

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran, sebagai salah satu pilar utama dalam pengelolaan organisasi modern, telah mengalami evolusi yang dramatis. Kotler et al. (2019) menegaskan bahwa era digital telah menggeser fokus pemasaran dari orientasi produk menjadi pengalaman pelanggan yang holistik. Pergeseran ini tidak hanya relevan bagi sektor swasta, tetapi juga menjadi imperatif bagi organisasi publik dalam meningkatkan kualitas layanan mereka. Sejalan dengan hal tersebut, Kannan & Li (2020) menekankan pentingnya integrasi berbagai saluran komunikasi dan pemanfaatan data pelanggan untuk personalisasi layanan. Strategi ini menjembatani gap antara ekspektasi pengguna yang semakin tinggi dan kapabilitas organisasi dalam memberikan layanan yang responsif dan adaptif. Adaptabilitas dalam manajemen pemasaran, sebagaimana digarispawahi oleh Kumar (2021), menjadi kunci dalam menghadapi dinamika perubahan perilaku konsumen yang semakin cepat dan tidak terduga. Hal ini berimplikasi langsung pada sektor pelayanan publik, di mana fleksibilitas dan responsivitas menjadi atribut yang tidak dapat ditawar. Denhardt & Denhardt (2019) mengemukakan bahwa paradigma *New Public Service* menekankan urgensi kolaborasi antara pemerintah dan warga negara dalam menciptakan nilai publik. Paradigma ini menuntut transformasi fundamental dalam cara lembaga pemerintah beroperasi, dari model birokrasi tradisional menuju pendekatan yang lebih partisipatif dan berorientasi pada kepuasan masyarakat.

Saat ini pada era digital, kepuasan masyarakat terhadap layanan publik juga dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik atau *e-service quality*. (Qomariah, 2019) mengembangkan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu serta menggunakan sistem yang mudah dipahami oleh pelanggan atau user, sehingga pelanggan/user tidak merasa kesulitan dengan pelayanan yang diberikan terlebih pada jenis layanan *online*. (Winarno, 2020) meneliti dampak teknologi pada layanan dan kepuasan pelanggan. Mereka berpendapat bahwa teknologi dapat meningkatkan personalisasi dan efisiensi layanan, tetapi juga menciptakan tantangan baru dalam hal privasi dan keamanan data. (Choi, 2019) melakukan meta-analisis tentang *e-service quality* dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Mereka menemukan bahwa dimensi kualitas seperti desain situs web, keandalan, keamanan, dan layanan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan elektronik.

Dengan demikian, kepuasan masyarakat terhadap layanan publik merupakan hasil dari interaksi kompleks antara kualitas layanan, kepercayaan terhadap pemerintah, persepsi kegunaan dan berbagai faktor lainnya. (Löffler, 2019) mengusulkan pendekatan "*Public Service Logic*" yang menekankan pentingnya *co-produksi* dan *co-creation* nilai dalam layanan publik untuk meningkatkan kepuasan masyarakat. (Pratama, 2021) meneliti peran inovasi dalam meningkatkan kinerja layanan publik. Mereka berpendapat bahwa inovasi yang berfokus pada kebutuhan pengguna dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan masyarakat. (Lestari, 2020) menganalisis tren reformasi manajemen publik di berbagai negara. Mereka menekankan pentingnya pendekatan yang disesuaikan dengan konteks lokal dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk meningkatkan efektivitas layanan publik dan kepuasan masyarakat.

(Kotler & Keller, 2020) menekankan bahwa organisasi, termasuk lembaga pemerintah, harus fokus pada penciptaan dan penyampaian nilai kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan. Mereka berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk membangun loyalitas dan reputasi positif. (Qomariah, 2019) memberikan penjelasan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan serta harapan mereka akan sebuah produk maupun jasa, sehingga timbul perasaan senang. (Osborne, 2020) meneliti proses psikologis yang mendasari kepuasan pelanggan. Ia mengembangkan model "*expectancy-disconfirmation*" yang menjelaskan bagaimana kepuasan terbentuk melalui perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya di Kabupaten Jember. Salah satu dampak dari perkembangan ini adalah munculnya konsep *smart city* atau kota pintar, yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas dan kualitas hidup masyarakat di Kabupaten Jember. Dalam upaya mewujudkan *smart city*, Pemerintah Kabupaten Jember telah meluncurkan aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) sebagai sarana publik berbasis digital. Hal ini juga menjadi komitmen dari Pemerintah Kabupaten Jember untuk mewujudkan pelayanan publik yang prima bagi masyarakatnya. Komitmen ini sejalan dengan amanat Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) merupakan salah satu inovasi yang diperkenalkan oleh Pemerintah Kabupaten Jember melalui Dinas Komunikasi dan

Informatika perlu berinovasi dalam menyediakan proses layanan yang ramah pengguna, terintegrasi secara teknologi dan responsif terhadap kebutuhan individual. Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI), yang merupakan *SuperApps* yang dijadikan sebagai wadah untuk memberikan informasi seputar Kabupaten Jember serta menampung aplikasi yang ada pada Perangkat Daerah yang terintegrasi dan bisa diakses dimanapun, kapanpun oleh masyarakat. Jumlah penduduk Kabupaten Jember 2.584.233 jiwa (Badan Pusat Statistik (BPS), 2023) dengan sebaran di 31 Kecamatan merupakan tantangan yang harus dirubah menjadi peluang untuk memberikan pelayanan terbaik berbasis digital. Selain itu sesuai Landasan hukum yang ada pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Jember 2021 – 2026 ”Meningkatnya penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan publik berbasis elektronik dan terselenggaranya pemerintahan dan pelayanan publik oleh SDM Aparatur yang kompeten” (Jember, 2021).

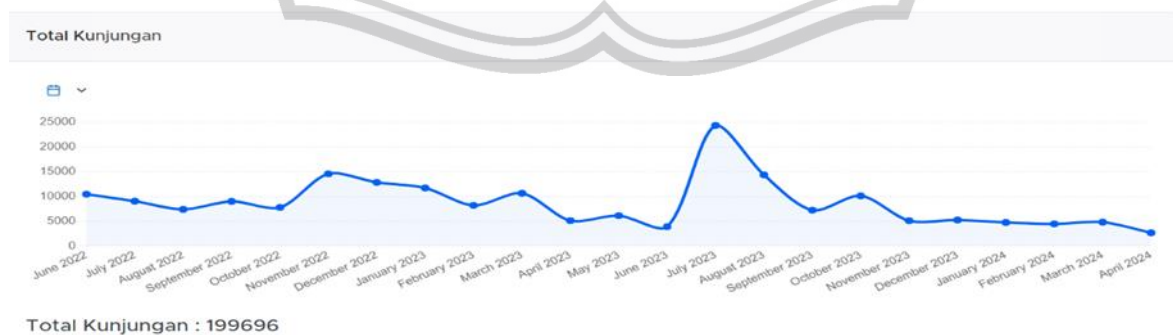
Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) merupakan terobosan inovatif dalam menyediakan layanan publik yang terintegrasi. Aplikasi J-KOPI dirancang berbasis *mobile* untuk dapat mempermudah layanan bagi masyarakat di Kabupaten Jember. Diluncurkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jember pada tanggal 1 Juni 2022, Aplikasi J-KOPI memiliki berbagai layanan dari Perangkat Daerah di Kabupaten Jember yang bertujuan untuk menambah akses informasi dan penyampaian layanan publik yang efisien. Sejak diluncurkan dan hingga saat ini pada bulan April 2024 tercatat jumlah pengguna yang mengakses Aplikasi JKOPI sebanyak 199.696 pengguna.

Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) memiliki beberapa kategori layanan, yaitu : Jember Pelayanan Masyarakat (J-YANMAS), Jember Melihat dan

Memantau (JELITA), Jember Digital Enterpreneur (J-DER), Berita terkini Kabupaten Jember (J-NEWS) dan Kegiatan Event di Kabupaten Jember (J-EVENT). Aplikasi J-KOPI juga memudahkan masyarakat didalam pengurusan surat menyurat dari Camat, Lurah dan Kepala Desa dengan berbasis tanda tangan elektronik. Terdapat 18 layanan surat keterangan yang dapat diakses oleh masyarakat secara online, seperti surat keterangan tidak mampu, surat keterangan domisili, surat keterangan kepemilikan kendaraan bermotor, surat pengantar SKCK dan surat keterangan lainnya.

Aplikasi J-KOPI yang diluncurkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jember, ternyata masih belum diketahui oleh masyarakat luas. Hal ini dapat dilihat dari jumlah akun yang terverifikasi pada aplikasi J-KOPI, dan jumlah pengguna J-KOPI, hingga data ini ditulis terdapat 2.378 pengguna yang telah terverifikasi oleh admin J-KOPI. Beberapa permasalahan berkaitan dengan Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) yang ada mempengaruhi kepuasan masyarakat untuk menggunakan aplikasi J-KOPI. Selain itu juga masih banyak fitur yang tidak bisa dimanfaatkan oleh masyarakat, hal ini juga mengakibatkan pengguna aplikasi mengalami fluktuasi dari tahun 2022 (gambar 1.1).

Gambar 1.1 Statistik Grafik J-KOPI



Sumber : Dashboard J-KOPI (Jember Kota Pintar) Data Total Kunjungan tanggal 29 April 2024

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah akses dari pengguna J-KOPI mengalami fluktuatif. Data tersebut menunjukkan ada indikasi minat masyarakat menggunakan aplikasi J-Kopi mengalami kecenderungan menurun pada awal tahun 2024. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna mengalami penurunan. Sehingga fenomena penelitian ini adalah menurunnya kepuasan pengguna aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI). Maka, peneliti mencoba memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi dengan mengadopsi beberapa variabel diantaranya adalah kualitas layanan dan kepercayaan masyarakat dengan *perceived usefulness* sebagai intervening.

Minat pengguna untuk menggunakan aplikasi J-KOPI mengalami penurunan, tetapi bagi pengguna yang telah memanfaatkan aplikasi J-KOPI setelah dilakukan evaluasi, maka didapatkan hasil sebagai berikut. Yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 Evaluasi Pengguna Aplikasi.

Tabel 1.1
Evaluasi pengguna aplikasi J-KOPI

No	Indikator	2022	2023	Keterangan
1	Jumlah Pengguna	976	1.606	Pengguna yang sudah terverifikasi
2	Keaktifan Pengguna	71.051	112.010	Jumlah akses aplikasi
3	Jumlah fitur yang bisa diakses	18	29	jumlah fitur
4	Fitur yang banyak dimanfaatkan	5.119	7.093	J-Event (Informasi Event Jember)
5	fitur yang jarang digunakan	79	54	Informasi WRS BMKG (79) & Informasi PDP Kahyangan (54)
6	Keluhan Pengguna	2	16	Keluhan berdasar rating di Google PlayStore (Bintang 1-3)

Sumber: Dashboard statistik J-KOPI.

Berdasarkan tabel evaluasi pada pengguna aplikasi J-KOPI menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang memberikan rating atau penilaian pada *platform*

google play store. Sehingga hal ini juga yang mempengaruhi pengguna aplikasi J-KOPI mengalami fluktuasi.

Kualitas pelayanan publik menjadi faktor kunci dalam menentukan tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan oleh pemerintah. (Kurniawan, 2021) mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Perbaikan dalam dimensi-dimensi tersebut dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan masyarakat. Lebih lanjut (Lovelock & Wirtz, 2021) menjelaskan pentingnya manajemen hubungan pelanggan dalam meningkatkan kepuasan. Pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan adalah kunci untuk memberikan layanan yang memuaskan. Peran teknologi tidak dapat dipungkiri dalam memfasilitasi interaksi yang lebih personal dan responsif dengan masyarakat. (Joshi, 2019) mengembangkan model SERVQUAL yang banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Model ini menekankan pentingnya menjembatani kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka tentang layanan yang diterima. Perbaikan berkelanjutan dalam kualitas layanan adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa bukti empiris mendukung pernyataan ahli di atas, seperti penelitian (Pramularso, 2020) secara simultan dan parsial kualitas pelayanan dan kinerja pegawai memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat di Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap Kementerian Ketenagakerjaan. Penelitian (Fatimah dkk., 2022) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian (Budiarno dkk., 2022)

menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Suriyanto & Istriani, 2019) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Jasa Transportasi Ojek Grab-Cardi Yogyakarta. Penelitian (Nur Cahyo & Novita Dewi, 2024) kualitas pelayanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan terhadap layanan publik. (Indrayana, 2021) menekankan pentingnya membangun kepercayaan melalui pelayanan yang berorientasi pada masyarakat. Kepercayaan juga dapat dibangun melalui transparansi, akuntabilitas dan pelayanan yang konsisten. (Setyowati & Suryoko, 2020) mengeksplorasi hubungan antara kepercayaan publik dan kinerja pemerintah. Kepercayaan bukan hanya hasil dari kinerja yang baik, tetapi juga merupakan prasyarat untuk implementasi kebijakan yang efektif dan penerimaan layanan publik oleh masyarakat. (Hood, 2019) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik dalam konteks reformasi administrasi publik. Tulisannya menekankan pentingnya komunikasi yang efektif, keterlibatan warga, dan manajemen ekspektasi dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik.

Bukti empiris berkaitan dengan kepercayaan masyarakat diantaranya penelitian (Riyanto & Qomariyati, 2021) menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa layanan di Kantor X. Penelitian (Dewi dkk., 2024) kepercayaan berpengaruh

signifikan terhadap variabel Y yaitu kepuasan masyarakat dalam pembuatan kartu keluarga di Kecamatan Cimahi Tengah. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Nur Cahyo & Novita Dewi, 2024) kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Seiring dengan perkembangan teknologi, persepsi kegunaan atau *perceived usefulness* juga berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, terutama dalam konteks adopsi teknologi dalam layanan publik. (Laudon & Laudon, 2020) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan dapat meningkatkan kepuasan pengguna karena mereka merasa teknologi tersebut dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam aktivitas sehari-hari. (Hetherington, 2020) mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan peran *perceived usefulness* dalam adopsi teknologi. Tulisannya menjelaskan bahwa jika pengguna menganggap teknologi berguna, mereka lebih cenderung mengadopsi dan puas dengan teknologi tersebut. (Giddens, 2020) memperluas pemahaman tentang adopsi teknologi dengan mengembangkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model ini mengintegrasikan berbagai faktor, termasuk persepsi kegunaan, yang mempengaruhi penerimaan dan kepuasan pengguna teknologi.

Selanjutnya berkaitan dengan variabel *perceived usefulness* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Seperti penelitian (Latifah dkk., 2020) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *trust* secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna *e-commerce* Shopee, (Londa dkk., 2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang

signifikan antara persepsi kredibilitas, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Namun berbeda dengan penelitian (Prayanthi dkk., 2020) *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.

Perceived usefulness memiliki peranan yang penting dalam membangun kepuasan masyarakat. Oleh karenanya dibutuhkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serta manfaat yang akan diterima oleh masyarakat. Menurut Ghasemaghaei dan Eslami (2022), kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan persepsi pengguna tentang kegunaan suatu sistem atau layanan, terutama dalam lingkungan digital. Mereka menemukan bahwa elemen-elemen kualitas layanan seperti responsivitas, keandalan, dan jaminan berkontribusi positif terhadap *perceived usefulness*. Sejalan dengan ini, Kamal et al. (2020) dalam penelitian mereka tentang adopsi e-government, mengungkapkan bahwa kualitas layanan elektronik yang baik secara langsung mempengaruhi persepsi warga tentang kegunaan layanan pemerintah online. Sejalan dengan penelitian (Fakhrudin, 2020) meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap *Perceived usefulness* dalam konteks mobile banking. Mereka menemukan bahwa dimensi kualitas layanan seperti efisiensi dan keandalan secara signifikan mempengaruhi persepsi kegunaan layanan mobile banking. (Dwiyanto, 2021) mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking di Iran. Studi ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif yang signifikan terhadap *Perceived usefulness*, yang pada gilirannya mempengaruhi niat untuk mengadopsi layanan.

Perceived usefulness juga memerhatikan jaminan keamanan data pengguna untuk memberikan rasa percaya penggunanya. Kepercayaan masyarakat memainkan peran krusial dalam membentuk *perceived usefulness* suatu layanan atau teknologi. (Bovaird & Löffler, 2019) tentang adopsi teknologi blockchain di sektor publik, menemukan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan teknologi secara signifikan mempengaruhi persepsi mereka tentang kegunaan teknologi tersebut. Mereka berpendapat bahwa ketika masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, mereka lebih cenderung melihat inovasi teknologi sebagai sesuatu yang bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Lebih lanjut, (Cole & Parston, 2021) dalam penelitian mereka tentang adopsi layanan kesehatan mobile, mengonfirmasi bahwa kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan dan teknologi yang digunakan memiliki efek positif langsung pada *perceived usefulness*. Sejalan dengan penelitian (Baldock dkk., 2019) menemukan bahwa kepercayaan mempengaruhi secara positif *Perceived usefulness* platform virtual sosial, yang kemudian berdampak pada kepuasan pelanggan. Dalam konteks mobile banking, (Shareef dkk., 2018) mengungkapkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived usefulness*, terutama pada tahap awal adopsi layanan. Sementara itu, tinjauan sistematis oleh (Alkhowaiter, 2020) terhadap penelitian di negara-negara Teluk menegaskan bahwa kepercayaan secara konsisten menjadi faktor penting yang mempengaruhi *Perceived usefulness* dalam adopsi layanan perbankan dan pembayaran digital. Temuan-temuan ini mendukung hipotesis bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen, semakin tinggi pula persepsi kegunaan yang dirasakan terhadap suatu layanan atau teknologi.

Karena masih banyaknya masyarakat yang mengurus surat keterangan secara manual dengan mendatangi kantor kelurahan, kantor desa dan kantor

kecamatan ataupun juga pada Mal Pelayanan Publik (MPP). Dikarenakan tingkat penggunaan aplikasi J-KOPI oleh masyarakat masih minim maka perlu untuk diketahui kepuasan, kepercayaan, ataupun *perceived usefulness* dari masyarakat pengguna J-KOPI. Kualitas layanan dan kepercayaan masyarakat merupakan faktor kunci yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi J-KOPI. Kualitas layanan yang baik, meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dapat meningkatkan *perceives usefulness* (kegunaan yang dirasakan) oleh masyarakat terhadap aplikasi J-KOPI. *Perceives usefulness* menjadi variabel yang mempengaruhi hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan masyarakat dan kepuasan penggunaan aplikasi J-KOPI. Jika masyarakat menganggap aplikasi J-KOPI berguna dan bermanfaat bagi kehidupan setiap individu, maka akan cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya dan merasa puas. Sehingga fenomena penelitian ini adalah menurunnya kepuasan pengguna aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI). Maka, peneliti mencoba memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi dengan mengadopsi beberapa variabel diantaranya adalah kualitas layanan dan kepercayaan masyarakat dengan *perceived usefulness* sebagai intervening. Selain itu berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa menurunnya kepuasan masyarakat dalam menggunakan aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI), maka hal ini memicu peneliti perlu untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dengan *Perceived Usefulness* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang didapat pada objek penelitian yang menunjukkan bahwa terjadinya penurunan pengguna pada Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya kualitas layanan dan kepercayaan serta *perceived usefulness* sebagai perantara. Maka pertanyaan penelitian yang akan muncul adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)?
2. Apakah kepercayaan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* pada Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)?
4. Apakah kepercayaan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* pada Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)?
5. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI)?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) melalui *perceived usefulness*?
7. Apakah kepercayaan masyarakat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) melalui *perceived usefulness*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah mengembangkan/membangun model penelitian sebagai solusi atas permasalahan yang dibahas dengan penggunaan variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan

pengguna dengan *perceived usefulness* sebagai variabel intervening pada pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) di Kabupaten Jember. Dari pengembangan model tersebut dirinci tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI).
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI).
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap *perceived usefulness* pada Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI).
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap *perceived usefulness* pada Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI).
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI).
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) melalui *perceived usefulness*.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Jember Kota Pintar (J-KOPI) melalui *perceived usefulness*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Praktis.
 - a. Bagi Objek penelitian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan diharapkan dapat menjadi referensi dalam perumusan strategi untuk meningkatkan pelayanan, kepercayaan serta kepuasan pengguna sehingga penggunaannya dapat terus bertumbuh serta aplikasi J-Kopi dapat bermanfaat untuk masyarakat jember.
 - b. Bagi *stakeholder* hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna aplikasi.
2. Manfaat Akademis.

Bagi universitas penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi dalam mengembangkan teori-teori mengenai pelayanan publik yang terkait dengan pelayanan masyarakat, sehingga nantinya dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi dunia ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya bagi layanan publik.

Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bukti empiris tentang variabel yang diteliti, sehingga dapat dikembangkan dengan menambah variabel yang berbeda.
3. Manfaat Kebijakan
 - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Pemerintah Kabupaten Jember dalam mengembangkan kebijakan peningkatan kualitas pelayanan publik berbasis digital, khususnya dalam aspek kepercayaan masyarakat

dan kemanfaatan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek kepercayaan masyarakat, terutama pada indikator *willingness to depend*, masih memerlukan perhatian khusus. Hal ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang berfokus pada penguatan kepercayaan publik terhadap layanan digital pemerintah.

- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk penyusunan kebijakan strategis dalam pengembangan aplikasi pelayanan publik di Kabupaten Jember. Data empiris yang diperoleh, terutama terkait kepuasan pengguna dan *perceived usefulness*, memberikan gambaran konkret tentang aspek-aspek yang perlu diprioritaskan dalam pengembangan aplikasi. Hal ini dapat membantu pembuat kebijakan dalam mengalokasikan sumber daya dan menentukan fokus pengembangan sistem yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.