan kualitas pelayan terhadap para *stakeholder*nya khususnya mahasiswa sebagai konsumen utama dalam institusi pendidikan. Kualitas pelayanan menjadi penting dalam menigkatkan kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap perguruan tinggi tempat dimana mahasiswa tersebut berada.

Dalam penelitian yang penulis angkat dan menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu penulis melihat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perguruan tinggi (UNIKOM) kepada konsumen dari perspekti teknologi informasi yang diterapkan yaitu Sistem Informasi Akademik berbasis *web*.



Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran

2.3. Hipotesis penelitian

Menurut Uma Sekaran (2006:135) hipotesis bisa di definisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara 2 (dua) atau lebih variabel yang digunakan dalam bentuk pernyataan yang dapat di uji.

"Implementasi sistem informasi akdemik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan mahasiswa UNIKOM."