

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 E-Learning

E-Learning merupakan sebuah metode pembelajaran berbasis internet atau belajar online yang harus dijalani semua siswa-siswi hingga mahasiswa-mahasiswa di Indonesia bahkan seluruh wilayah didunia. Menurut Ameli (2020) Proses belajar berbasis e-learning siswa-siswi membutuhkan sarana dan prasarana yang mendukung agar pembelajaran dapat berlangsung dan memiliki kualitas pembelajaran yang lebih baik. Menurut Ichsan (2020) Elearning merupakan salah satu bentuk model pembelajaran yang difasilitasi dan didukung pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Jamal (2020) E-learning merupakan segala aktivitas belajar yang menggunakan bantuan teknologi elektronik, yang dapat diaplikasikan dalam pendidikan konvensional dan pendidikan jarak jauh. E-learning yang dilakukan jarak jauh tentu akan mengurangi frekuensi kontak baik antar peserta didik atau peserta didik dengan guru karena dapat dilakukan pada ruang dan waktu yang berbeda sehingga sosialisasi yang dilakukan juga akan berkurang.

Menurut Hasanah (2020) ada beberapa jenis *e-learning* adalah, sebagai berikut

- 1 Aplikasi Zoom meeting merupakan aplikasi komunikasi dengan menggunakan video. Aplikasi tersebut dapat digunakan dalam berbagai perangkat seluler, desktop, hingga telepon dan system ruang. Aplikasi ini menyediakan layanan video dengan kualitas tinggi (Hinght Definition) Sehingga memerlukan quota internet yang cukup besar
- 2 Google Meet merupakan layanan aplikasi video converence kelas premium yang dikembangkan oleh perusahaan internet terbesar (

Google). Aplikasi ini memiliki kualitas layanan yang cukup baik yang mampu menampung peserta teleconference hingga 250 orang bersamaan dalam grid di satu layar.

2.2 Kepuasan

Menurut Bahar (2017) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Menurut Ija (2019) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang, dan puas yang dirasakan setiap individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi. Menurut Fauziah (2018) Teori kepuasan adalah model yang menjelaskan terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen, yaitu merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian atau konsumsi dengan kinerja sesungguhnya yang diperoleh oleh konsumen. Menurut Isandary (2019) mengungkapkan bahwa konsumen online cenderung meningkatkan niat untuk menggunakan layanan online apabila mendapatkan layanan sesuai yang diharapkan. Tingginya kepuasan konsumen dalam mendapatkan layanan online mempunyai kecenderungan untuk berniat menggunakan layanan pembelajaran online.

Menurut Pardede (2017) kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk terpersepsi sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, merasa tidak puas apabila hasilnya tidak sesuai dengan harapan, ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan yaitu:

- 1 Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2 Kualitas layanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan layanan yang sesuai yang diharapkan terutama untuk industri jasa.

- 3 Emosional, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan.
- 4 Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.
- 5 Biaya, yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Indikator Kepuasan Konsumen Menurut Aulia (2017) menyatakan untuk mengukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi yaitu:

1. Kesesuaian harapan : yaitu jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan
2. Persepsi kinerja : yaitu hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
3. Penilaian pelanggan : yaitu dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.

2.3 Kualitas Layanan

Menurut Marlius (2020) Kualitas Pelayanan adalah hasil persepsi di benak pelanggan setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (perceived service). Menurut Suwarsito (2020) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Djimantoro (2020) kualitas layanan adalah suatu keunggulan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan mereka. Konsumen juga berharap mendapatkan layanan yang baik untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Amarin (2020) Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan suatu

sistem informasi, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna sistem informasi. Apabila pengguna sistem informasi merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan, maka pengguna sistem informasi akan terus menerus menggunakan sistem informasi tersebut.

Menurut Marlius (2020) ada beberapa indikator kualitas layanan yaitu,

- 1 Kegunaan (*usability*) yaitu analisa kualitatif yang menentukan seberapa mudah user menggunakan antarmuka suatu aplikasi.
- 2 Kualitas informasi (*information quality*) yaitu ke dalam sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka.
- 3 Kualitas interaksi (*interaction quality*) yaitu sebagai persepsi pelanggan dari cara dimana layanan ini disampaikan saat layanan diberikan. Interaction quality juga terkait dengan persepsi pelanggan dari interaksi dengan penyedia layanan (misalnya karyawan, staf,dll).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini berfungsi untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Berikut merupakan table penelitian terdahulu yang dianggap relevan dan dijadikan rujukan dari penelitian ini. Berikut ini Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.

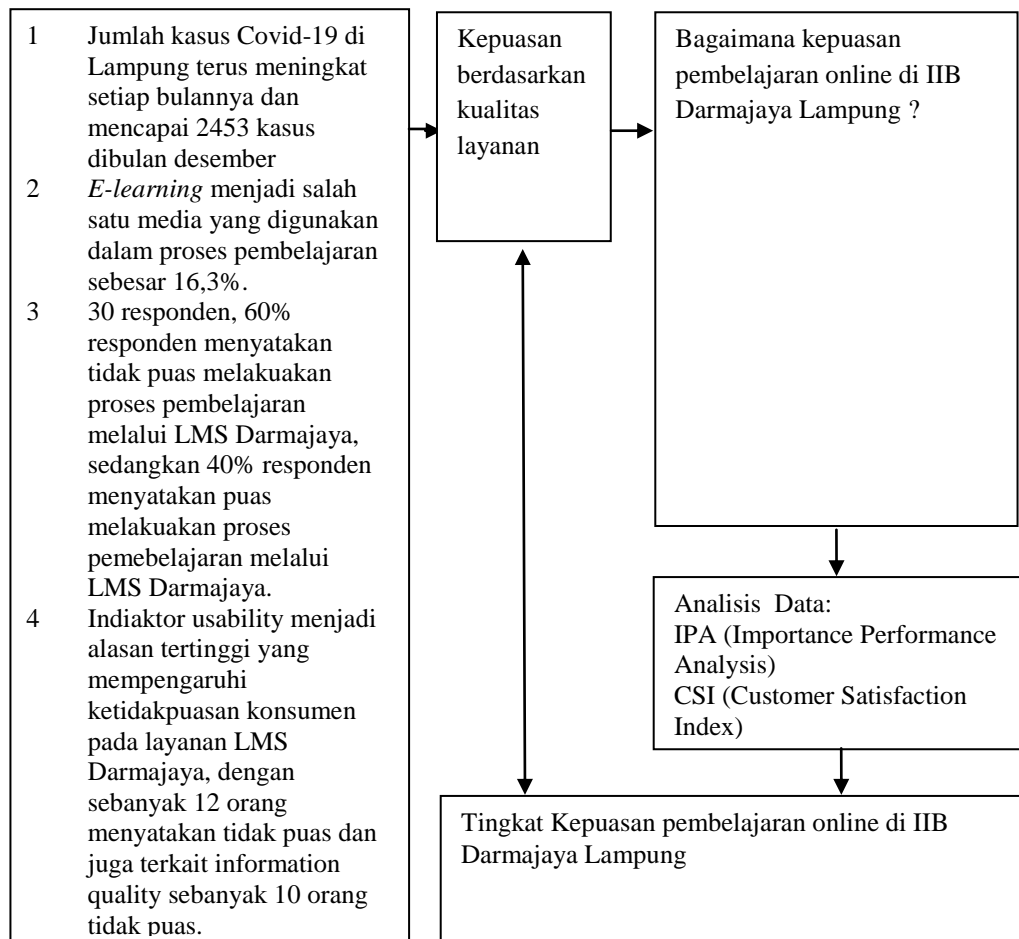
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil
1.	Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018, September)	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepuasan, diperoleh nilai untuk seluruh atribut jasa pada OIS Photography masuk ke dalam kategori puas
2.	Yusendra, A. E. (2016)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bengkel Pt. Sumber Trada Motor Bandar Lampung	IPA Dan CSI	Berdasarkan perhitungan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di PT Sumber Trada Motor Bandar Lampung cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan
3.	Dewi, S. K., Restuputri, D. P., & Sulaksmi, A. (2018, August)	Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil perhitungan berada dalam kategori Fair cukup.
4.	Chandra, T., & Novia, D. (2019)	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Optik "Jakarta" Pekanbaru	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen adalah kriteria "Sangat Puas"
5.	Putri, F., & Ikawangi, L. O. N. (2019)	Analisis kepuasan pasien BPJS rawat jalan dengan metode Servqual, CSI, dan IPA di klinik dr. M. Suherman	Servqual, IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil penelitian terhadap 99 pasien BPJS yang mendapatkan pelayanan rawat jalan di Klinik dr. M. Suherman

Sumber : Data Diolah, 2022

Kerangka Pikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting, Berikut ini Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Gambar 2.1
Kerangka Pikir