



Pengaruh Layanan Digital Dan Reputasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi SIAGA dan SIMANTAPS di Kantor Kejaksaan Negeri Banyuwangi

Katalenan Sekarmadie¹, Agustin Hari Prastyowati², Diana Dwi Astuti³

^{1,2,3} Institut Teknologi dan Sains Mandala

Jl. Sumatra No.118-120, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur

68121 tlp (0331) 334324

e-mail: katalenasekarmadie@gmail.com¹, agustin@itsm.ac.id², diana@itsm.ac.id³

ARTICLE INFO

Article history:

Received 11 Agustus 2025

Recived in revised form 15 September 2025

Accepted 22 September 2025

Available online 30 Oktober 2025

ABSTRACT

A paradigm shift in public services has occurred rapidly due to the advent of digital technologies, which has led to the creation of more efficient, transparent and user-oriented systems. The study aims to examine how the quality of e-services, reputation, trust in e-services and electronic word of mouth affect user satisfaction with technology-enabled public services. A quantitative approach using multiple linear regression analysis is used to confirm the validity of the model. This method includes validity, reliability and classical assumptions testing. The results show that all four independent variables have a positive effect on user satisfaction both in general and individually. The quality of service, which encompasses factors such as ease of access, speed, system availability, and data security, has been demonstrated to enhance satisfaction. On the other hand, positive feedback and trust in the integrity and competence of the institution strengthen the relationship with users. Electronic word of mouth is crucial to create positive perceptions and attract consumers to services. The results show that to increase user satisfaction and loyalty in digital government services, the integration of these four elements is a key strategy.

Keywords: *e-service quality, reputation, e-trust, e-WOM, satisfaction*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam penyelenggaraan layanan publik menuju sistem yang lebih efisien, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan terhadap layanan elektronik, dan e-WOM memengaruhi kepuasan pengguna terhadap layanan pemerintah berbasis teknologi. Metode kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk memastikan kelayakan model analisis. Selain itu, penelitian ini juga dilengkapi dengan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel

Received 11 Agustus, 2025; Revised 15 September, 2025; Accepted 22 September, 2025

independen memiliki pengaruh yang positif dan simultan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan elektronik, yang mencakup kemudahan akses, kecepatan layanan, ketersediaan sistem, dan keamanan data, terbukti mampu meningkatkan tingkat kepuasan. Reputasi yang baik serta kepercayaan terhadap integritas dan kompetensi lembaga turut memperkuat hubungan dengan pengguna. Sementara itu, e-WOM berperan penting dalam membentuk persepsi positif dan mendorong adopsi layanan publik berbasis teknologi. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi keempat faktor tersebut merupakan strategi kunci dalam meningkatkan kepuasan sekaligus membangun loyalitas pengguna layanan publik digital.

Kata Kunci: Kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan elektronik, rekomendasi elektronik, kepuasan pengguna

1. PENDAHULUAN

Pekembangan teknologi digital di era industri 4.0 telah mengubah cara penyampaian layanan publik, memaksa lembaga pemerintahan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan harapan masyarakat yang semakin melek digital dan memudahkan dalam pelayanan [1,2]. Tujuan dari meluasnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di instansi pemerintah adalah untuk menyederhanakan prosedur birokrasi. Selain itu, konsep e-government semakin populer. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat arus layanan, dan mendorong sistem tata kelola yang transparan, akuntabel, dan efisien yang berfokus pada pelayanan publik [2]. Inisiatif e-government dipandang sebagai respons strategis terhadap tuntutan pelayanan publik yang sederhana dan efisien [3, 4]. Kepuasan pengguna layanan pemerintah menunjukkan seberapa baik layanan tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan publik [5].

Studi-studi terbaru telah mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam layanan publik digital, termasuk kualitas layanan digital, reputasi institusi, kepercayaan elektronik (e-trust), dan rekomendasi elektronik (e-WOM) [6, 7, 8]. Kualitas layanan digital yang tinggi ditandai dengan efisiensi, keandalan, dan kemudahan penggunaan telah terbukti secara signifikan meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat loyalitas. Selain itu, reputasi institusi yang kuat dan tingkat e-trust yang tinggi sangat penting dalam membangun kepercayaan publik dan mendorong adopsi layanan digital [8]. Peran e-WOM, yang mencakup ulasan dan rekomendasi yang dihasilkan pengguna di platform digital, juga semakin diakui sebagai penentu persepsi publik dan adopsi layanan [7, 9, 10].

Meskipun inovasi digital semakin berkembang di sektor publik, tantangan tetap ada dalam mengoptimalkan kepuasan pengguna, terutama dalam layanan hukum dan penegakan hukum. Kantor Kejaksaan Kabupaten Banyuwangi telah memperkenalkan dua layanan digital unggulan SIAGA (Sistem Layanan Tilang Drive Thru Tiga Menit) dan SIMANTAPS (Sistem Layanan Pengiriman Tilang melalui Kantor Pos) untuk mempermudah proses pengambilan bukti pelanggaran lalu lintas. Namun, tingkat pemanfaatan layanan ini masih belum optimal, seringkali disebabkan oleh kurangnya kesadaran publik, kesenjangan literasi digital, dan masalah kepercayaan [7, 8].

Mengingat tantangan-tantangan ini, sangat penting untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan elektronik, dan mulut ke mulut elektronik (e-WOM) terhadap kepuasan pengguna terhadap layanan SIAGA dan SIMANTAPS. Memahami hubungan-hubungan ini akan memberikan wawasan berharga bagi pembuat kebijakan dan praktisi yang berupaya meningkatkan efektivitas dan penerimaan publik terhadap layanan hukum digital. Studi ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis secara empiris determinan kepuasan pengguna dalam konteks layanan pengambilan bukti digital di Kantor Kejaksaan Kabupaten Banyuwangi, dengan mengacu pada perkembangan teoretis dan empiris terbaru di bidang ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

E-government

E-government adalah sistem administrasi publik yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat [4]. Penerapan konsep ini bertujuan untuk menyelesaikan berbagai tugas pemerintahan secara lebih efisien, tepat waktu, dan terukur. E-government dipandang sebagai solusi strategis untuk menanggapi perubahan lingkungan; memerlukan tata kelola yang efektif, efisien, transparan dan akuntabel serta berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan publik [11]. Di Indonesia, implementasi e-government telah diadopsi pada berbagai sektor, termasuk sektor pemerintahan, guna memperkuat efektivitas, efisiensi, transparansi, serta akuntabilitas dalam penyelenggaraan layanan publik [12]. Melalui penerapan yang terintegrasi, diharapkan tercipta sistem pelayanan yang lebih terkoordinasi, responsif, dan berkualitas, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal.

Pengaruh Layanan Digital Dan Reputasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi SIAGA dan SIMANTAPS di Kantor Kejaksaan Negeri Banyuwangi (Katalenan Sekarmadie)

Kualitas layanan digital

Di era transformasi digital modern, kualitas layanan digital sangat penting untuk memastikan efisiensi dan efektivitas layanan publik. Hak atas layanan publik yang berkualitas bukan hanya merupakan hak yang tidak dapat dicabut dari setiap warga negara, tetapi juga penting untuk memastikan kepuasan publik dan keberhasilan pembangunan negara [13, 14]. Di dunia digital, kualitas layanan sangat bergantung pada seberapa mudah orang dapat mengaksesnya. Aksesibilitas layanan publik ditentukan oleh seberapa mudah dan sederhana setiap orang atau kelompok penduduk dapat memperoleh dan menggunakan layanan yang disediakan oleh negara dalam hal lokasi, waktu, biaya, dan kemudahan penggunaan. Hal ini juga berlaku untuk penyandang disabilitas.

Layanan publik digital adalah layanan yang diberikan oleh instansi pemerintah kepada publik melalui platform digital, baik berbayar maupun gratis, untuk menyelesaikan permasalahan atau memenuhi kepentingan publik. Dalam rangka meningkatkan kualitas administrasi publik dan mewujudkan hak warga negara atas layanan berkualitas, instansi pemerintah berkewajiban untuk memberikan layanan dengan kualitas terbaik [15]. Kualitas layanan digital sangat bergantung pada tersedianya mekanisme komunikasi yang efektif untuk menerima keluhan pengguna serta pelayanan yang cepat dan tepat waktu. Hal ini dapat membantu pengguna dalam menyampaikan saran atau keluhan terhadap produk dan layanan, serta mendorong kolaborasi antara pengguna dan penyedia layanan dalam mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi [16]. Dengan demikian, kualitas layanan digital menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap layanan publik di era digital, sekaligus menjadi indikator keberhasilan transformasi digital di sektor publik.

Reputasi

Reputasi merupakan elemen krusial yang berperan signifikan dalam menentukan keberhasilan suatu sistem yang diimplementasikan oleh organisasi. Secara konseptual, reputasi organisasi dapat diartikan sebagai daya tarik menyeluruh yang dimiliki oleh suatu entitas, baik organisasi maupun perusahaan, jika dibandingkan dengan para pesaing utamanya [17]. Reputasi yang baik dan berkualitas berkontribusi pada terciptanya kepuasan pengguna, yang pada gilirannya membantu organisasi mempertahankan basis pengguna yang telah ada [18]. Lebih dari sekadar atribut perusahaan, reputasi juga mencerminkan kemampuan organisasi untuk menjaga citra positifnya di masa mendatang. Pada hakikatnya, reputasi perusahaan merupakan bentuk penghargaan yang diperoleh berkat keunggulan-keunggulan yang dimiliki, seperti kemampuan beradaptasi, mengembangkan diri, dan menciptakan inovasi baru guna memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, reputasi perusahaan dibentuk melalui evaluasi menyeluruh berdasarkan pengalaman langsung berinteraksi dengannya. Dari sudut pandang pelanggan sebagai pemangku kepentingan, reputasi bergantung pada seberapa baik kualitas barang dan jasa dinilai, serta efektivitas komunikasi dan interaksi dengan perwakilan perusahaan [19].

Kepercayaan elektronik (e-trust)

Kepercayaan (trust) dapat dipahami sebagai akumulasi pengetahuan dan kesimpulan yang dimiliki konsumen mengenai suatu objek, perusahaan, atau entitas lain, yang menjadi landasan pembentukan sikap dan keyakinan mereka [7]. Secara umum, kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam berbagai bentuk interaksi sosial yang mengandung unsur ketidakpastian serta saling ketergantungan antar pihak. Dalam konteks transaksi daring, e-trust merujuk pada keyakinan konsumen terhadap suatu perusahaan yang menjadi dasar dalam melakukan aktivitas transaksi secara online [20]. Kepercayaan elektronik didasarkan pada harapan positif tentang perilaku dan integritas penyedia layanan di masa mendatang, serta kemauan pelanggan untuk menerima potensi risiko atau kerugian dari transaksi digital. Kepercayaan pelanggan sangat penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang antara mitra bisnis, dengan tingkat kepercayaan sangat memengaruhi seberapa lama hubungan tersebut akan berlangsung.

Rekomendasi elektronik (e-WOM)

Dengan meningkatnya penggunaan dan penetrasi media sosial di berbagai komunitas, promosi dari Word of Mouth secara elektronik (e-WOM) telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran modern. Fenomena ini melibatkan berbagai pihak, mulai dari calon pembeli hingga mantan pelanggan, yang berbagi opini mereka tentang perusahaan atau produk tertentu. [99] E-WOM memiliki keunggulan besar dibandingkan promosi dari Word of Mouth (WOM) tradisional karena dapat menjangkau audiens yang jauh lebih luas. Opini atau ulasan seseorang dapat menyebar dengan cepat dan menjangkau ribuan orang melalui platform media sosial global. Kemajuan teknologi dan munculnya beragam platform online, seperti forum,

blog, media sosial, dan situs ulasan, menjadikan e-WOM sebagai salah satu elemen penting yang memengaruhi pandangan publik dan keputusan belanja [20]. Oleh karena itu, pemantauan e-WOM secara aktif adalah langkah strategis untuk memaksimalkan potensi ini, mengingat e-WOM dapat membantu dalam membangun reputasi perusahaan sekaligus menarik pelanggan baru [21]

3. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk memastikan bahwa temuan penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tepat dan dapat dijelaskan secara ilmiah, metode analisis data dalam penelitian ini diterapkan secara bertahap. Langkah pertama adalah analisis deskriptif. Tujuan analisis ini adalah untuk menyajikan karakteristik responden dan distribusi respons untuk setiap variabel dalam penelitian [22]. Hal ini memungkinkan gambaran umum keseluruhan dari data yang dikumpulkan. Langkah selanjutnya adalah menguji instrumen penelitian. Ini melibatkan pengujian reliabilitas dan validitas. Metode korelasi momen produk Pearson digunakan untuk menguji validitas pernyataan; pernyataan dianggap valid jika nilai r yang dihitung lebih besar dari 0,30. Di sisi lain, metode alpha Cronbach digunakan untuk menilai reliabilitas; instrumen dianggap reliabel jika nilai alpha-nya lebih besar dari 0,6 [22]. Langkah selanjutnya adalah memastikan validitas dan reliabilitas instrumen. Langkah ini melibatkan uji asumsi klasik, yang menggunakan serangkaian uji statistik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan dasar analisis dan bahwa hasil yang diharapkan dapat diinterpretasikan dengan benar dan akurat. Langkah-langkah pengujian asumsi klasik adalah sebagai berikut:

- Uji normalitas untuk memastikan data akhir terdistribusi dengan baik.
- Uji multikolinearitas untuk memastikan tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dengan kriteria VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih besar dari 0,10.
- Menggunakan uji heteroskedastisitas untuk memastikan varians residual sama untuk setiap nilai prediktor [23].

Semua langkah ini diambil untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan statistik dan konsisten dengan hipotesis. Selain itu, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji dampak kepuasan pengguna terhadap layanan SIAGA dan SIMANTAPS terhadap kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan terhadap layanan elektronik, dan e-WOM. Model regresi yang digunakan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (1)$$

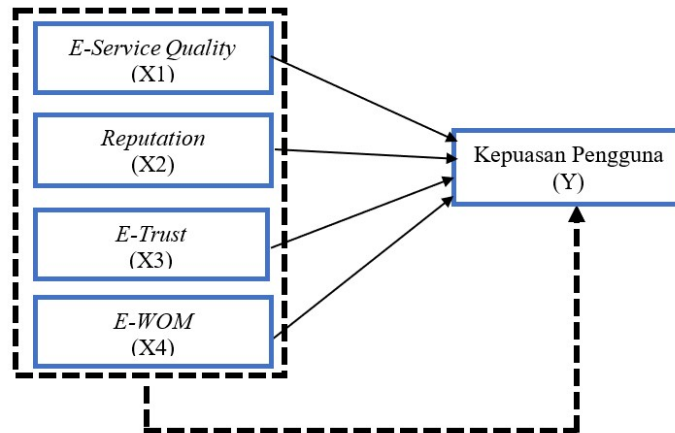
dimana:

Y	= Kepuasan Pengguna
X_1	= kualitas layanan elektronik (<i>E-Service</i>)
X_2	= Reputasi
X_3	= kepercayaan elektronik (<i>E-Trust</i>)
X_4	= rekomendasi elektronik (<i>E-WOM</i>)
β_0	= Constant
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Regression Coefficients
e	= Error

[23].

Uji koefisien determinasi (R^2), selain tahapan analisis yang telah disebutkan sebelumnya, juga disertakan dalam penelitian ini. Uji ini menunjukkan seberapa efektif variabel independen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Kemudian, dilakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t (parsial) dan uji F (simultan). Uji t bertujuan untuk mengevaluasi dampak masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, sedangkan uji F digunakan untuk menilai dampak kolektif dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan serangkaian analisis ini, diharapkan penelitian akan memberikan temuan yang mendalam dan akurat mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti.

Selain itu, kerangka konseptual penelitian ini dibuat dengan merinci bagaimana variabel penelitian utama saling terkait. Kerangka ini berfungsi sebagai dasar teoritis yang menguraikan bagaimana variabel-variabel tersebut berinteraksi dan saling mempengaruhi. Berdasarkan tinjauan pustaka yang mencakup kualitas layanan digital, reputasi, e-trust, dan e-WOM, sebuah kerangka kerja penelitian konseptual dikembangkan. Kerangka kerja konseptual ini konsisten dengan hipotesis penelitian dan hasil tinjauan pustaka. Gambar 1 menunjukkan visualisasi kerangka kerja konseptual ini.



Gambar 1. Kerangka Penelitian [10]

Keterangan :

----- : Simultan
 ----- : Parsial

4. HASIL DAN PEMBAHASAN**Demografi Responden**

Empat kriteria utama digunakan dalam studi ini: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Mayoritas responden adalah laki-laki (77,33%), berusia 20–35 tahun (54,67%), dan berpendidikan menengah (46,7%). Hal ini menunjukkan bahwa wirausahawan (44,67%) dan pekerja informal (36,6%) banyak menggunakan layanan digital SIAGA dan SIMANTAPS. Tabel 1 menyajikan karakteristik agregat responden.

Tabel 1. Ringkasan karakteristik responden

Kategori	Sub-kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Umur	20–35 tahun	82	54.67
	36–45 tahun	37	24.67
	46–60 tahun	31	20.67
	Total	150	100.00
Jenis Kelamin	Laki-laki	116	77.33
	Perempuan	34	22.67
	Total	150	100.00
Pendidikan	SMP	9	6.00
	SMA	14	9.33
	SMK	69	46.00
	(D1/D3)	37	24.67
	(S1)	20	13.33
	(S2)	1	0.67
	Total	150	100.00
Pekerjaan	Wiraswasta	67	44.67
	Karyawan Swasta	19	12.67
	Mahasiswa	5	3.33
	Guru	5	3.33
	Serabutan	54	36.00
	Total	150	100.00

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 1, profil demografis ini sangat relevan, karena pengguna ini membutuhkan layanan hukum yang cepat, transparan, dan mudah diakses, yang merupakan tujuan utama dari digitalisasi layanan tilang lalu lintas di Kantor Kejaksaan Negeri Banyuwangi.

Uji Kualitas Data

Ditemukan bahwa setiap butir kuesioner valid untuk variabel kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan terhadap layanan elektronik, e-WOM, dan kepuasan pengguna. Nilai koefisien korelasi Pearson lebih tinggi daripada nilai r tabel (0,159) dan signifikansinya lebih rendah dari 0,05. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa untuk semua variabel, nilai alfa Cronbach lebih tinggi dari 0,60, yang berarti instrumen tersebut reliabel dan layak untuk dianalisis lebih lanjut [22]. Tabel 2 menunjukkan hal ini.

Tabel 2. Uji Kualitas Data

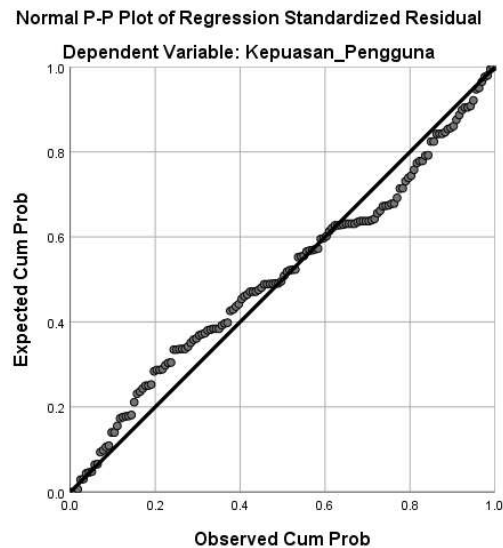
Variabel / Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha
E-Service Quality (X1)				
X _{1.1} Efficiency	0,796	0,159	Valid	0,808
X _{1.2} Fulfillment	0,836	0,159	Valid	
X _{1.3} System Availability	0,834	0,159	Valid	
X _{1.4} Privacy	0,697	0,159	Valid	
Reputation (X2)				
X _{2.1} Nama baik instansi	0,780	0,159	Valid	0,738
X _{2.2} Pengakuan Publik	0,768	0,159	Valid	
X _{2.3} Konsistensi Pelayanan	0,775	0,159	Valid	
X _{2.4} Keunggulan Institusi	0,670	0,159	Valid	
E-Trust (X3)				
X _{3.1} Keandalan Sistem (System Reliability)	0,618	0,159	Valid	0,672
X _{3.2} Keamanan Data (Data Security)	0,683	0,159	Valid	
X _{3.3} Integritas Lembaga (Institutional Integrity)	0,625	0,159	Valid	
X _{3.4} Kompetensi Teknis (Technical Competence)	0,733	0,159	Valid	
E-WOM (X4)				
X _{4.1} Intensi Merekomendasikan	0,795	0,159	Valid	0,606
X _{4.2} Membagikan Pengalaman	0,645	0,159	Valid	
X _{4.3} Pengaruh Ulasan Orang Lain	0,670	0,159	Valid	
X _{4.4} Frekuensi Interaksi Online	0,678	0,159	Valid	
Kepuasan Pengguna (Y)				
Y ₁ Kualitas layanan	0,804	0,159	Valid	0,781
Y ₂ Responsivitas dan kecepatan layanan	0,793	0,159	Valid	
Y ₃ Kejelasan informasi yang diberikan	0,808	0,159	Valid	
Y ₄ Ketersediaan fasilitas pendukung pelayanan	0,682	0,159	Valid	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini valid dan mampu menghasilkan estimasi yang reliabel, uji asumsi klasik dilakukan. Uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas merupakan tiga kategori utama pengujian yang dilakukan. Pertama, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan plot distribusi normal dari residual regresi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Titik-titik data tampak tersebar di sekitar garis diagonal pada plot, yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Kedua, tujuan uji multikolinearitas adalah untuk memastikan tidak adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap nilai faktor inflasi varians (VIF) kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10. Dalam kondisi ini, model regresi tidak menunjukkan masalah multikolinearitas. Tabel 3 menyajikan ringkasan hasil uji multikolinearitas. Ketiga, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan kekonstanan varians residual. Uji ini menggunakan diagram sebar, yang menunjukkan selisih antara nilai harapan dan nilai akhir. Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik residual terdistribusi secara acak di atas dan di bawah garis horizontal pada sumbu Y ($Y = 0$), tanpa

membentuk pola apa pun. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi homoskedastisitas didukung oleh model regresi, sehingga data tersebut layak untuk dianalisis lebih lanjut.



Gambar 2. Grafik P-P Grafik P-P normal dari regresi residual yang distandarisi
Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Table 3. Uji asumsi klasik

Test	Indicator/Variable	Result Value	Criteria Limit	Description
Multicollinearity	X1	Tolerance: 0.670	Tol > 0.10	Tidak ada
		VIF: 1.689	VIF < 10	multikolinearitas
	X2	Tolerance: 0.592	Tol > 0.10	Tidak ada
		VIF: 1.492	VIF < 10	multikolinearitas
	X3	Tolerance: 0.329	Tol > 0.10	Tidak ada
		VIF: 2.550	VIF < 10	multikolinearitas
	X5	Tolerance: 0.451	Tol > 0.10	Tidak ada
		VIF: 2.219	VIF < 10	multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

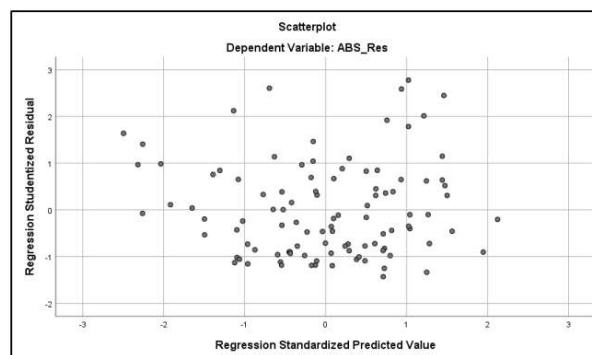


Figure 3. Scatterplots

Source: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terdapat dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik yang diperlukan dan layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Regresi linier berganda

Untuk menilai bagaimana kepuasan pengguna terhadap layanan SIAGA dan SIMANTAPS memengaruhi kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan terhadap layanan elektronik, dan e-WOM, digunakan analisis regresi linier berganda. Berikut adalah representasi persamaan regresinya:

$$Y = 4.889 + 0,220X_1 + 0,514X_2 + 0,112X_3 + 0,341X_4 + e$$

dimana:

Y	= Kepuasan Pengguna
X_1	= kualitas layanan elektronik
X_2	= Reputasi
X_3	= kepercayaan elektronik
X_4	= <i>E-WOM</i>
β_0	= Constant
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= koefisien regresi
e	= Error

Setiap koefisien dalam persamaan menunjukkan besarnya perubahan kepuasan pengguna jika variabel independen yang terkait meningkat sebesar satu unit, dengan syarat variabel lainnya tetap tidak berubah. Tabel 4 juga memuat koefisien regresi.

Uji Hipotesis

Uji parsial (uji-t), uji simultan (uji-F), dan analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan layanan elektronik, dan e-WOM memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna berdasarkan hasil uji-t (nilai $p < 0,05$). Tabel 4 menyajikan hasilnya.

Tabel 4. Hasil uji t

Variable	B	t-value	Sig. (p-value)	Description
(Constant)	4.889	3.907	0.000	-
Kualitas layanan elektronik (e-service)	0.220	2.427	0.017	signifikan
Reputasi	0.514	6.831	0.000	signifikan
Kepercayaan elektronik (e-trust)	0.112	8.160	0.000	signifikan
Rekomendasi elektronik (<i>E-WOM</i>)	0.341	3.353	0.006	signifikan

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi tersebut signifikan secara bersamaan ($F = 62,250 > F \text{ tabel} = 2,68$; nilai $p = 0,000 < 0,05$). Hasil ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	198.994	2	99.497	62.250	0.000
Residual	187.006	117	1.598		
Total	386.000	119			

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Layanan elektronik, reputasi, kepercayaan terhadap layanan elektronik, dan barang elektronik menyumbang 82,2% perbedaan kepuasan pengguna, berdasarkan nilai korelasi R-kuadrat sebesar 0,822. Tabel 6 menyajikan hasilnya.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.916	0.839	0.822	3.453

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Interpretasi

Studi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik, reputasi, kepercayaan digital, dan komunikasi verbal elektronik memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna terhadap layanan publik berbasis teknologi. Kualitas layanan elektronik yang baik, meliputi kemudahan akses, kesesuaian layanan dengan harapan, ketersediaan sistem, dan keamanan data pribadi, terbukti meningkatkan kepuasan masyarakat. Meskipun sebagian besar indikator dinilai positif, aspek efisiensi masih memerlukan perbaikan. Reputasi lembaga yang baik, ditandai dengan pengakuan publik, konsistensi pelayanan, dan

keunggulan institusional, juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan data, integritas lembaga, dan kompetensi petugas menjadi faktor kunci yang memengaruhi kenyamanan dan penerimaan layanan. Selain itu, ulasan positif dan rekomendasi dari pengguna lain melalui media digital mampu membentuk persepsi dan meningkatkan keyakinan pengguna baru.

Secara simultan, keempat variabel tersebut mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi tingkat kepuasan pengguna, menunjukkan bahwa kombinasi faktor teknologi, citra institusi, kepercayaan, dan komunikasi digital sangat menentukan keberhasilan layanan publik berbasis teknologi. Implementasi sistem yang cepat, akurat, dan mudah diakses memperkuat persepsi positif masyarakat. Reputasi yang terjaga melalui konsistensi pelayanan dan pengakuan publik menciptakan rasa aman dan loyalitas. Kepercayaan yang dibangun melalui transparansi, keamanan informasi, dan profesionalisme petugas menjadi fondasi emosional bagi kepuasan pengguna. Sementara itu, Electronic Word of Mouth berperan sebagai penguat persepsi positif dan pendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan. Dengan demikian, peningkatan berkelanjutan pada keempat aspek ini menjadi kunci utama dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna terhadap layanan publik digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan elektronik, reputasi lembaga, kepercayaan pengguna dan electronic word of mouth secara parsial dan menyeluruh berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pelayanan publik. Layanan digital yang mudah diakses, cepat, aman, dan konsisten mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat. Reputasi yang baik serta kepercayaan terhadap integritas dan kompetensi lembaga menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan yang kuat dengan pengguna.

Selain itu, peran E-WOM terbukti efektif dalam membentuk persepsi dan mendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan melalui rekomendasi dan pengalaman positif yang dibagikan. Secara keseluruhan, integrasi keempat faktor ini menjadi strategi utama dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Namun, peningkatan pada aspek efisiensi dan konsistensi sistem masih diperlukan agar kualitas layanan publik digital dapat terus berkembang dan memenuhi ekspektasi masyarakat secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. U. Hasanah, S. Andaryani, F. H. Sari, I. U. Dwikurniawati, and D. P. Lestari, "Inovasi Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital: Tantangan dan Peluang di Pemerintah Daerah", *Innovative*, vol. 4, no. 5, pp. 5228–5235, Mar. 2024. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.15469>
- [2] Y. S. Isma, D. Kardiati, Muslem, S. K. Fadhillah, J. K. N. Jamiati, F. Akmal, dan S. Chairunnisak, "Transformasi Digital Sebagai Instrumen untuk Memperluas Aksesibilitas Layanan Publik," *Journal of Administrative and Social Science*, vol. 6, no. 2, pp. 66–77, Jul. 2025, <https://doi.org/10.55606/jass.v6i2.1891>
- [3] M. Tambunan and T. Dompok, "Peran E-Government Dalam Peningkatan Efisiensi Dan Efektivitas Pelayanan Publik", *professional*, vol. 12, no. 1, pp. 281–288, Jun. 2025. <https://doi.org/10.37676/professional.v12i1.8431>
- [4] C. Susaningsih, A. S. Gibran, and A. Ardiansyah, "Implementation of E-government in the Public Service Sector as a Strategy for Preventing Blue-Collar Crime", *jaid*, vol. 4, no. 2, pp. 29–39, Dec. 2024. <https://doi.org/10.52617/jaid.v4i2.639>
- [5] A. A. S. P. Nidyasari, K. W. D. Wismayanti, and N. P. A. Prabawati, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Layanan Perizinan Online Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Badung)", *Ethics and Law j.: -bus. and n.a.*, vol. 1, no. 2, pp. 134–146, Oct. 2023. <https://doi.org/10.61292/eljbn.v1i2.47>
- [6] A. Saputri, Lukman, dan A. Uceng, "Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Digital Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di Desa Bulu," *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, vol. 11, no. 1, Sep. 2024. <https://doi.org/10.56015/gjikplp.v11i1.252>
- [7] R. Yuliana and R. Rinwanti, "Pengaruh ServQual Terhadap EWOM Melalui Trust dan E-Satisfaction Online Merchant", *JVM*, vol. 11, no. 2, pp. 26–40, Apr. 2025. <https://doi.org/10.56910/jvm.v11i2.616>
- [8] A. H. Novianti, "Pengaruh e-Service Quality, Reputation, e-Trust, e-Satisfaction terhadap e-Customer Loyalty," *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 20, no. 2, pp. 129–149, Jul.–Des. 2023, doi: 10.36451/jisip.v20i2.91.

- [9] N. F. Nasution, H. Prasetya, dan A. Khohar, "Peran Electronic Word of Mouth sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin," *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, vol. 5, no. 3, Sep. 2024, doi: <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.900>
- [10] W. Y. B. Siahaan dan Hikmah, "Pengaruh E-WOM, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Bukalapak di Kota Batam," *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Universitas Putera Batam*.
- [11] Ashari and S. Sallu, "Digitalisasi Kualitas Pelayanan Publik di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil", *remik*, vol. 7, no. 1, pp. 342-351, Jan. 2023. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.11984>
- [12] S. Susniwati, A. Ardiyansah, dan D. . Sukorina, "Good Governance di Era Digital: Studi Kasus Implementasi E-Government di Indonesia", *PANDITA*, vol. 8, no. 1, pp. 220–234, Feb. 2025. <https://doi.org/10.61332/ijpa.v8i1.277>
- [13] M. A. R., Fikri dan M. B. Z., Tjenreng. "Manajemen Pelayanan Publik". *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 5(1), 291-304. 2025. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v5i1.1300>
- [14] R. A. Lestari dan A. Santoso, "Pelayanan Publik dalam Good Governance," *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, vol. 2, no. 1, 2022. <http://dx.doi.org/10.30742/juispol.v2i1.2134>
- [15] Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara, 2016, pp. 3-4
- [16] B. N. Khatimah, R. Yuliana, dan M. Hamdani. "Peningkatan penjualan di marketplace Shopee pada era digitalisasi". *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 293–301. Oktober 2023. <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.340>
- [17] A. Santoso and N. Kusnilawati, "EVALUASI DETERMINAN KEPUASAN MAHASISWA", *JMBI UNSRAT*, vol. 7, no. 1, Dec. 2020. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i1.28179>
- [18] Supriatun, Ni Made Ida Pratiwi, and Diana Juni Mulyati, "Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Layanan Jasa Keuangan Ajaib di Kota Surabaya", *AJEKBS*, vol. 6, no. 8, pp. 5489 –, Aug. 2024. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2902>
- [19] N. S. Maharani dan A. Albari, "Pengaruh Reputasi Organisasi terhadap Loyalitas dengan E-Kepuasan dan E-Kepercayaan sebagai Variabel Intervening," *JEBDEKER*, vol. 3, no. 2, Jun. 2023. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v3i2.165>
- [20] M. Zulfa dan S. Y. Kusuma, "Pengaruh E-Trust, E-WOM, Perceived Ease of Use dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Generasi Z Pengguna ShopeeFood," *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, vol. 2, no. 3, Desember 2023. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/34901>
- [20] Ni Made Dwi Apriastuti, Ni Putu Nita Anggraini, dan Pande Ketut Ribek, "PENGARUH BRAND AWARENESS DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS BELANJA ONLINE SHOPEE DI KOTA DENPASAR", *emas*, vol. 3, no. 10, pp. 71–80, Oct. 2022. <https://doi.org/10.30388/emas.v3i10.4285>
- [21] M. Arif dan R. Hidayah, "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE LAZADA", *mea*, vol. 7, no. 3, pp. 1-15, Sep. 2023. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3295>
- [22] Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung : Alfabeta, 2018. pp. 100- 159
- [23] A. D. A. S. Budi, L. Septiana, dan B. E. P. Mahendra. "Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian", *JMWS*, vol. 3, no. 01, pp. 01–11, Jan. 2024, doi: [10.58812/jmws.v3i01.878](https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878).