

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PUBLIK DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT

Jonathan Jacob Paul Latupeirissa^{1*}, Ni Ketut Arniti,² Ni Luh Yuni Lestari³
^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional

*Korespondensi: jonathanlatupeirissa@undiknas.ac.id

ABSTRAK

Dengan perkembangan dunia digital secara tidak langsung akan mempengaruhi dari perilaku masyarakat. Adopsi teknologi informasi juga sangat besar dampaknya dalam menciptakan kepuasan penggunaannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kepuasan masyarakat dengan analisis faktor yang mempengaruhinya yaitu variabel kualitas layanan, dan e-service quality. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sample sebanyak 340 responden yang merupakan masyarakat kota Denpasar dan pengguna aktif aplikasi Shopee dan diambil menggunakan tehnik simple random sampling. Data menggunakan kuisisioner dengan skala likert dan disebarikan secara langsung atau dengan menggunakan google form. Pengujian data dikerjakan dengan analisis Structural Equation Model (SEM) memakai software AMOS 24. Hasil analisis menggunakan AMOS 24 menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Dan variable *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Disarankan penelitian selanjutnya menggunakan variable lainnya diluar penelitian ini seperti kepercayaan dan keamanan dari transformasi digital dalam suatu pelayanan publik.

Kata kunci: E-Service Quality, Kepuasan Masyarakat, Pelayanan Publik

ABSTRACT

With the development of the digital world, it will indirectly affect people's behavior. Adoption of information technology is also very big impact in creating user satisfaction. This research was conducted to identify community satisfaction by analyzing the influencing factors, namely service quality variables, and e-service quality. This research is a quantitative study with a sample of 340 respondents who are residents of the city of Denpasar and active users of the Shopee application and were taken using a simple random sampling technique. Data uses a questionnaire with a Likert scale and is distributed directly or by using the Google form. Data testing was carried out using Structural Equation Model (SEM) analysis using AMOS 24 software. The results of analysis using AMOS 24 show that service quality has a significant effect on community satisfaction. And the e-service quality variable has a significant effect on community satisfaction. It is recommended that further research use other variables outside of this study such as trust and security from digital transformation in a public service

Keywords: Community Satisfaction, E-Service Quality, Public Service

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi dibidang komunikasi dan informasi pada era digital telah banyak merubah semua sektor usaha untuk beradaptasi dengan menerapkan transformasi digital. Perubahan transformasi digital ini dilakukan perusahaan agar tetap bertahan dan berkembang sehingga tidak kalah bersaing dengan para kompetitornya. Teknologi yang semakin modern, tingkat pengetahuan yang luas, dan kebutuhan masyarakat akan layanan publik sangat berkontribusi terhadap peningkatan kenyamanan dan rasa puas yang terus meningkat (Wahyuni & Ghazali, 2019).

Seiring berjalannya waktu, kondisi didunia system pelayanan di Indonesia banyak mengalami berubah. Selain dampak pertumbuhan di dalam dunia service masyarakat, pengaruh perkembangan dari luar juga tidak dapat dipisahkan, khususnya disektor riil social. Era digital bertambah erat dengan peningkatan gaya hidup masyarakat Indonesia, contohnya disektor efisisensi pelayanan publik. Perubahan tersebut haruslah dapat ditanggapi dengan cepat, hal ini dilakukan agar lembaga penyedia layanan publik siap menghadapi inovasi perubahan yang ada. Saat ini, sektor layanan publik sedang mengalami transformasi menuju era digital. Transformasi layanan publik merupakan respon terhadap perkembangan revolusi digital (*digital industry-4th revolution industry*). Layanan tersebut mengantarkan layanan publik ke dalam era baru, yakni era pelayanan digital. Pengadaan layanan public secara digital perlu memperluas dan memfasilitasi akses masyarakat atas layanan keuangan sehingga dapat dikerjakan terlepas dari kendala biaya, waktu dan tempat.

Dengan efisiensi dari pelayanan public melalui digital faktor keamanan merupakan salah satu hal penting bagi masyarakat, terutama sebagai penyedia layanan. Penggunaan teknologi yang terus

berinovasi disetiap tahunnya membuat masyarakat Indonesia belajar bagaimana mereka bertahan untuk dapat melakukan aktivitasnya yang dilakukan secara digital. Oleh karena itu, masyarakat tetap bisa mendapatkan pelayanan publik meski masyarakat tersebut tidak mendatangi kantor cabang atau kantor layanan, tetapi dengan menggunakan pelayanan pilihan digital yang disediakan.

Layanan *digital service* bukan hanya diperuntukan bagi kalangan masyarakat tertentu tetapi kepada seluruh kalangan nasabah, baik itu kecil-menengah-atas, dan tidak hanya generasi millennial saja yang bisa menggunakannya tetapi juga generasi sebelumnya. Sehingga penyedia layanan diharuskan memiliki produk *Digital* tersebut secara simple, namun detail sesuai kebutuhan nasabah dan mudah saat penggunaan. Juga menyampaikan berbagai jenis keunggulan yang dimiliki sehingga masyarakat merasakan kenyamanan saat penggunaannya.

Perencanaan publik secara digital adalah perencanaan yang tepat karena dapat memantau terus menerus aktivitas masyarakat, menghemat waktu dan layanan tanpa kunjungan (Chavali & Kumar, 2018). Memulai sesuatu hal yang sebelumnya tidak pernah dilakukan itu menjadi sangat mudah, Karenanya harus dianalisis bagaimana kualitas layanan dan keamanan suatu produk *digital* dapat memberikan kepercayaan bagi masyarakat dalam mendapatkan layanan publik dinilai dari fitur, kemudahan akses penggunaan, keamanan serta tampak muka dari fasilitas yang disediakan oleh instansi terkait. Salah satu hal tersebut diungkapkan bahwa dalam *digital service* akan mempertimbangkan dua masalah yaitu masalah keamanan dan ukuran imperatif dari stakeholder (Kelly & Palaniappan, 2019).

B. METODE PENELITIAN

Mengutip (Sugiyono, 2013), variable penelitian merupakan variable mempengaruhi penyebab dari timbulnya variable *dependent* dan dipilih peneliti untuk memperoleh informasi mengenai hal yang bisa untuk menjadi kesimpulan. Dalam penelitian ini variabel yang diterapkan terdiri dari dua variable, diantaranya variable independent (kualitas layanan X_1 dan *e-service quality* X_2), dan variable dependen (kepuasan masyarakat). Dalam hal ini masyarakat yang diteliti adalah masyarakat yang memperoleh pelayanan publik dan *e-service quality* di Wilayah Kota Denpasar, Provinsi Bali.

Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh masyarakat kota Denpasar yang memperoleh pelayanan publik dan *e-service quality*. Sampel yang diambil memiliki (1) berusia di atas 17 tahun; (2) pernah menggunakan aplikasi Shoppe setidaknya satu kali. Dengan Jumlah sampel sebanyak 340 telah cukup memenuhi kriteria penelitian ini (Sugiyono, 2016).

Pengumpulan data dengan metode kuisioner, yakni dengan mengajukan daftar pertanyaan langsung ke responden. Angket merupakan kuesioner tertutup yang menggunakan penilaian skala liker antara poin 1. Sangat Tidak setuju, 2 Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju dan 5 Sangat Setuju agar dapat mengumpulkan data mengenai responden ukuran struktur yang akan diolah pada penelitian ini. (Maholtra, 2014). Valid bermakna instrumen yang dipakai berfungsi menilai yang akan diukur. Suatu angket dianggap valid jika pertanyaan tersebut didalam kuesioner dianggap bisa mengungkapkan sesuatu yang dapat terukur oleh kuesioner (Ghozali, 2016).

Pada penelitian ini uji coba dilaksanakan kepada 30 sample. Pengolahan uji validitas dikerjakan menggunakan aplikasi AMOS. Uji signifikansi dikerjakan dengan perbandingan nilai hitung setiap butir

terlihat pada output tampilan *Cronbach Alphas* kolom (Corrected Item - Total Correlation) dengan rtabel untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$), pada kasus ini n merupakan total sampel. Pada penelitian total sampel ($n = 30$) dan besar df diperhitungkan sebagai $30 - 2 = 28$, $df = 28$ dan $\alpha 0,05$ menghasilkan rtabel = 0,361. Jika rhitung lebih dari rtabel serta bernilai positif, maka disetiap indikator dianggap valid (Ghozali, 2016).

Pengolahan data dikerjakan menggunakan aplikasi AMOS (*Analysis of Moment Structure*) versi 26.0, untuk menganalisis hubungan antar variable tersebut dengan *structural equation modelling* (SEM).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah model dianggap dapat diterima, peneliti bisa meninjau modifikasi dalam meningkatkan interpretasi teori. Modifikasi model haruslah dikerjakan setelah dipelajari dengan cukup peninjauan. Bila terjadi perubahan, model harus divalidasi terlebih dahulu sebelum model yang dimodifikasi bisa diterima. Pengukuran model yang dimodifikasi bias dikerjakan melalui metrik yang dimodifikasi. Penilaian kelayakan model yang direvisi bisa di *compare* dengan model yang telah dimodifikasi sebelumnya. Pengurangan *Chi-Square* (χ^2) diantara model pra-modifikasi dan model pasca-modifikasi harus $> 3,84$.

Hipotesis tentang model SEM membutuhkan distribusi variabel yang memadai standar hipotesis multivariabel. West, et.al (1995) yang dikutip oleh (Ghozali, 2018) menemukan empat hal penting. Pertama, jika data menyimpang terlalu jauh dari distribusi normal, nilai chi-kuadrat yang diperoleh dari perkiraan akan menjadi sangat tinggi. Keadaan ini mendorong peneliti untuk memodifikasi model untuk mendapatkan model yang lebih sesuai. Namun, nilai chi-kuadrat tinggi yang salah akan menghasilkan model yang tidak lagi sesuai dengan

gambaran teoritis. Kedua, dalam kondisi sampel kecil (meskipun *multivariate normal*), perhitungan nilai Chi-Square akan menjadi inflasi. Selain itu, jika sampel terlalu kecil dan tidak memenuhi asumsi *multivariate normal*, maka peneliti akan menghadapi hasil analisis yang tidak *convergen* dan bersifat *improper solution*. Ketiga, apabila data tidak normal, maka *fit indeks* seperti TLI dan CFI menghasilkan nilai *underestimate*. Ketiga, jika data tidak

normal, pencocokan indikator seperti TLI dan CFI menghasilkan nilai *undervalued*. Dan keempat, data anomali dapat menghasilkan *standard error* yang rendah. Karena *standard error* diperkirakan lebih rendah, koefisien regresi akan signifikan secara statistik, tetapi tidak harus digeneralisasikan ke tingkat populasi. Di bawah ini adalah ringkasan dari beberapa indikator relevan yang dijelaskan di atas.

Tabel 1. Goodness-of-fit Index

No	Goodness – of – fit index	Cut off Value (Nilai Batas)
1	X^2 -chi square	$\leq \alpha.df$ (diharapkan < dari <i>Chi square</i> tabel)
2	Significance probability	$\geq 0,05$
3	CMINDF	< 2
4	GFI	$\geq 0,90$
5	RMSEA	$\leq 0,08$
6	AGFI	$\geq 0,90$
7	CFI	$\geq 0,95$
8	TLI	$\geq 0,95$
9	PNFI	> 0,60
10	PGFI	> 0,60

Analisis statistik deskriptif berfungsi agar dapat memahami distribusi frekuensi tanggapan kuesioner melalui pengumpulan data dari jawaban responden, kemudian disajikan dalam tabel lalu dianalisis dengan deskriptif. Pengukuran deskriptif merupakan tentang pemberian angka, mulai dari segi total responden dan nilai rata-rata tanggapan responden ataupun persentasenya. Manfaat dari menganalisis data tersebut adalah agar

dapat mempresentasikan terkait variable Dependent dan Independen.

Dalam mengklasifikasi rata-rata tanggapan dari responden, dihitung skala interval berdasarkan nilai terbesar dikurangi dengan nilai terkecil lalu dibagi lima, didapatkan kategori interval senilai 0,80, sehingga klasifikasi tanggapan narasumber dapat ditetapkan menurut skala berikut:

Tabel 2. Penentuan Kategori Skor Berdasarkan Kategori Jawaban Responden

No	Skala Kategori Jawaban	Kategori Skor
1	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 - 2,60	Rendah
3	2,61 - 3,40	Cukup Tinggi
4	3,41 - 4,20	Tinggi
5	4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

1. Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan Publik.

Item	Uji Validitas		Cronstruct Reliability ($\rho\pi$)	AVE
	Loading	Ket.		
KL1	0,820	Valid	0,954	0,628
KL2	0,803	Valid		
KL3	0,857	Valid		
KL4	0,817	Valid		
KL5	0,799	Valid		
KL6	0,798	Valid		
KL7	0,798	Valid		
KL8	0,793	Valid		
KL9	0,767	Valid		
KL10	0,759	Valid		
KL11	0,789	Valid		
KL12	0,770	Valid		
KL13	0,773	Valid		
KL14	0,770	Valid		
KL15	0,770	Valid		

Kualitas Layanan berdampak penting kepada kepuasan masyarakat dan Koefisien Jalur Standardise = 0.286 dengan *p-value* = 0,000 ternyata hasilnya signifikan. Hal tersebut membuktikan dampak yang baik Kualitas Layanan kepada kepuasan masyarakat. Hal tersebut menunjukkan semakin dipandang baik Kualitas Layanan, maka dapat semakin membesarkan kepuasan masyarakat.

Pilihan masyarakat terhadap suatu layanan bergantung pada bagaimana layanan yang diberikan oleh institusi terkait. Institusi harus bisa memberikan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat Untuk

melakukannya, institusi harus dapat membangun citra yang lebih baik dari produknya di mata masyarakat dibandingkan dengan pesaing. Untuk mengatasinya, institusi dihadapkan pada bagaimana membangun kepuasan dengan memberikan layanan yang optimal (Huda & Wahyuni, 2013). Bisnis penyediaan jasa ialah bisnis jasa yang berbasis kepercayaan, sehingga kualitas layanan merupakan faktor penting yang menentukan kesuksesan bisnis (Wahyuni & Ghozali, 2019).

Dari sisi pemasaran, kesadaran masyarakat terhadap produk perusahaan sangat bergantung pada jasa yang ditawarkan sehingga menimbulkan kepuasan, loyalitas dan keinginan masyarakat untuk merekomendasikan produk lebih lanjut (Wahyuni & Ghozali, 2019). Teknologi dapat memberikan layanan yang mudah diakses setiap saat. Mulai dari sistem pengaduan dan layanan bantuan, hingga layanan yang tidak memerlukan kehadiran fisik. Kualitas pelayanan yang memuaskan mendorong masyarakat untuk nyaman menggunakan produk yang bersangkutan. Jika suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik, secara langsung maupun tidak langsung, citra pelayanannya akan meresap karena kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan diteruskan dari pelanggan ke pelanggan di masa yang akan datang, sebuah rantai, untuk dapat menarik lebih banyak pelanggan (Amrullah et al., 2016).

2. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Masyarakat

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel E-Service Quality.

Item	Uji Validitas		Cronstruct Reliability ($\rho\pi$)	AVE
	Loading	Ket.		

BT10	0,808	Valid	0,947	0,697
BT9	0,818	Valid		
BT8	0,780	Valid		
BT7	0,845	Valid		
BT6	0,870	Valid		
BT5	0,843	Valid		
BT4	0,866	Valid		
BT3	0,798	Valid		
BT2	0,851	Valid		
BT1	0,869	Valid		
BT11	0,828	Valid		

E-Service Quality berdampak penting kepada kepuasan masyarakat karena Koefisien Jalur Standardise = 0.195 dengan *p-value* = 0,003 ternyata hasilnya signifikan. Hal tersebut membuktikan dampak baik bagi *E-Service Quality* atas kepuasan masyarakat Hal tersebut membuktikan semakin dipandang baik *E-Service Quality*, maka dapat semakin membesarkan kepuasan masyarakat.

E-Service Quality dapat terbentuk ketika seorang pelanggan puas dengan merek atau tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk melanjutkan hubungan. (Kheng et al., 2010) menyatakan bahwa *E-Service Quality* dapat ditingkatkan melalui kualitas pelayanannya. Pelanggan dapat menjadi setia karena hambatan yang signifikan untuk beralih dengan faktor teknis, ekonomi atau psikologis yang dianggap mahal atau sulit untuk beralih ke penyedia layanan lain. (Huda & Wahyuni, 2013) mengklaim bahwa jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan pelanggan merasa puas, maka akan tercipta kepuasan masyarakat. (Fadillah, 2018) untuk mencapai loyalitas intitusi harus fokus kepada nasabah kualitas dan kepuasan pelayanan, bahwa semakin tinggi tingkat *E-Service Quality*, semakin signifikan kepuasan masyarakat.

E-Service Quality merupakan faktor penting dalam memastikan loyalitas (Utomo & Salim, 2021). Kualitas pelayanan merupakan harapan pelanggan terhadap produk yang terpenuhi melalui upaya yang dilakukan oleh penyedia jasa (Irnandha, 2016). Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting dalam bisnis bidang jasa (Chiu & Hsu, 2010). Pernyataan ini dikutip oleh (Lerrthairakul & Panjakajornsak, 2014) yang mengungkapkan kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dalam industri layanan public karena persaingan yang ketat.

D. KESIMPULAN

Kualitas Layanan yang ada pada penyedia layanan Masyarakat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kepuasan yang dirasakannya. Hal tersebut mendeskripsikan semakin dipandang tinggi Kualitas Layanan, maka semakin meningkat juga kepuasan yang dirasakan masyarakat. *Keputusan masyarakat* sangat dipengaruhi oleh *E-Service Quality*. Hal tersebut membuktikan semakin dipandang baik *E-Service Quality*, maka semakin mengkat juga *Keputusan masyarakat*.

E. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *KINERJA*, 13(2), 99–118.
- Chavali, K., & Kumar, A. (2018). Adoption of mobile banking and perceived risk in GCC. *Banks & Bank Systems*, 13, Iss. 1, 72–79.
- Chiu, K.-H., & Hsu, C.-L. (2010). Research on the connections between corporate social responsibility and corporation image in the risk society: Take the mobile telecommunication

- industry as an example. *International Journal of Electronic Business Management*, 8(3), 183.
- Fadillah, S. (2018). Pengaruh Strategi Pembelajaran Kooperatif (Cooperatif Learning) dan Kecerdasan Intrapersonal terhadap Perilaku Prososial Anak Usia 5-6 Tahun di Kelurahan Umban Sari Pekanbaru. *PAUD Lectura: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(01), 91–102.
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Mutivariate dengan Program SPSS 23* (Edisi Kede). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Huda, A. N., & Wahyuni, S. (2013). Analisis pengaruh kualitas layanan internet banking dan tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor cabang pembantu Jamsostek Jakarta. *Business and Management Review*, 2(2).
- Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), 660–669.
- Kelly, A. E., & Palaniappan, S. (2019). Survey on customer satisfaction, adoption, perception, behaviour, and security on mobile banking. *Journal of Information Technology & Software Engineering*, 9(2), 1–15.
- Kheng, L. L., Mahamad, O., & Ramayah, T. (2010). The impact of service quality on customer loyalty: A study of banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 57.
- Lerrthaitrakul, W., & Panjakajornsak, V. (2014). The impact of electronic word-of-mouth factors on consumers' buying decision-making processes in the low cost carriers: a conceptual framework. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(2), 142.
- Maholtra. (2014). *Desain penelitian studi kasus: Pengalaman empirik*.
- Sugiyono. (2013). Metodologi penelitian kualitatif. *Jurnal Pangan*, 22(3), 209–220.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Utomo, R. R., & Salim, A. (2021). FACTORS AFFECTING LION AIR AIRLINE LOYALTY BEHAVIOR IN INDONESIA. *Management Research Studies Journal*, 2(1), 1–10.
- Wahyuni, S., & Ghozali, I. (2019). *The impact of brand image and service quality on consumer loyalty in the banking sector*.