

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MELALUI PERCEIVED VALUE PADA PEMBUATAN SKCK ONLINE DI POLRESTA SIDOARJO

Kerry Bagus Riandra¹, Eddy Yunus²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo
Jalan Semolowawu no 84 Surabaya, Indonesia

Email: kerrybagusriandradata@gmail.com¹, eddy.yunus@unitomo.ac.id²

English Title: ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON USER SATISFACTION THROUGH PERCEIVED VALUE ON ONLINE SKCK PROGRAMME AT POLRESTA SIDOARJO

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna melalui *perceived value* layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 pengguna layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis jalur melalui model analisis regresi linier ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna tanpa melalui *perceived value* sebagai variabel intervening ($t\text{ sobel} = 1,561$; $p\text{ value} = 0,119 > 5\%$). Penelitian ini juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ($\beta = 0,257$; $t\text{ hitung} = 2,821$; $p\text{ value} = 0,006 < 5\%$); tetapi kualitas pelayanan tidak berpengaruh *perceived value* ($\beta = 0,185$; $t\text{ hitung} = 1,863$; $p\text{ value} = 0,065 > 5\%$). Selain itu penelitian ini juga menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ($\beta = 0,351$; $t\text{ hitung} = 2,857$; $p\text{ value} = 0,000$).

Kata kunci: *perceived value*; kualitas pelayanan; kepuasan pengguna; SKCK *online*

Abstract: This study is aimed to investigate the effect of service quality on user satisfaction mediated by *perceived value* of online SKCK service in Polresta Sidoarjo. By collecting questionnaires from 100 online SKCK users, this study applied path analysis by conducting linear regression model. The result shows that service quality influence positively and significantly on users' satisfaction without mediating of *perceived value* ($t\text{ sobel} = 1,561$; $p\text{ value} = 0,119 > 5\%$). Service quality directly influence positively and significantly on users' satisfaction ($\beta = 0,257$; $t\text{ value} = 2,821$; $p\text{ value} = 0,006 < 5\%$); yet service quality did not influence *perceived value* significantly ($\beta = 0,185$; $t\text{ value} = 1,863$; $p\text{ value} = 0,065 > 5\%$). This study also revealed that *perceived value* positively and significantly on users' satisfaction ($\beta = 0,351$; $t\text{ value} = 2,857$; $p\text{ value} = 0,000$).

Keyword: *perceived value*; service quality; user satisfaction; SKCK *online*

PENDAHULUAN

Pada era ini kehidupan masyarakat mengalami banyak perubahan sebagai akibat dari kemajuan yang telah dicapai dalam proses pembangunan sebelumnya dan kemajuan yang pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Perubahan yang dapat dirasakan sekarang ini adalah terjadinya perubahan pola pikir masyarakat ke arah yang semakin kritis. Hal itu dimungkinkan, karena semakin hari warga masyarakat semakin cerdas dan semakin memahami hak dan kewajibannya sebagai warga. Kondisi masyarakat yang demikian menuntut hadirnya pemerintah yang mampu memenuhi berbagai tuntutan kebutuhan dalam segala aspek kehidupan mereka, terutama dalam mendapatkan pelayanan yang sebaik-baiknya dari pemerintah.

Pada era globalisasi, teknologi menjadi sebuah kebutuhan bagi setiap individu dalam mengikuti trend perkembangan zaman. Hal ini membuat setiap Negara harus bisa menyesuaikan diri agar tidak tertinggal oleh Negara lain dari segi pengetahuan di bidang teknologi. Selain itu kebutuhan teknologi pun tidak terbatas pada penggunaan teknologi individu, tetapi penggunaan teknologi oleh pemerintah dalam menjalankan pemerintahan yang berbasis elektronik. Proses tumbuh kembangnya teknologi informasi dewasa ini, diterapkan dalam bentuk penyelenggaraan pemerintahan yang bermaksud agar publik atau masyarakat dapat mendapatkan bentuk pelayanan yang berkualitas dalam rangka mewujudkan praktek *good governance*. Salah satu bentuk dari penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik ialah E-Governance. Sebagai bagian dari terobosan dan inovasi pemerintah, Payung hukum yang mendasari E-Governance masih mengacu pada konsep E-Government yang tertuang dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan E-Government. Karena dalam perjalanannya konsep E-Government pun berkembang pesat menjadi lebih luas dan tidak hanya terpaku pada satu peran yaitu pemerintah. Tetapi dengan perubahan cara kerja pemerintah yang semakin modern, kini E-Government pun berkembang menjadi lebih luas dengan konsep E-Governance. E-Governance sendiri merupakan penggunaan teknologi dengan alat bantu internet oleh pemerintah untuk menyediakan layanan yang menjangkau masyarakat, pelaku bisnis dan pemangku kepentingan lainnya. Jadi dalam hal ini E-Governance merupakan proses pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat untuk membantu menjalankan sistem pemerintahan secara lebih efisien dan efektif. Karena itu, ada beberapa sub bagian yang menunjang pelaksanaan E-Governance menjadi lebih efektif dan juga efisien. Yang pertama adalah internet sebagai alat bantu, website sebagai salah satu infrastruktur, aplikasi sebagai sebuah konten yang memudahkan aksesibilitas masyarakat dalam menjangkau pelayanan yang diberikan oleh pemerintah. Kedua, tujuan dari pemanfaatannya sehingga proses pemerintahan dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Dalam E-Governance, pemerintahan modern membuat terobosan yang terbaik dari teknologi serta alat pendukungnya yaitu internet untuk berkomunikasi dan memberikan informasi kepada masyarakat umum serta pengusaha agar segala bentuk layanan transaksi dengan pemerintah bisa dilakukan melalui teknologi dengan alat pendukungnya yaitu internet.

Pemerintah memiliki tugas penting dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat baik itu pada tingkat pusat ataupun daerah. Pelayanan publik yang diberikan kepada masyarakat merupakan suatu tugas penting yang harus dijalankan oleh pemerintah seperti tercantum dalam Undang-Undang Dasar 1945. Pada hakikatnya pemerintah ialah pelayan masyarakat yang berkewajiban untuk lebih mendahulukan kepentingan-kepentingan masyarakat dibanding kepentingan individu, karena pemerintah ada bukan untuk dilayani melainkan melayani masyarakat. Penyelenggaraan

pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah ialah upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar pada setiap warganya seperti yang tertera pada Undang-Undang Dasar 1945. Undang-Undang Dasar 1945 mengamanatkan kepada negara untuk memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara demi kesejahteraan, sehingga efektivitas suatu sistem pemerintahan sangat ditentukan oleh baik buruknya penyelenggaraan negara (Surjadi, 2009:7). Seperti halnya pengertian pelayanan publik menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Karakteristik pelayanan publik yang bersifat cenderung monopoli membuat pemerintah tidak menghadapi permasalahan persaingan pasar sehingga menyebabkan lemahnya pengelolaan pelayanan publik yang berkualitas. Seringkali masyarakat beranggapan bahwa struktur birokrasi di Indonesia berbelit, gemuk, panjang dan mengakibatkan urusan di lembaga penyedia pelayanan publik membutuhkan waktu yang lebih lama serta biaya yang tinggi. Selain itu juga, ketiadaannya standarisasi pelayanan publik yang menjadi pedoman bagi setiap aparat pemerintah merupakan salah satu sisi kelemahan pemerintah dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat. Berdasarkan kondisi nyata saat ini menunjukkan bahwa pelayanan publik masih sering dihadapkan pada sistem pemerintahan yang kurang efektif dan efisien serta sumberdaya manusia yang kurang memadai. Selain itu juga banyak keluhan yang seringkali disampaikan masyarakat baik itu secara langsung ataupun melalui media massa seperti, prosedur yang berbelit-belit, tidak adanya kepastian jangka waktu penyelesaian, sikap petugas yang kurang responsif, dan masih banyak lagi.

Saat ini banyak sekali tantangan yang harus diatasi, maka dari itu upaya peningkatan kualitas pelayanan publik menjadi salah satu fokus perhatian pemerintah sehingga penyelenggara atau penyedia pelayanan serta bagi masyarakat yang merupakan pihak pengguna layanan. Karena itu peningkatan kualitas pelayanan terus dilakukan oleh pemerintah seiring dengan meningkatnya permintaan dan banyaknya keluhan yang disampaikan oleh masyarakat sehingga perlu diadakannya evaluasi pada setiap instansi.

Pelayanan publik dalam setiap periodenya selalu mendapatkan sorotan. Pemerintah selalu dituntut untuk terus meningkatkan pelayanan publik yang diberikannya kepada masyarakat. Hal ini perlu dilakukan oleh pemerintah karena masyarakat memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pemerintah selaku penyedia layanan publik. Pemerintah harus menyediakan pelayanan publik yang mudah, cepat, efisien serta murah. Konsekuensi dari adanya hal itu pun juga tidak mudah, pemerintah dituntut untuk selalu berpikir inovatif dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Kepolisian merupakan salah satu instansi dari pemerintah yang memberikan pelayanan pada masyarakat. Fungsi pemerintah yang dijalankan oleh Polri dibidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat penegakan hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Tugas ini berkaitan erat dengan tugas-tugas sosial yang sehari-harinya berhadapan dengan masyarakat. Di samping berfungsi sebagai salah satu lembaga penegak hukum dan penjaga keamanan masyarakat, kepolisian juga memiliki fungsi sebagai instansi yang memberikan pelayanan administrasi kepada masyarakat. Salah satunya ialah SKCK merupakan salah satu pelayanan dasar administratif yang penting.

Public service merupakan suatu perwujudan dari fungsi aparaturnegara sebagai abdi masyarakat disamping tugasnya sebagai abdi negara. Salah satu bentuk layanan publik yang diberikan pemerintah melalui pihak kepolisian ialah pembuatan

suratketerangan catatan kepolisian (SKCK). Berdasarkan Undang-Undang RI nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia dijelaskan bahwa hanya kepolisian yang dapat mengeluarkan SKCK tersebut bukan instansi-instansi yang lain. Penerbitan SKCK telah diatur dalam Peraturan Kapolri Nomor 18 Tahun 2014, sehingga kewenangan penerbitan SKCK dilakukan pada tingkat Polsek, Polres, Polda dan juga Mabes. Pembuatan SKCK pun juga dapat dilakukan di Polsek, Polres ataupun Polda setempat sesuai dengan kebutuhan masing-masing dan juga alamat atau domisili pemohon SKCK.

Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK) adalah surat yang dikeluarkan oleh kepolisian yang menerangkan bahwa pemohon tidak pernah mempunyai kesalahan hukum sebagai syarat melamar kerja di instansi pemerintah atau yang lainnya. Tujuan adalah untuk mengetahui riwayat hukum seseorang, dan untuk memastikan bahwa orang tersebut tidak mempunyai kesalahan hukum yang berat, yang dapat mengakibatkan reputasi instansi tersebut menjadi buruk. umumnya SKCK yang telah diserahkan tersebut sehingga pernah melakukan kasus tindak pidana, yang mengakibatkan pemohon mempunyai catatan di kepolisian. Seorang yang membuat SKCK yang memiliki catatan tindak pidana tetap biasa membuat SKCK dengan statusnya pernah melakukan kasus tindak pidana.

Ketentuan dari kepolisian untuk mendapatkan SKCK bagi narapidana yang masih dalam proses tahanan tidak berhak mendapatkan SKCK karena belum dinyatakan bebas, akan tetapi untuk mantan narapidana atau orang yang pernah melakukan tindak pidana walaupun berkali-kali tetap berhak mendapatkan SKCK. Salah satu usaha pihak pemerintah melalui kepolisian Republik Indonesia untuk mempermudah dan meringkas pembuatan SKCK adalah dengan penggunaan aplikasi SKCK *Online*. Polresta Sidoarjo sebagai Salah satu Polres yang awal dalam menerapkan pembuatan SKCK *Online*. Polresta Sidoarjo mulai menerapkan Sistem *online* pada pembuatan SKCK pada tahun sekitar 2016. Dan telah berkali-kali melakukan perbaikan sehingga hingga saat ini pembuatan SKCK *Online* telah berjalan baik dan sangat membantu mempercepat pembuatan SKCK bagi masyarakat kabupaten Sidoarjo.

Proses pembuatan SKCK menjadi lebih praktis dan lebih efisien. Sistem ini dapat membantu dan memudahkan pekerjaan petugas sehingga prosesnya menjadi lebih cepat selesai. Petugas memperoleh informasi langsung dari data kriminalitas, sehingga tidak ada waktu tunggu. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan Polresta Sidoarjo pada pembuatan SKCK (Surat Keterangan Catatan Kepolisian) secara *Online* membuat masyarakat penggunaannya mempunyai kepuasan yang lebih dari ketika menggunakan manual.

Selanjutnya penelitian ini ditujukan untuk menguji hipotesis penelitian yaitu:

H1 = Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem *online* dalam pembuatan SKCK di Polresta Sidoarjo.

H2 = Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* sistem *online* dalam pembuatan SKCK di Polresta Sidoarjo.

H3 = *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem *online* dalam pembuatan SKCK di Polresta Sidoarjo

H4 = Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui *perceived value* sebagai variabel intervening sistem *online* dalam pembuatan SKCK di Polresta Sidoarjo.

METODE

Pendekatan Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif kausalitas atau penelitian yang meneliti sebab akibat. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X), Kepuasan (Y), *Perceived Value* (Z). Kualitas Layanan (X), yaitu Perbandingan antara harapan pengguna atas apa yang mereka inginkan dengan persepsi atas apa yang akan mereka dapat (Gronroos dalam Angelova dan Zekiri, 2011).

Kepuasan (Y), yaitu rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok oleh perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian, (Susetyo dalam Supriyatna, 2017)

Perceived Value (Z). yaitu Penilaian konsumen mengenai apa yang diterima dengan pengorbanan apa yang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah produk atau jasa. (Rismanita *et al.*, 2018)

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode survei menggunakan kuesioner. Hasil penyebaran kuesioner selanjutnya akan diskoring dengan menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:93).

Metode analisis yang digunakan adalah *path analysis* atau analisis jalur. Adapun tahapan analisis jalur dalam penelitian ini adalah:

1. Menentukan model jalur yang dibentuk dalam penelitian.
2. Menentukan model persamaan

Model persamaan dalam penelitian ini terdiri atas dua model, yaitu:

Model 1: Kepuasan Pengguna = β_1 Kualitas Pelayanan + β_2 *Perceived Value* + ε_1

Model 2: *Perceived Value* = β_3 Kualitas Pelayanan + ε_2

3. Melakukan pengujian asumsi klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri atas uji asumsi normalitas untuk Model 1 dan Model 2; uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas untuk Model

1. Model 2 tidak membutuhkan uji multikolinieritas dan heterokedastisitas, karena Model 2 merupakan model regresi linier sederhana.

- a) Normalitas
- b) Multikolinieritas
- c) Heterokedastisitas

4. Pengujian koefisien regresi linier
5. Pengujian koefisien determinasi
6. Pengujian hipotesis
 - a. Uji t
 - b. Uji Sobel

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada pencari SKCK Online di Polresta Sidoarjo. Jumlah kuesioner yang terkumpul adalah sebanyak 100 kuesioner. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisa dengan menggunakan *path analysis* atau analisis jalur.

HASIL PENELITIAN

Profil responden penelitian meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan. Responden penelitian ini adalah masyarakat Sidoarjo yang sudah pernah menggunakan layanan SKCK *online* di Polresta Sidoarjo. Kuesioner didistribusikan kepada 100 responden dengan karakteristik responden sebagai berikut:

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Deskripsi | Jumlah | Persentase |
|--------------|------------|----------------|
| Laki-laki | 50 | 50,00% |
| Perempuan | 50 | 50,00% |
| Total | 100 | 100,00% |

Responden penelitian ini adalah 50% berjenis kelamin perempuan dan 50% pengguna laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa pemohon SKCK *online* di Sidoarjo adalah berimbang antara pemohon yang laki-laki dan perempuan

Distribusi Responden Berdasarkan Rentang Usia

| Deskripsi | Jumlah | Persentase |
|---------------|------------|----------------|
| 18 – 22 tahun | 29 | 29,00% |
| 23 – 27 tahun | 28 | 28,00% |
| 28 – 32 tahun | 16 | 16,00% |
| 33 – 37 tahun | 17 | 17,00% |
| 38 - 42 tahun | 10 | 10,00% |
| Total | 100 | 100,00% |

Responden penelitian ini mayoritas berusia antara 18-27 tahun, yaitu sebanyak 57%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna SKCK *online* mayoritas adalah kelompok usia dari remaja akhir dan dewasa dini.

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

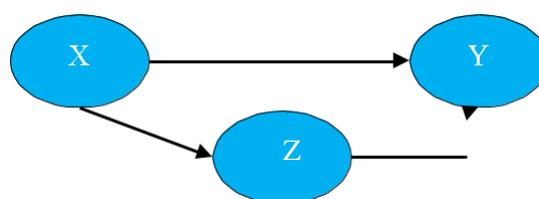
| Deskripsi | Jumlah | Persentase |
|--------------|------------|----------------|
| SMA/SMK | 39 | 39,00% |
| S1 | 53 | 53,00% |
| S2 | 8 | 8,00% |
| Total | 100 | 100,00% |

Responden penelitian ini mayoritas berpendidikan setingkat strata 1, yaitu sebanyak 53%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna SKCK *online* mayoritas adalah kelompok masyarakat yang telah mengenyam pendidikan sampai setingkat strata 1.

Selanjutnya, model analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Keterangan: X= Kualitas Pelayanan; Z= *Perceived Value*

; Y= Kepuasan Pengguna



Gambar 1. Model Analisis

Analisis jalur dalam penelitian ini diterapkan untuk meneliti peran mediasi *perceived value* atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna SKCK *online* Polresta Sidoarjo.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen (kuesioner) yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas

Uji ini diperlukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan telah layak serta menghasilkan data yang layak pula untuk pengujian hipotesis penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner mengukur apa yang diinginkan. Untuk mengukur validitas digunakan korelasi *pearson product moment* (r). Jika korelasi *pearson product moment* antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi < 0.05 ($\alpha=5\%$), maka item pertanyaan dinyatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows version* 20.0. Sementara itu, untuk pengujian reliabilitas, maka dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan, di mana harus lebih besar daripada 0,6. Hasil pengujian validitas untuk masing-masing item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada pengujian tahap pertama, ada dua item kualitas pelayanan yang tidak valid, yaitu item nomor 13 dan item nomor 15 karena memiliki nilai r yang signifikan >5%, yaitu 0,134 dan 0,328. Selanjutnya, dilakukan pengujian validitas variabel kualitas pelayanan tahap 2, di mana seluruh item dinyatakan valid, karena seluruh item memiliki nilai r yang signifikan pada <5%. Tabel 5.5 juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliabel, karena memiliki nilai *cronbach alpha* yang >0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel kualitas pelayanan adalah valid dan reliabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Perceived Value* (N=100)

| Item | Kode | Tahap 1 | | |
|---|--------|---------|------------|-------|
| | | r | Sig. value | Ket. |
| Pengujian Validitas | | | | |
| Fasilitas pelayanan memiliki kualitas yang baik | Nilai1 | 0,642 | 0,000 | Valid |
| Pelayanan yang menyenangkan | Nilai2 | 0,415 | 0,000 | Valid |
| Biaya sepadan dengan pelayanan yang diberikan | Nilai3 | 0,722 | 0,000 | Valid |
| Citra positif di mata pengguna | Nilai4 | 0,546 | 0,000 | Valid |
| Pengujian Reliabilitas | | | | |
| <i>Cronbach Alpha</i> Tahap 1 | | 0,361 | | |
| <i>Cronbach Alpha</i> Tahap 2 | | 0,479 | | |

*)nilai marginal, karena item tinggal 2 pernyataan.

menunjukkan bahwa seluruh item *perceived value* adalah valid, karena memiliki nilai r yang signifikan pada $<5\%$. Namun demikian, ketika diuji reliabilitas item, maka dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan adalah 0,361 yang $<0,6$. Dengan demikian, variabel *perceived value* disimpulkan tidak reliabel. Setelah dilakukan penelusuran terhadap nilai *cronbach's alpha if item deleted*, maka dapat dilihat bahwa ditemukan adanya variabel yang memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* yang lebih besar dibandingkan nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan, yaitu item nomor 2, yang memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sebesar 0,479

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pengguna (N=100)

| Item | Kode | Tahap 1 | | |
|---|-------|---------|------------|-------|
| | | R | Sig. value | Ket. |
| Pengujian Validitas | | | | |
| Senang menggunakan jasa pelayanan Polresta Sidoarjo | Kep1 | 0,675 | 0,000 | Valid |
| Teknologi dan peralatan yang digunakan membantu dalam melakukan pengurusan SKCK | Kep 2 | 0,647 | 0,000 | Valid |
| Pelayanan yang diberikan telah memenuhi kebutuhan pengguna | Kep3 | 0,674 | 0,000 | Valid |
| Secara keseluruhan, merasa puas atas kualitas jasa di Polresta Sidoarjo | Kep4 | 0,851 | 0,000 | Valid |
| Pengujian Reliabilitas | | | | |
| <i>Cronbach Alpha</i> | | 0,679 | | |

menunjukkan bahwa semua item yang mewakili variabel kepuasan pengguna adalah valid, karena memiliki nilai r yang signifikan pada $<5\%$. Selain itu, variabel kepuasan pengguna juga sudah memenuhi syarat reliabilitas instrumen, karena memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih besar daripada nilai *cut off value* yang dipersyaratkan, yaitu 0,6. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa variabel kepuasan pengguna adalah valid dan reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas Model

| Model | Variabel Dependen | Variabel Independen | Nilai <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | <i>Sig. Value</i> |
|---------|------------------------|------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Model 1 | Kepuasan pengguna | Kualitas pelayanan | 0,866 | 0,442 |
| | | <i>Perceived value</i> | | |
| Model 2 | <i>Perceived value</i> | Kualitas pelayanan | 1,354 | 0,51 |

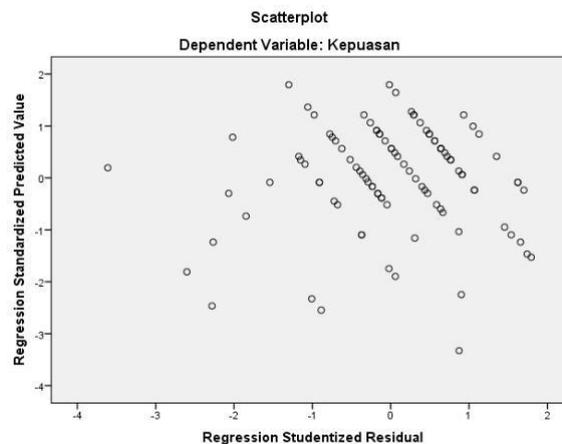
Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa kedua model memiliki adalah normal, karena nilai *kolmogorov-smirnov* yang dihasilkan memiliki nilai yang signifikan di atas 0,05. Dengan demikian, kedua model yang dihasilkan adalah layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji Multikolinieritas Model

| Model | Variabel Independen | <i>Tolerance</i> | Nilai VIF |
|---------|------------------------|------------------|-----------|
| Model 1 | Kualitas pelayanan | 0,966 | 1,035 |
| | <i>Perceived value</i> | 0,966 | 1,035 |

Pengujian asumsi multikolinieritas pada Tabel 5.10 tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *perceived value* memiliki nilai nilai *tolerance* >0,1 dan VIF <10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Model 1 bebas multikolinieritas. Pada Model 2, menggunakan model linier sederhana, sehingga tidak membutuhkan asumsi multikolinieritas

Uji Heterokedastisitas



menunjukkan bahwa scatter plot yang terbentuk adalah menyebar di atas dan di bawah sumbu Y, serta tidak membentuk kurva tertentu. Dengan demikian, ketiga model yang dianalisis dalam penelitian ini adalah bebas problem heterokedastisitas.

Analisis Koefisien Regresi

Analisis Koefisien Regresi

| Model | Variabel Dependen | Variabel Independen | Nilai Beta | Nilai t | Sig. Value |
|---------|------------------------|------------------------|------------|---------|------------|
| Model 1 | Kepuasan pengguna | Kualitas pelayanan | 0,257 | 2,821 | 0,006 |
| | | <i>Perceived value</i> | 0,351 | 2,857 | 0,000 |
| Model 2 | <i>Perceived value</i> | Kualitas pelayanan | 0,185 | 1,863 | 0,065 |

kualitas pelayanan dan *perceived value* memberi kontribusi positif terhadap kepuasan pengguna masing-masing sebesar 0,257 dan 0,351; dan kualitas pelayanan memberi kontribusi positif terhadap *perceived value* sebesar 0,185.

Analisis Koefisien Determinasi

| Model | Variabel Dependen | Variabel Independen | R ² | Adjusted R ² | Nilai F | Sig. Value |
|---------|------------------------|------------------------|----------------|-------------------------|---------|------------|
| Model 1 | Kepuasan pengguna | Kualitas pelayanan | | 0,207 | 13,904 | 0,000 |
| | | <i>Perceived value</i> | | | | |
| Model 2 | <i>Perceived value</i> | Kualitas pelayanan | 0,034 | | 3,471 | 0,065 |

besaran kemampuan prediksi variabel kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan pengguna layanan SKCK *online* secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 0,207. Kemampuan prediksi ini tergolong lemah, karena nilai *adjusted R²* adalah berada di rentang 0 sampai 1. Di mana semakin mendekati angka 1 maka besaran kemampuan prediksi makin kuat dan semakin mendekati angka 0, maka besaran kemampuan prediksi makin lemah. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa kemampuan prediksi kedua variabel adalah sebesar 20,7%. Artinya ada variabel lain yang memengaruhi kepuasan pengguna yang tidak masuk dalam pengamatan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini meliputi dua jenis pengujian, yaitu uji t dan uji sobel. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis 1, 2, dan 3. Sedangkan uji Sobel digunakan untuk menguji hipotesis 4.

Uji t

| Model | Variabel Dependen | Variabel Independen | Nilai Beta | Nilai t | Sig. Value | Keterangan |
|---------|------------------------|------------------------|------------|---------|------------|------------------|
| Model 1 | Kepuasan pengguna | Kualitas pelayanan | 0,257 | 2,821 | 0,006 | Signifikan |
| | | <i>Perceived value</i> | 0,351 | 2,857 | 0,000 | Signifikan |
| Model 2 | <i>Perceived value</i> | Kualitas pelayanan | 0,185 | 1,863 | 0,065 | Tidak Signifikan |

Hasil uji t tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai t yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan dalam memengaruhi kepuasan pengguna adalah sebesar 2,821 dengan *sig. value* sebesar 0,006. Nilai *sig. value* ini lebih kecil daripada 5%, sehingga dapat dijelaskan bahwa Hipotesis 1 adalah **diterima**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna”.
2. Nilai t yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan dalam memengaruhi *perceived value* adalah sebesar 1,863 dengan *sig. value* sebesar 0,065. Nilai *sig. value* ini lebih besar daripada 5%, sehingga dapat dijelaskan bahwa Hipotesis 2 adalah **ditolak**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa “kualitas pelayanan **tidak berpengaruh** positif dan signifikan terhadap *perceived value*”.
3. Nilai t yang dihasilkan oleh variabel *perceived value* dalam memengaruhi kepuasan pengguna adalah sebesar 2,857 dengan *sig. value* sebesar 0,000. Nilai *sig. value* ini lebih kecil daripada 5%, sehingga dapat dijelaskan bahwa Hipotesis 3 adalah **diterima**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa “*perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna”.

Uji Sobel

Uji Sobel digunakan untuk menguji efek mediasi atau intervening *perceived value* dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Perhitungan nilai *sobel test* dilakukan melalui perhitungan *online* sebagai berikut:

Uji Efek Mediasi

| Uji Efek Mediasi | | |
|--|-------------------|-------------------|
| | <i>Sobel test</i> | <i>Sig. Value</i> |
| Kualitas pelayanan -- > <i>Perceived value</i> --> Kepuasan pengguna | 1.561 | 0,119 |

Sumber: Data Diolah (2019)

Tahapan pengujian hipotesis peran *perceived value* dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo, adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap *perceived value* layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Hasil perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *perceived value*, dengan nilai sebesar 0,185 dengan nilai t statistik sebesar 1,863. Pengaruh positif ini tidak signifikan karena nilai *sig.value* yang dihasilkan adalah sebesar 0,065 yang lebih besar dari 5%.
- b. Menghitung pengaruh langsung *perceived value* terhadap kepuasan pengguna layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Hasil perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai sebesar 0,351 dengan nilai t statistik sebesar 2,857. Pengaruh positif ini signifikan karena nilai *sig.value* yang dihasilkan adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 5%.
- c. Menghitung nilai sobel dengan menggunakan formulasi *online*. Hasil perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai sobel yang dihasilkan adalah sebesar 1,561 dengan *significant value* sebesar 0,119. Artinya, hipotesis 4 **ditolak**

kebenarannya, yang dapat dijelaskan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna **tanpa melalui *perceived value* sebagai variabel intervening**”.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Analisis menunjukkan bahwa besaran kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 0,257. Besaran kontribusi ini positif dan signifikan karena nilai t yang dihasilkan adalah sebesar 2,821 dengan *sig. value* pada 0,006 yang lebih kecil daripada 5%.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Mensah dan Mensah, 2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen diperhatikan oleh pengguna, baik dari sisi fasilitas, pemanfaatan teknologi, kebersihan dan kenyamanan lokasi, ketepatan waktu, sumberdaya manusia (tampilan petugas, pengetahuan dan kemampuan petugas, serta sikap petugas). Di mana keseluruhan elemen ini diperhatikan oleh pengguna dan menciptakan rasa senang dan membantu kebutuhan pengguna dalam melakukan pengurusan SKCK *online*.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif tapi tidak Signifikan terhadap *Perceived Value*. Analisis menunjukkan bahwa arah pengaruh kualitas pelayanan terhadap *perceived value* adalah positif sebesar 0,185. Namun demikian besaran pengaruh ini tidak signifikan karena nilai t yang dihasilkan adalah sebesar 1,863 yang signifikansinya lebih besar daripada 5%, yaitu 0,065. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak memengaruhi terhadap *perceived value* layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* (Yu *et al.*, 2014; Hapsari *et al.*, 2017). Tidak berpengaruhnya kualitas pelayanan terhadap *perceived value* ini dapat dijelaskan bahwa nilai yang terbentuk dalam benak pengguna atas SKCK *online* adalah lebih cenderung pada kualitas atas fasilitas dan biaya (Nilai1 dan Nilai3). Sementara itu, kualitas pelayanan yang paling diperhatikan oleh pengguna adalah perasaan aman bagi pengguna dalam memanfaatkan teknologi SKCK *online* Polresta Sidoarjo (Kua10). Artinya, tidak semua elemen kualitas pelayanan mampu mendukung terciptanya nilai yang dipersepsi oleh pengguna SKCK *online* Polresta Sidoarjo.

Perceived Value Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Analisis menunjukkan bahwa arah pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pengguna adalah positif sebesar 0,351.

Besaran pengaruh ini signifikan karena nilai t yang dihasilkan adalah sebesar 2,857 yang signifikansinya lebih kecil daripada 5%, yaitu 0,000. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi nilai yang dipersepsi oleh pengguna atas kemanfaatan yang diterima maka kepuasan pengguna juga semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Yu *et al.*, 2014). Besaran pengaruh ini menjelaskan bahwa kualitas fasilitas dan beban biaya yang sepadan dengan pelayanan yang disampaikan mampu menjadikan pengguna senang menggunakan layanan SKCK *online* Polresta Sidoarjo. Terutama

karena pemanfaatan teknologi dan peralatan yang digunakan membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan pengguna saat mengurus SKCK *online*.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna tanpa Melalui *Perceived Value* sebagai Variabel Intervening. Analisis menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna adalah bersifat langsung tanpa ada mediasi dari *perceived value*. Hasil ini didukung oleh besaran nilai Sobel yang dihasilkan yaitu sebesar 1,561 dengan tingkat signifikansi 0,119 yang lebih besar daripada 5%. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa ada atau tidak ada *perceived value*, kualitas pelayanan akan tetap memberikan kontribusi dalam membentuk kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa meskipun secara parsial *perceived value* memengaruhi kepuasan pengguna secara positif dan signifikan, tetapi kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, kedua variabel memengaruhi kepuasan pengguna tanpa saling berintervensi. Nilai yang terbentuk pada pengguna atas layanan SKCK bukan semata-mata dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi lebih pada **manfaat biaya** yang diperoleh pengguna. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Sanchez-Fernandez dan Iniesta-Bonillo (2007) bahwa nilai merupakan perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk atau layanan.

KESIMPULAN

Hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Besaran kontribusi kualitas pelayanan dalam memprediksi kepuasan pengguna layanan SKCK Polresta Sidoarjo adalah positif sebesar 0,257. Besaran kontribusi ini positif dan signifikan karena nilai *t* yang dihasilkan adalah sebesar 2,821 dengan *sig. value* pada 0,006 yang lebih kecil daripada 5%.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tapi **tidak signifikan** terhadap *perceived value*. Besaran kontribusi kualitas pelayanan dalam memprediksi *perceived value* layanan SKCK Polresta Sidoarjo adalah positif sebesar 0,185. Namun demikian besaran pengaruh ini tidak signifikan karena nilai *t* yang dihasilkan adalah sebesar 1,863 yang signifikansinya lebih besar daripada 5%, yaitu 0,065.
3. *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Besaran kontribusi *perceived value* dalam memprediksi kepuasan pengguna layanan SKCK Polresta Sidoarjo adalah positif sebesar 0,351. Besaran pengaruh ini signifikan karena nilai *t* yang dihasilkan adalah sebesar 2,857 yang signifikansinya lebih kecil daripada 5%, yaitu 0,000.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna **tanpa melalui *perceived value* sebagai variabel intervening**. Hasil ini didukung oleh besaran nilai Sobel yang dihasilkan yaitu sebesar 1,561 dengan tingkat signifikansi 0,119 yang lebih besar daripada 5%.

Adapun saran penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak manajemen, hendaknya menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang memperhatikan keamanan pengguna, seperti keamanan data pribadi pengguna. Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh pengguna dalam mendukung

kualitas pelayanan. Di mana kualitas pelayanan ini memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam membentuk kualitas pelayanan pengguna.

2. Bagi pihak manajemen, hendaknya memperhatikan prosedur, kualitas teknologi, kemudahan, dan beban biaya dalam pengurusan SKCK *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi atas nilai atas layanan SKCK *online* lebih dominan pada kualitas fasilitas (yaitu teknologi) dan beban biaya yang dianggap sepadan oleh pengguna. Dengan demikian, ketika ada perubahan pembebanan biaya maka hal ini akan memengaruhi persepsi nilai pada pengguna, dan akan berdampak pada kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan SKCK *online* tersebut.
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya, terutama yang terkait dengan peran *perceived value* dalam memediasi .pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian berikutnya dapat menambah sampel penelitian dan menambah variabel penelitian, seperti citra organisasi karena hasil penelitian ini masih menunjukkan bahwa kemampuan prediksi kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan pengguna masih sebesar 20,7%

UCAPAN TERIMAKASIH

Saya berterimakasih kepada keluarga , pihak polresta Sidoarjo, dan kawan-kawan semua atas dukungan yang terus menerus dan nasihat positifnya.

REFERENSI

- Afif, Nurullah Sururi, Jono M Munandar, Ma'mun Sarma. 2017. *Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan pada Unit Pelayanan Disdukcapil Kota Bogor*. Jurnal Manajemen dan Organisasi. Vol VIII, No 1.
- Andyaningrum, Intan Dwi s. 2017. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik (Studi Deskriptif tentang Strategi Polrestabes Surabaya dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol 5, No 2, pp. 1-11.
- Angelova, Biljana dan Jusuf Zekiri. 2011. Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences: Gale Education, Religion and Humanities Lite Package*. 1.3 (Dec. 31, 2011).
- Arganata, Dimas dan Fitrotun Niswah. 2016. Kualitas Pelayanan Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK) di Kantor Pelayanan Masyarakat Satuan Intelijen dan Keamanan Polrestabes Surabaya, *Publika*, Vol 4, No 6, pp. 1-8.
- Bailey, James E. dan Sammy W. Pearson. 1983. Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. *Management Science*, Vol. 29, No. 5 (May, 1983), pp. 530-545.
- Cowell, Donald W. (1984). *The Marketing of Services*. London: Heinemann Education Publishers.
- Doyle, Peter. 2016. Value-based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Fauziyah, Khusnul dan Eva Hany Fanida. 2017. Survei Kepuasan Masyarakat dalam Pelayanan Pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK) Online Di Polresta Sidoarjo, *Publika*, Vol 5, No 6, pp. 1-8.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS..* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, Raditha, Michael D. Clemes, dan David L. Dean. 2017. The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 9 No. 1, pp. 21-40.
- Hermanto, Andy Wahyu. 2008. Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang. *Magister Teknik Sipil Program Pasca Sarjana*, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irsan. 2012. Kualitas Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas Simpung di Bandar Lampung. *Tesis*. Universitas Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kamarni, Neng. 2011. Analisis Pelayanan Publik terhadap Masyarakat (Kasus Pelayanan Kesehatan di Kabupaten Agam). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 3, pp. 84-117.

- Lindgren, Ida, Gabriella Jansson. 2013. Electronic Services in the Public Sector: A Conceptual Framework. *Government Information Quarterly*, (30), 2, 163-172.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren Wright. 2002. *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mardikawati, Woro dan Naili Farida. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2, No. 1, pp. 64-75.
- Masdar, Sjahrazad, Sulikah Asmorowati, dan Jusuf Irianto. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi untuk Pelayanan Publik*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Mbango, Phineas dan Danie Francois Toerien. 2019. The Role of Perceived Value in Promoting Customer Satisfaction: Antecedents and Consequences. *Cogent Social Sciences*, 5: 1684229, pp. 1-16.
- Mensah, Ishmael dan Rebecca Dei Mensah. 2018. Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, Vol. 4, No. 1, pp. 27-36.
- Moenir, A.S. 2014. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mutiawati, Cut, Fitrika Mita Suryani, Renni Anggraini, dan Azmeri. 2019. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nesa, R.S.E.C, N.M.A.E.D. Wirastuti, N Indra ER. 2015. Tingkat Kepuasan Pengguna Website www.unud.ac.id. *E-Journal SPEKTRUM* Vol. 2, No. 2.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. 1998. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40.
- Rismanita, Rinda Ayu, Edriana Pengestuti, dan Lusy Deasyana Rahma Devita. 2018. Pengaruh Perceived Value dan Satisfaction terhadap Brand Loyalty (Survei pada Pelanggan Produk Nu Skin di Distributor Resmi Perumahan Aluminium Kota Malang). *Jurnal Administras Bisnis*, Vol 63, No 1, pp. 207-215.
- Sanapiah, Azis. 2000. Pelayanan yang Berorientasi kepada Kepuasan Masyarakat. *Administrasi Negara*, Vol 6 Nomor 1.
- Sanchez-Fernandez, Raquel dan M. Angeles Iniesta-Bonillo. 2007. The Concept of Perceived Value: A Systematic Review of the Research. *Marketing Theory*, 7, pp. 427-451.
- Sarwono, Jonathan. 2011. Mengenal Path Analysis: Sejarah, Pengertian dan Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 11, No. 2, pp. 285 – 296.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.
- Sriwardiningsih, Enggal. 2013. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Website Kampus Binus. *Business Review* Vol. 4 No. 1, pp. 423-434.
- Subagio, Hartono dan Robin Saputra. 2012. Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, pp. 42-52.
- Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung CV. Alfabet
- Supriyatna, Adi, Vivi Maria. 2017. Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna dan Tingkat Kepentingan Penerapan Sistem Informasi DJP *Online* dengan Kerangka PIECES. *KHAZANAH INFORMATIKA*. Vol. 3 No. 2. 2477-698X.
- Sweeney, J. C. dan Geoffrey Soutar . 2001. Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, Vol. 77, No. 2, pp. 203-220.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Widodo, Joko. 2001. *Etika Birokrasi Dalam Pelayanan Publik*. Malang: Citra Malang.
- Williams, Kevin, Samir Chatterjee, Matti Rossi. 2008. *Design of emerging Digital Services: A Taxonomy*. *European Journal of Information Systems*, 17, 505–517.
- Yu, Hyun Soon, James J. Zhang, Dae Hyun Kim, dan Kenny K. Chen. (2014). Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention Among Fitness Center Members Aged 60 Years and Over. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, Vol. 45, No. 2, pp. 757-768.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.