

Analisis Kualitas Layanan *E-Government* pada Wajib Pajak Kota Metro

Finny Ligery¹, Siti Roudhotul Jannah¹, Ahmad Muslimin¹, Anggiani Sri Kinanti¹

¹ Universitas Ma'arif Lampung, Indonesia



finnyligery@umala.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat kualitas layanan *e-government* dalam bentuk aplikasi e-samsat yang digunakan untuk kemudahan membayar pajak menjadi lebih cepat. Pengambilan sampel pada riset ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive* dengan unit analisis yaitu wajib pajak kendaraan roda dua pada Kota Metro. Analisis data diolah dengan *structural equation modelling* bantuan aplikasi LISREL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *e-government* memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepercayaan masyarakat dibandingkan dengan kepuasan masyarakat. Lebih lanjut, kepercayaan wajib pajak berdampak pada kepuasan wajib pajak sehingga hal ini dapat menjadi tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor roda dua.

Kata Kunci: Kualitas Layanan E-Government, Wajib Pajak, Kualitas Layanan

Published by
Website

Fakultas Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Furqan Makassar
<https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Kemajuan sistem berbasis teknologi telah membentuk sarana baru bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan masyarakat (Raza *et al.*, 2020). Melalui inovasi ini, organisasi pada sektor publik menghadapi revolusi layanan publik yang sangat besar dalam penerapan sistem layanan elektronik. Selanjutnya, Butt *et al.*, (2019) menyatakan bahwa pengelolaan layanan publik dengan penerapan teknologi informasi merupakan fenomena yang muncul di negara berkembang, dan konsep *e-government* (pemerintahan elektronik) telah menarik perhatian publik dalam dekade terakhir.

Layanan *e-government* merupakan layanan online yang terdiri dari interaksi digital antara masyarakat dengan pemerintah (C2G); pemerintah dan lembaga pemerintah (G2G); pemerintah dan masyarakat (G2C); pemerintah dan pegawai (G2E); pemerintah dan bisnis/perdagangan (G2B) (Butt *et al.*, 2019). Inovasi dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi telah membentuk media interaksi antara orang dan penyedia layanan. Selain itu, adanya inovasi tersebut telah memengaruhi semua jenis layanan organisasi pemerintah menjadi layanan elektronik. Namun, penelitian ini berfokus pada interaksi masyarakat dengan pemerintah (C2G) dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor secara elektronik atau yang dikenal sebagai e-samsat.

E-Samsat merupakan layanan elektronik yang disediakan oleh pemerintah untuk memudahkan masyarakat atau wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak tanpa harus antri. Namun, e-samsat masih memiliki kendala yang dirasakan oleh para pengguna aplikasi tersebut. Layanan elektronik tersebut dinilai memiliki prosedur yang rumit dan tidak ringkas sehingga membuat wajib pajak merasa kecewa dalam menggunakannya (Bachmid *et al.*, 2019). Selain itu, masih banyak pengetahuan wajib pajak yang minim tentang layanan elektronik seperti e-samsat. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui kualitas layanan elektronik pada e-samsat.

Layanan elektronik dapat didefinisikan sebagai penyediaan layanan elektronik kepada pelanggan yang menggunakan internet sebagai media pendukung (Saanen *et al.*,

1999). Namun, Singh *et al.* (2020) berpendapat bahwa layanan elektronik memiliki definisi yang berbeda dalam setiap literatur seperti *e-commerce* dan *e-government*. Lebih lanjut, Rowley (2006) mengatakan bahwa terdapat tiga komponen layanan elektronik pada *e-government* yaitu penyedia layanan-lembaga pemerintah, penerima layanan-warga negara, dan bisnis dan saluran penyampaian layanan-internet. Portal layanan elektronik adalah solusi yang mendukung salah satu atau kombinasi internal pemerintah, G2B, G2G dan G2C (Beynon-Davies, 2007). Oleh karena itu, kualitas layanan *e-government* penting untuk ditingkatkan sehingga dapat memberikan layanan yang didukung sistem elektronik atau online untuk memudahkan masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut (Jacob *et al.*, 2017).

Tan *et al.* (2010) mendefinisikan kualitas layanan *e-government* sebagai sejauh mana layanan yang diberikan melalui situs web *e-government* untuk membantu masyarakat dalam menyelesaikan transaksi dengan pemerintah. Grönroos (2001) mengatakan bahwa unsur-unsur kualitas layanan elektronik diharapkan dapat memengaruhi kepercayaan secara langsung, karena dianggap mewakili isyarat kepercayaan yang menyampaikan kepercayaan situs dan sistem kepada masyarakat. Pendapat tersebut didukung pemikiran Gummesson (1979) seperti hasil riset oleh Chee-Wee *et al.* (2008) bahwa kualitas layanan *e-government* berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat.

Di sisi lain, Carter dan Weerakkody (2008) menyatakan bahwa kepercayaan adalah faktor universal yang memengaruhi adopsi *e-government*. Sebelum menggunakan layanan *e-government*, penting bagi masyarakat untuk percaya bahwa pemerintah akan menyediakan sumber daya manajerial dan teknis yang efektif dan diperlukan untuk menerapkan dan menggambarkan sistem online (Dwivedi *et al.*, 2012; Alshehri dan Drew, 2010; Colesca, 2009). Studi lain tentang kepercayaan pada *e-government* mengungkapkan bahwa kepercayaan masyarakat pada organisasi pemerintah mengurangi persepsi mereka tentang risiko dalam menggunakan layanan *e-government* (Bélanger dan Carter, 2008). Hal ini berarti bahwa temuan studi tentang kualitas layanan *e-government* terhadap kepercayaan masyarakat belum konklusif.

Kepercayaan merupakan penilaian subjektif dari satu pihak bahwa pihak lain akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan keyakinannya dalam lingkungan yang ditandai dengan ketidakpastian (Ba dan Pavlou, 2002). Beberapa studi menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, seperti hasil studi oleh Santa *et al.* (2019); Weerakkody *et al.* (2016); Kundu dan Datta (2015); Chiou *et al.* (2002). Weerakkody *et al.* (2016) berpendapat bahwa hubungan pemerintah-masyarakat memainkan peran kunci dalam pembentukan kepercayaan pada layanan web pemerintah atau *e-government* yang juga dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan tersebut. Namun, hasil studi tersebut kontras dengan hasil temuan oleh Alawneh *et al.* (2013) bahwa kepercayaan masyarakat tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Park *et al.* (2015) menyatakan bahwa kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap pemerintah menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan *e-government*. Putnam (2000); Orren (1997) berpendapat bahwa kepuasan masyarakat (yang terkait erat dengan kepercayaan masyarakat) dengan pemerintah adalah fungsi dari harapan masyarakat dan persepsi kinerja pemerintah. Hasil riset oleh Alsaghier *et al.*, (2009); Welch *et al.* (2005) menunjukkan bahwa kualitas layanan *e-government* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Akan tetapi, hasil studi oleh Kundu dan Datta (2015) mengungkapkan bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan tidak konsisten. Berdasarkan temuan-temuan tersebut menunjukkan terdapat inkonsistensi antara kualitas layanan *e-government* dengan kepuasan masyarakat.

Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas layanan diartikan sebagai kualitas tingkat layanan dalam suatu sistem yang dinilai oleh pengguna berdasarkan evaluasi layanan yang diterima terhadap ekspektasi pengguna terhadap layanan tersebut (Nulhusna *et al.*, 2017; Wang *et al.*, 2010). Apabila layanan yang diberikan oleh pemerintah melalui *e-Government* dapat memenuhi harapan masyarakat secara tepat, maka kepercayaan terhadap pemerintah sebagai penyelenggara akan meningkat serta keyakinan akan penggunaan layanan elektronik melalui media internet (Wang *et al.*, 2010). Menurut Gefen (2000); Wang *et al.* (2010) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap pembentukan kepercayaan. Sebuah studi meta-analisis oleh Mou dan Cohen (2015) menunjukkan kualitas layanan adalah anteseden kepercayaan yang signifikan secara statistik dalam konteks penyedia layanan elektronik. Lebih lanjut, kualitas layanan yang diberikan melalui *e-Government* berdampak langsung pada kepercayaan publik dalam menggunakan sistem tersebut (Benbasat *et al.*, 2007). Pernyataan ini didukung hasil penelitian oleh Chee-Wee *et al.* (2008); Nulhusna *et al.* (2017); Pinem *et al.* (2018) bahwa kualitas layanan *e-government* berpengaruh positif terhadap kepercayaan masyarakat. Dari uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Layanan *e-Government* berpengaruh positif terhadap kepercayaan wajib pajak.

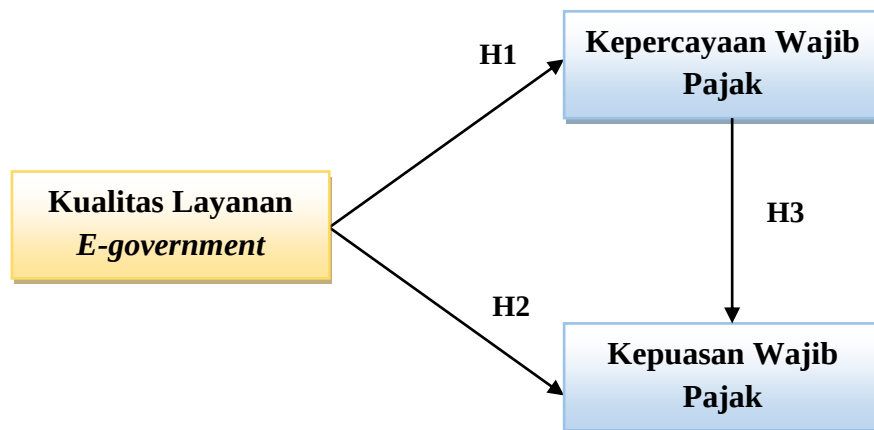
Kualitas layanan menangkap tingkat perbedaan di antara persepsi dan harapan konsumen (Parasuraman *et al.*, 1988). Penelitian yang ada menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan anteseden penting dari kepuasan dan ukuran keberhasilan sistem informasi dalam *e-commerce* (Delone dan Mclean, 2004) dan *e-government* (Grimsley dan Meehan, 2007). Pernyataan tersebut senada dengan hasil riset oleh Alsaghier *et al.* (2009) bahwa kepercayaan terhadap layanan publik elektronik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Selanjutnya, Alkraihi (2020) mengatakan bahwa mengakses layanan *e-government* melalui saluran online sangat mudah dan fleksibel sehingga memudahkan pencarian informasi dan penyelesaian transaksi dengan cara efisien dan efektif dapat meningkatkan kepuasan masyarakat (Shareef *et al.*, 2014). Dengan demikian, kualitas layanan *e-government* menunjukkan bahwa kualitas layanan *e-government* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat seperti hasil riset oleh Alsaghier *et al.*, (2009); Welch *et al.* (2005). Dari uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kualitas layanan *e-government* berpengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak.

Kepercayaan adalah unsur penting untuk keberhasilan layanan *e-government* (Kim *et al.*, 2009). Dengan membuat masyarakat berinteraksi dengan layanan *e-government* serta mempercayakan data pribadi, keuangan, dan medis yang sensitif kepada pemerintah, hubungan yang lebih baik dapat dipertahankan. Hasil studi oleh Mcknight *et al.* (2002) menyatakan bahwa keyakinan mempercayai mengarah pada niat mempercayai yang pada gilirannya mempengaruhi kepercayaan terkait perilaku seperti kepuasan, loyalitas dan komitmen. Hasil penelitian juga menemukan bahwa kepercayaan adalah penentu paling signifikan dari kepuasan (Kim *et al.*, 2008; Pavlou dan Fygenson, 2006; Ribbink *et al.*, 2004). Sesuai dengan temuan tersebut, hasil riset oleh Welch *et al.* (2005); Santa *et al.* (2019) menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat terhadap layanan *e-government*. Dari uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak.

Mengacu pada kerangka teoritis tentang hubungan antar variabel seperti dijelaskan dalam perumusan hipotesis, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel secara langsung dari populasi. Dilihat dari permasalahan yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua atau lebih fenomena (Sekaran, 1992), melalui pengujian hipotesis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor roda dua di Kota Metro.

Pengambilan sampel pada riset ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive*. Penggunaan teknik sampling demikian dilakukan karena karakteristik elemen populasi atau unit sampel tidak diketahui dengan pasti (Hair et al., 2018; Ligery et al., 2021). Penelitian ini berfokus pada wajib pajak kendaraan roda dua yang berstatus sebagai pegawai swasta. Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Byrne (1998); Ghozali (2013) yang merekomendasikan jumlah sampel minimal yang dapat diterima untuk estimasi SEM adalah 100. Hair et al. (2010) mengatakan bahwa ukuran sampel yang representatif untuk menggunakan analisis SEM sebanyak minimal 5 atau 10 kali jumlah parameter yang akan di estimasi. Dalam penelitian ini jumlah parameternya adalah 31, sehingga jumlah sampel minimal sebesar yaitu $23 \times 10 = 230$.

Pengukuran kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin mulai dari 1 = "Sangat Tidak Setuju" hingga 5 = "Sangat Setuju". Kualitas layanan elektronik sebanyak tiga dimensi yang terdiri atas efisiensi sebanyak tujuh item, keamanan sebanyak empat item, dan keandalan sebanyak lima item diadopsi dari Papadomichelaki dan Mentzas (2012); kepercayaan masyarakat sebanyak empat item diadopsi dari Alawneh et al. (2013); kepuasan wajib pajak sebanyak tiga item diadopsi dari Barrutia & Gilsanz (2013). Penelitian ini dianalisis menggunakan SEM dengan aplikasi LISREL.

HASIL PENELITIAN

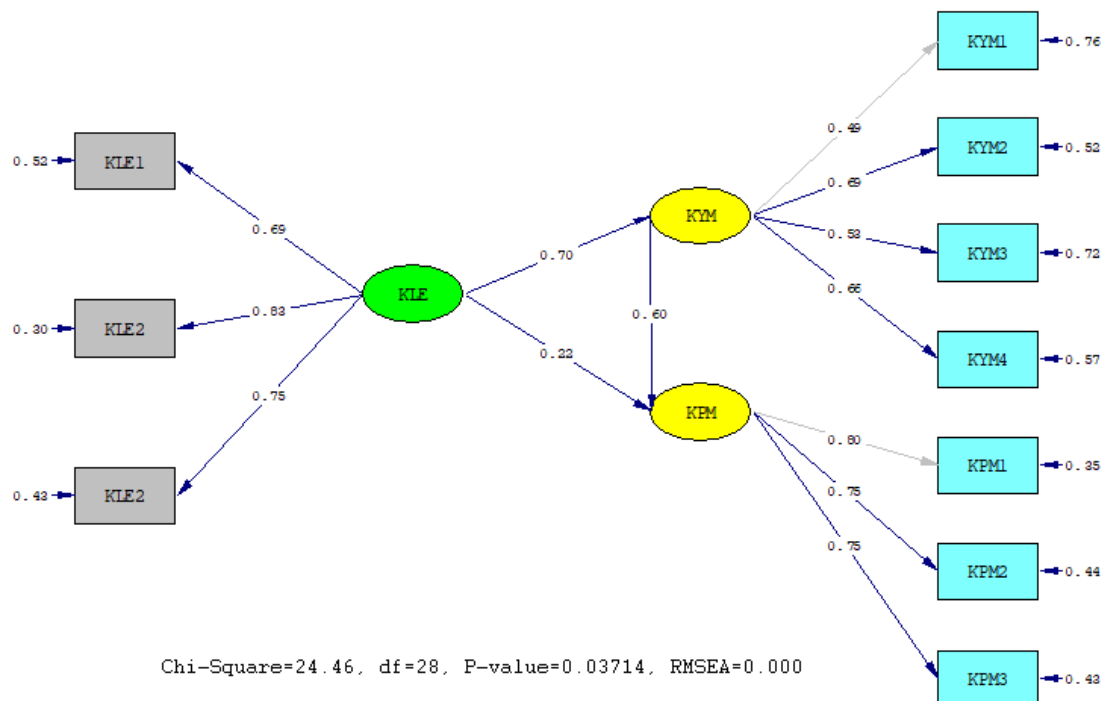
Responden dalam penelitian ini berjumlah 230 responden yang terdiri dari laki-laki sebanyak 126 responden dan perempuan sebanyak 104 responden. Responden yang memiliki pendapatan < 2 juta sebanyak 91 responden, pendapatan berkisar 2 juta – 4 juta sebanyak 87 responden, dan pendapatan berkisar 4 juta – 6 juta sebanyak 52 responden. Responden yang memiliki pendidikan SMA sebanyak 158 responden, S1 sebanyak 56 responden, dan S2 sebanyak 16 responden. Kemudian, responden yang memiliki pekerjaan sebagai buruh sebanyak 43 responden, PNS sebanyak 27 responden, wirausaha

sebanyak 35 responden, pegawai swasta sebanyak 105 responden, dan lain-lain sebanyak 20 responden.

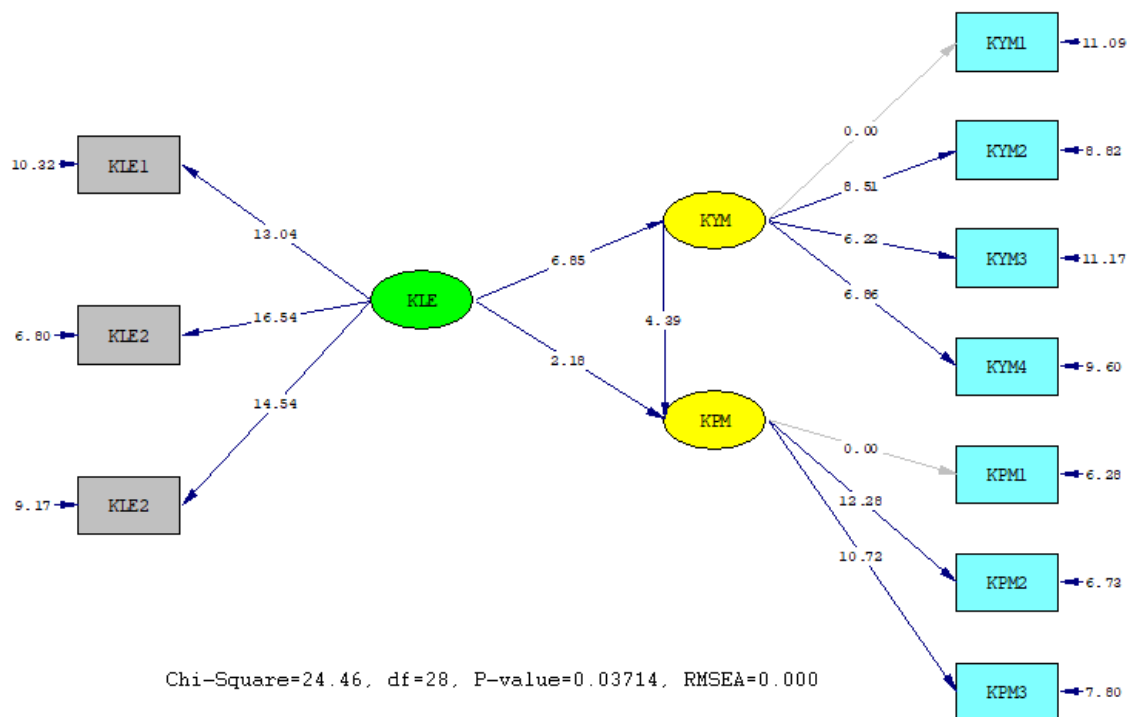
Hasil uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Standardized Loading Factor* (SLF) pada setiap indikator > 0,50. Selanjutnya, penghitungan *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE) untuk mengetahui kecocokan model pengukuran. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *Construct Reliability* (CR) > 0,70 (0,78-0,97) dan *Variance Extracted* (VE) > 0,50 (0,57-0,88) yang artinya semua indikator atau pengukuran instrumen tersebut *valid* dan *reliabel* untuk membentuk konstruk variabel laten kualitas layanan elektronik, kepercayaan wajib pajak, dan kepuasan wajib pajak.

Model penelitian ini berdasarkan analisis SEM merupakan model tunggal/model dasar, tidak ada modifikasi model dari model awal penelitian. Ukuran kecocokan absolut (*Absolute fit measures*) pada penelitian ini terdiri atas 1) Hasil uji χ^2 (chi-square) diperoleh nilai satorrabortler scaled chi-square sebesar 24,46 dengan p-value sebesar 0,037 menunjukkan bahwa memiliki kecocokan yang baik, 2) Hasil uji *Goodness of Fit Index* (GFI) memiliki nilai $0,98 \geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang baik, dan 3) Hasil *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) memiliki nilai $0,000 \leq 0,05$ menunjukkan kecocokan yang baik. Ukuran kecocokan inkremental (*Incremental fit measures*) pada penelitian ini terdiri atas 1) Hasil uji *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) memiliki nilai $0,97 \geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang baik, 2) Hasil uji *Normed Fit Index* (NFI) memiliki nilai $0,98 \geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang baik, dan 3) Hasil uji *Comparative Fit Index* (CFI) memiliki nilai $1,00 \geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang baik. Ukuran kecocokan parsimoni (*Parsimonious fit measures*) pada penelitian ini terdiri atas 1) Hasil uji *Parsimonious Normed Fit Index* (PNFI) memiliki nilai 0,61 dan 2) Hasil uji *Parsimonious Goodness of Fit Index* (PGFI) memiliki nilai 0,50.

Hasil estimasi model struktural akan ditampilkan pada Gambar 1 dan Gambar 2 sebagai berikut.



Gambar 1. *Standardized Solution*



Gambar 2. T-value

Pengujian Hipotesis

Kualitas layanan *e-government* dan kepercayaan wajib pajak

Hipotesis pertama berbunyi bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan *e-government* (KLE) dan kepercayaan wajib pajak (KYM). Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik (KLE) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan wajib pajak (KYM). Hal tersebut dapat dilihat dari t-value sebesar $6,85 > 1,96$, $p < 0,05$ dan $\beta = 0,70$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.

Kualitas layanan *e-government* dan kepuasan wajib pajak

Hipotesis kedua berbunyi bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan *e-government* (KLE) dan kepuasan wajib pajak (KPM). Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas hubungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Hal tersebut dapat dilihat dari t-value sebesar $12,18 > 1,96$, $p < 0,05$ dan $\beta = 0,22$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.

Kepercayaan wajib pajak dan kepuasan wajib pajak

Hipotesis ketiga berbunyi bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan wajib pajak (KYM) dan kepuasan wajib pajak (KPM). Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan wajib pajak (KYM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak (KPM). Hal tersebut dapat dilihat dari t-value sebesar $4,39 > 1,96$, $p < 0,05$ dan $\beta = 0,60$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *e-government* memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepercayaan masyarakat dibandingkan dengan kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa layanan pemerintah secara elektronik dalam memberikan pelayanan pajak terhadap wajib pajak harus menjadi perhatian pemangku kebijakan yaitu pihak pemerintah dan pihak SAMSAT. Kecanggihan teknologi tersebut tentu untuk memberikan dampak kemudahan dalam penggunaannya, namun adanya persyaratan yang rumit menjadi celah bagi wajib pajak untuk tidak membayar pajak maupun tidak menggunakan aplikasi tersebut. Kemudian, kualitas layanan *e-government* belum sepenuhnya meningkatkan kepuasan wajib pajak dalam menggunakan aplikasi tersebut dikarenakan faktor pengetahuan dan prosedur yang tidak ringkas. Oleh karena itu, pemangku kebijakan harus kembali mengevaluasi aplikasi tersebut agar dapat disederhanakan penggunaannya untuk memudahkan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak. Selanjutnya, kepercayaan wajib pajak berdampak pada kepuasan wajib pajak sehingga hal ini perlu menjadi perhatian pemangku kebijakan yang dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Penelitian ini memiliki keterbatasan dengan tidak memasukkan variabel kemudahan penggunaan yang dapat menjadi penyebab kepuasan wajib pajak. Penelitian ini menyarankan pada peneliti selanjutnya dapat memasukkan variabel tersebut dan menggeneralisasi temuan ini. Kemudian, peneliti selanjutnya juga dapat memasukkan unit analisis yang berbeda untuk dapat mengreplikasi penelitian ini.

REFERENSI

- Alawneh, A., Al-Refai, H., & Batiha, K. (2013). Measuring user satisfaction from e-Government services: Lessons from Jordan. *Government Information Quarterly*, 30(3), 277–288. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.03.001>
- Alkraihi, A. I. (2020). An examination of citizen satisfaction with mandatory e-government services: comparison of two information systems success models. *Transforming Government: People, Process and Policy*. <https://doi.org/10.1108/TG-01-2020-0015>
- Alsaghier, H., Ford, M., Nguyen, A., & Hexel, R. (2009). Development of an instrument to measure theoretical constructs of a model of citizens' trust in e-government. *Proceedings of the 8th European Conference on Information Warfare and Security, Military Academy, Lisbon and the University of Minho, Braga, Portugal*, 65.
- Alshehri, M., & Drew, S. (2010). Challenges of e-government services adoption in Saudi Arabia from an e-ready citizen perspective. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 66, 1053–1059.
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: Price premiums and buyer behavior. *MIS Quarterly*, 243–268.
- Bachmid, R. L., Santoso, T., & Zakariya. (2019). Evaluasi Pajak Kendaraan Bermotor Berbasis Elektronik SAMSAT. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 11(1), 1–11. <https://publik.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/3.pdf>
- Barrutia, J. M., & Gilsanz, A. (2013). Electronic Service Quality and Value: Do Consumer Knowledge-Related Resources Matter? *Journal of Service Research*, 16(2), 231–246. <https://doi.org/10.1177/1094670512468294>
- Bélanger, F., & Carter, L. (2008). Trust and risk in e-government adoption. *The Journal of Strategic Information Systems*, 17(2), 165–176.
- Benbasat, I., Cenfetelli, R. T., & Tan, C. W. (2007). Understanding the antecedents and consequences of e-government service quality: An empirical investigation. *ICIS 2007 Proceedings - Twenty Eighth International Conference on Information Systems*.
- Beynon-Davies, P. (2007). Models for e-government. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 1(1), 7–28. <https://doi.org/10.1108/17506160710733670>
- Butt, N., Warraich, N. F., & Tahira, M. (2019). Development level of electronic government services: An empirical study of e-government websites in Pakistan. *Global Knowledge*,

- Memory and Communication*, 68(1-2), 33-46. <https://doi.org/10.1108/GKMC-05-2018-0045>
- Byrne, B. M. (1998). *Structural Equation Modeling with Lisrel, Prelis, and Simplis: Basic Concepts, Applications, and Programming*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Carter, L., & Weerakkody, V. (2008). E-government adoption: A cultural comparison. *Information Systems Frontiers*, 10(4), 473-482. <https://doi.org/10.1007/s10796-008-9103-6>
- Chee-Wee, T., Benbasat, I., & Cenfetelli, R. T. (2008). Building citizen trust towards e-government services: Do high quality websites matter? *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, May 2014. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2008.80>
- Chiou, J. S., Droge, C., & Hanvanich, S. (2002). Does Customer Knowledge Affect How Loyalty is Formed? *Journal of Service Research*, 5(2), 113-124. <https://doi.org/10.1177/109467002237494>
- Colesca, S. E. (2009). Increasing E-trust: A solution to minimize risk in e-Government adoption. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 4(1), 31-44.
- Delone, W. H., & Mclean, E. R. (2004). Measuring e-commerce success: Applying the DeLone & McLean information systems success model. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(1), 31-47.
- Dwivedi, Y. K., Weerakkody, V., & Janssen, M. (2012). Moving towards maturity: challenges to successful e-government implementation and diffusion. *ACM SIGMIS Database: The DATABASE for Advances in Information Systems*, 42(4), 11-22.
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477-488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003>
- Gayatri, G., & Chew, J. (2013). How do Muslim consumers perceive service quality? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(3), 472-490. <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2012-0061>
- Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *The International Journal of Management Science*, 28(6), 725-737.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 : Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grimsley, M., & Meehan, A. (2007). e-Government information systems: Evaluation-led design for public value and client trust. *European Journal of Information Systems*, 16(2), 134-148.
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept – a mistake? *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), 150-152. <https://doi.org/10.1108/09604520110393386>
- Gummesson, E. (1979). The marketing of professional services—an organisational dilemma. *European Journal of Marketing*, 13(5), 308-318. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004951>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Jacob, D. W., Md Fudzee, M. F., Salamat, M. A., Kasim, S., Mahdin, H., & Ramli, A. A. (2017). Modelling End-User of Electronic-Government Service: The Role of Information quality, System Quality and Trust. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 226(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/226/1/012096>
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., & Han, H. (2020). Impacts of Halal-friendly services, facilities, and food and Beverages on Muslim travelers' perceptions of service quality attributes, perceived price, satisfaction, trust, and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(7), 787-811. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1715317>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model

- in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2009). Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones for Successful E-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration. *Information Systems Research*, 20(2), 237–257. <https://doi.org/10.1287/isre.1080.0188>
- Kundu, S., & Datta, S. K. (2015). Impact of trust on the relationship of e-service quality and customer satisfaction. *EuroMed Journal of Business*, 10(1), 21–46.
- Ligery, F., Bangsawan, S., & Mahrinasari, M. (2021). The Effect Of Relationship Quality On Attitude Mediated By Word Of Mouth In The Perspective Of Relationship Marketing (A Case Study In The Election Of The Member Of The Regional People's Representative Council Of Lampung, Indonesia). *Journal of Positive Psychology and Wellbeing*, 5(4), 1077–1092.
- Mcknight, D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- Mou, J., & Cohen, J. F. (2015). Antecedents of Trust in Electronic-Service Providers: Results from a Meta Analysis. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 7(1), Article 2.
- Nulhusna, R., Sandhyaduhita, P. I., Hidayanto, A. N., & Phusavat, K. (2017). The relation of e-government quality on public trust and its impact on public participation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 11(3), 393–418. <https://doi.org/10.1108/TG-01-2017-0004>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Orren, G. (1997). Fall from grace: The public's loss of faith in government. *Why People Don't Trust Government*, 77–107.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Park, M. J., Choi, H., Kim, S. K., & Rho, J. J. (2015). Trust in government's social media service and citizen's patronage behavior. *Telematics and Informatics*, 32(4), 629–641.
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 115–143.
- Pinem, A. A., Immanuel, I. M., Hidayanto, A. N., Phusavat, K., & Meyliana. (2018). Trust and its impact towards continuance of use in government-to-business online service. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 12(3–4), 265–285. <https://doi.org/10.1108/TG-02-2018-0008>
- Putnam, R. D., & others. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and schuster.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>
- Ribbink, D., Streukens, S., Van Riel, A. C. R., & Liljander, V. (2004). Comfort your online customer: Quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(6), 446–456. <https://doi.org/10.1108/09604520410569784>
- Rowley, J. (2006). An analysis of the e-service literature: Towards a research agenda. *Internet Research*, 16(3), 339–359. <https://doi.org/10.1108/10662240610673736>
- Saanan, Y. A., Verbraeck, A., & Sol, H. G. (1999). Snapshot of e-commerce's opportunities and threats. *Electronic Markets*, 9(3), 181–189.
- Santa, R., MacDonald, J. B., & Ferrer, M. (2019). The role of trust in e-Government effectiveness, operational effectiveness and user satisfaction: Lessons from Saudi Arabia in e-G2B. *Government Information Quarterly*, 36(1), 39–50.

- <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.10.007>
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business, a Skill-Building Approach* (Second Edi). John Wiley.
- Shareef, M. A., Kumar, V., Dwivedi, Y. K., & Kumar, U. (2014). Global service quality of business-to-consumer electronic commerce. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 8(1), 1–34.
- Singh, H., Grover, P., Kar, A. K., & Ilavarasan, P. V. (2020). Review of performance assessment frameworks of e-government projects. In *Transforming Government: People, Process and Policy* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/TG-02-2019-0011>
- Tan, C. W., Benbasat, I., & Cenfetelli, R. (2010). Understanding the antecedents and consequences of e-government service quality: Transactional frequency as a moderator of citizens' quality perceptions. *18th European Conference on Information Systems, ECIS 2010*.
- Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413–425.
- Wang, T., Cao, Y., & Yang, S. (2010). Building the model of sustainable trust in e-government. *2010 2nd IEEE International Conference on Information and Financial Engineering*, 698–701. <https://doi.org/10.1109/ICIFE.2010.5609454>
- Weerakkody, V., Irani, Z., Lee, H., Hindi, N., & Osman, I. (2016). Are U.K. Citizens Satisfied With E-Government Services? Identifying and Testing Antecedents of Satisfaction. *Information Systems Management*, 33(4), 331–343. <https://doi.org/10.1080/10580530.2016.1220216>
- Welch, E. W., Hinnant, C. C., & Moon, M. J. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371–391. <https://doi.org/10.1093/jopart/mui021>

Copyright Holder :

© Ligery et al. (2022).

First Publication Right :

© Jurnal Tana Mana

This article is under:

