

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA  
APLIKASI JEMBER KOTA PINTAR (J-KOPI)**

**TESIS**



Oleh :

**MARYANI**

**NIM 2320414009**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2024**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA  
APLIKASI JEMBER KOTA PINTAR (J-KOPI)**

**TESIS**

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM)  
pada program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Jember**



**Oleh :**

**MARYANI  
NIM 2320414009**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertantada tangan di bawah ini :

Nama : MARYANI

NIM : 2320414009

Prodi : Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: **Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dengan *Perceived usefulness* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)** adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 22 November 2024

Yang menyatakan,

  
METERAN  
TEMPE  
700  
ADA1FAMX074083271  
**MARYANI**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**TESIS**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA  
APLIKASI JEMBER KOTA PINTAR (J-KOPI)**

Oleh :

MARYANI  
2320414009

Pembimbing:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Nurul Qomariah, SE, MM  
NPK. 1967081010603426

Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, SE, MM  
NPK. 1967030810203499

## LEMBAR PENGESAHAN


Tesis berjudul : **ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI JEMBER KOTA PINTAR (J-KOPI)** telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 22 November 2024

Tempat : Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,  
Ketua,

  
Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si  
NPK. 1972112810109289

Anggota 1

Anggota 2

  
Dr. Nurul Qomariah, SE, MM  
NPK. 1967081010603426

  
Dr. Ni Nyoman Putu Martini G., SE, MM  
NPK. 1967030810203299

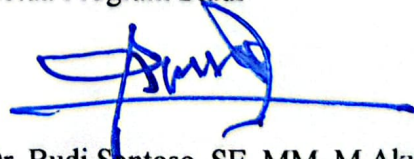
Mengesahkan:



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

  
Maheni Ika Sari, S.E., M.M  
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi

  
Dr. Budi Santoso, SE, MM. M.Akun.  
NIDN : 0709107301

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dengan *Perceived usefulness* Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI).**

Tesis ini berisi penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Perceived usefulness* serta Kepuasan Pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI). Tesis ini juga dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan dari Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga memerlukan beberapa perbaikan berupa kritik dan saran. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak yang berada di sekitar penulis. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr Budi Santoso, SE, MM. M.Akun., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Nurul Qomariah, SE, MM, sebagai dosen pembimbing utama yang banyak memberikan saran, masukan dan bimbingan yang luar biasa atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dr. Ni Nyoman Putu Martini G,SE, MM sebagai dosen pembimbing pendamping yang terus memberikan dukungan untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si selaku ketua penguji dalam penyusunan tesis ini yang banyak memberikan masukan demi kesempurnaan tesis ini.
7. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Jember.

8. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jember serta seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kabupaten Jember yang telah membantu memberikan data-data yang diperlukan dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Keluarga yang selalu memberikan dukungan doa dan kasih sayang kepada penulis.
10. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya angkatan 2023/2024 yang selama ini telah banyak memberikan dorongan, motivasi, kesempatan berdiskusi, bertukar pikiran dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
11. Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa mungkin terdapat beberapa hal yang kurang berkenan dalam pengerjaan tesis. Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 22 November 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Grand Theory .....	17
2.2 Kajian Teori.....	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 Pelayanan Publik .....	20
2.2.3 Kualitas Layanan.....	22
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	22
2.2.3.2 Indikator Kualitas Layanan .....	25
2.2.4 Kepercayaan Masyarakat .....	26
2.2.4.1 Pengertian Kepercayaan Masyarakat .....	26
2.2.4.2 Indikator Kepercayaan Masyarakat.....	28
2.2.5 <i>Perceived usefulness</i> .....	28
2.2.5.1 Pengertian <i>Perceived usefulness</i> .....	28
2.2.5.2 Indikator <i>Perceived usefulness</i> .....	29
2.2.6 Kepuasan Pengguna .....	30
2.2.6.1 Pengertian Kepuasan Pengguna .....	30
2.2.6.2 Indikator Kepuasan Pengguna.....	32
2.3 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3.1 Penelitian Londa dkk., (2022).....	34
2.3.3 Penelitian Budiarno dkk., (2022) .....	36
2.3.4 Penelitian Pramularso, E. Y. (2020).....	37
2.3.5 Penelitian Latifah dkk., (2020).....	38
2.3.6 Penelitian Prayanthi dkk., (2020).....	39
2.3.7 Penelitian Suryatenggara dkk., (2022) .....	40
2.3.8 Penelitian Permatasari, D. I., & Sigalingging, E. D. (2022).....	41
2.3.9 Penelitian Firdaus & Himawati, (2022) .....	42
2.3.10 Penelitian Chunlei, C., Jantan, A. H. B., & Mohammadi, A. (2023). 43	
2.3.11 Penelitian Kim, Y., & Lee, H. S. (2014).....	44
2.4 Kerangka Konseptual .....	45



2.5 Pengembangan Hipotesis .....	45
2.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna .....	45
2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Masyarakat terhadap Kepuasan Pengguna .....	47
2.5.3 Pengaruh kualitas Layanan terhadap <i>Perceived usefulness</i> .....	49
2.5.4 Pengaruh Kepercayaan Masyarakat terhadap <i>Perceived usefulness</i> ....	50
2.5.5 Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> terhadap Kepuasan Pengguna .....	53
2.5.6 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna melalui <i>Perceived usefulness</i> .....	54
2.5.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna melalui <i>Perceived usefulness</i> .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Desain Penelitian.....	59
3.2 Variabel Penelitian .....	60
3.3 Definisi Operasional.....	61
3.3.1. Dimensi Kualitas layanan .....	61
3.3.2. Dimensi Kepercayaan masyarakat .....	62
3.3.3 Dimensi <i>Perceived usefulness</i> .....	63
3.3.4 Dimensi Kepuasan Pengguna.....	64
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	65
3.5 Populasi Dan Sampel .....	66
3.5.1 Populasi.....	66
3.5.2 Sample.....	67
3.6 Metode Analisis Data .....	68
3.6.1 Statistis Deskriptif.....	69
3.6.2. Analisa Outer Model .....	70
3.6.3. Analisa Inner Model.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	74
4.2 Karakteristik Responden.....	76
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	78
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	80
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	81
4.3.1 Variabel Kualitas Layanan (X1).....	81
4.3.2 Variabel Kepercayaan Masyarakat (X2) .....	83
4.3.4 Variabel <i>Perceived usefulness</i> (Z) .....	85
4.3.5 Variabel Kepuasan masyarakat (Y).....	88
4.4 Hasil Analisa Data.....	91
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	91
4.4.2 Evaluasi Inner Model .....	94
4.5. Pembahasan.....	101
4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Masyarakat. ....	101
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan masyarakat Terhadap Kepuasan masyarakat. ....	103
4.5.3 Pengaruh Kualitas layanan Terhadap <i>Perceived usefulness</i> .....	105
4.5.4 Pengaruh Kepercayaan masyarakat Terhadap <i>Perceived usefulness</i> . ....	106

4.5.5 Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> Terhadap Kepuasan masyarakat.....	107
4.5.6 Pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan masyarakat melalui <i>Perceived usefulness</i> .....	108
4.5.7 Terdapat Pengaruh Kepercayaan masyarakat terhadap Kepuasan masyarakat melalui <i>Perceived usefulness</i> .....	110
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan .....	112
5.2 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>115</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Evaluasi pengguna aplikasi J-KOPI.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Londa dkk., (2022).....	34
Tabel 2. 2 Penelitian Surianto & Istriani, (2019).....	35
Tabel 2.3 Penelitian Budiarno dkk., (2022).....	36
Tabel 2.4 Penelitian Pramularso, E. Y. (2020).....	37
Tabel 2.5 Penelitian Latifah dkk., (2020).....	38
Tabel 2.6 Penelitian Prayanthi dkk., (2020).....	39
Tabel 2.7 Penelitian Suryatenggara dkk., (2022).....	40
Tabel 2.8 Penelitian Permatasari, D. I., & Sigalingging, E. D. (2022).....	41
Tabel 2.9 Penelitian Firdaus & Himawati, (2022).....	42
Tabel 2.10 Penelitian Chunlei, C., Jantan, A. H. B., & Mohammadi, A. (2023)..	43
Tabel 2.11 Penelitian Kim, Y., & Lee, H. S. (2014).....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	78
Tabel 4.4.....	80
Tabel 4.5 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas layanan (X1)..	82
Tabel 4.6 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepercayaan Masyarakat (X2).....	84
Tabel 4.7 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Perceived usefulness</i> (Z).....	86
Tabel 4.8 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan masyarakat (Y).....	88
Tabel 4.9 Combined Loadings and Cross-Loadings .....	92
Tabel 4.10 Hasil <i>Average Variances Extracted</i> .....	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	93
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung .....	94
Tabel 4.13 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung .....	96
Tabel 4.14 <i>Total Effects</i> .....	97
Tabel 4.15 Uji Model Penelitian.....	99
Tabel 4.16 Rangkuman Uji Hipotesis .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Grand Theory</i> .....	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	45
Gambar 4.1 Model Hipotesis .....	98

