



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN YANG DITERIMA DARING (PeSQ)  
TERHADAP e-SATISFACTION YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN  
DARING ATAS LAYANAN DARING PADA IMPLEMENTASI eSPM**

Moh. Hatta Hasanudin  
Direktorat Jenderal Perbendaharaan  
Chandra Fitra Arifianto  
Universitas Pamulang

Alamat Korespondensi: [hatta.mh@kemenkeu.go.id](mailto:hatta.mh@kemenkeu.go.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the mediating role of online trust in the relationship between online perceived service quality (PeSQ) and electronic satisfaction. The population in this study is the Work Unit in North Sulawesi with a sample size of 217 respondents. The data collection method uses a questionnaire, then the data are analyzed using path analysis. The results showed online trust is a mediating variable that links the online perceived service quality (PeSQ) to e-satisfaction on eSPM services.*

**KATA KUNCI:** PeSQ, Kepuasan, Kepercayaan, eSPM, layanan daring, Covid-19

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menguji peranan mediasi kepercayaan daring pada hubungan antara kualitas layanan yang diterima secara daring (PeSQ) dengan kepuasan elektronik. Populasi pada penelitian ini adalah Satuan Kerja di wilayah Sulawesi Utara dengan jumlah sampel sebanyak 217 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei, lalu data dianalisis menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan daring merupakan variabel mediasi yang menghubungkan kualitas layanan yang diterima (PeSQ) terhadap kepuasan elektronik pada layanan eSPM.

**KLASIFIKASI JEL:** 0380

**CARA MENGUTIP:**

Hasanudin, M. H., & Arifianto, C. F. (2020). Pengaruh kualitas layanan yang diterima daring (PeSQ) terhadap e-satisfaction yang dimediasi oleh kepercayaan daring atas layanan daring pada implementasi eSPM. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 5(4), 343-354.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang menghantam dunia, tak terkecuali Indonesia, telah memaksa seluruh entitas untuk menemukan cara agar dapat tetap melaksanakan tugas seperti sebelumnya tanpa melanggar prosedur kesehatan. Untuk itulah, Kementerian Kesehatan di tahun 2020 telah menentukan protokol kesehatan yang harus dijalankan oleh setiap institusi dan lembaga. Adanya pandemi Covid-19 ini tidak serta-merta menghentikan layanan pemerintah terhadap masyarakat. Berbagai kantor pelayanan berupaya agar tetap dapat memberikan pelayanan meski dengan adanya pembatasan interaksi, yaitu melalui berbagai kanal layanan yang tersedia hingga penyediaan kanal layanan baru (inovasi) untuk mengurangi layanan tatap muka.

Pemerintah merupakan salah satu entitas yang dipaksa untuk berinovasi agar tetap dapat memberikan layanan di masa pandemi sekalipun. Hal tersebut merupakan usaha pemberian layanan kepada masyarakat sekaligus mempertahankan kepercayaan rakyat terhadap pemerintah yang berkuasa saat ini. Kearns (2004) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah merupakan titik dasar hubungan antara rakyat dengan pemerintah, yang dibutuhkan untuk stabilitas pemerintahan itu sendiri (Welch *et. al.*, 2004).

Inovasi yang dikembangkan saat ini tentunya sebuah inovasi yang memanfaatkan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Morgeson *et. al.* (2011) menyatakan bahwa dengan peningkatan layanan melalui kanal yang berbasis TIK akan memberikan kemudahan bagi pengguna, mempercepat layanan sekaligus meningkatkan transparansi dalam pelaksanaan good governance yang akhirnya berimbas pada peningkatan kepercayaan masyarakat pada unit layanan khususnya maupun pemerintah secara umum.

Ditjen Perbendaharaan melalui 182 Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara yang tersebar di daerah merupakan salah satu unit pemerintah yang tidak mungkin menutup layanan. Mengingat perannya yang sangat vital yakni memastikan belanja negara tetap tersalurkan, meski dalam kondisi pandemi nasional. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh Ditjen Perbendaharaan adalah penyampaian Surat Perintah Membayar (SPM) melalui sistem elektronik (eSPM). Dengan metode ini, satuan kerja (satker) dapat mengajukan SPM kepada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) melalui aplikasi yang telah dibangun oleh Ditjen Perbendaharaan tanpa berkunjung ke KPPN.

Secara umum, proses autentikasi dan otorisasi kebenaran pihak/satker yang sebelumnya berdasarkan *scan barcode* Kartu Identitas Petugas pengantar SPM (KIPS) dari satker yang mengajukan tagihan, diubah dengan eSPM, yakni proses verifikasi dilakukan menggunakan sistem dengan memakai *username* dan *password* masing-masing satker yang telah ditetapkan oleh Ditjen Perbendaharaan. Dengan demikian, pengajuan tagihan dapat dilakukan tanpa tatap muka antara satker dengan petugas di KPPN yang telah disesuaikan dengan protokol kesehatan di masa pandemi ini.

Oleh karenanya penelitian ini akan membahas bagaimana layanan eSPM oleh Ditjen Perbendaharaan dan tingkat kepercayaan terhadap KPPN dapat berdampak kepada tingkat kepuasan satker sebagai *customer* utama KPPN, khususnya pada satker di Sulawesi Utara. Apakah layanan tanpa tatap muka di KPPN seperti eSPM memberikan kenyamanan kepada satker?

Perubahan mekanisme di atas apabila menjadi *new normal*, secara tidak langsung akan mendorong perubahan pola Standar Operasional Prosedur (SOP) dan analisis beban kerja di KPPN. Kegiatan layanan tatap muka dimungkinkan untuk ditiadakan, termasuk kegiatan layanan konsultasi dengan *Customer Service Officer* (CSO) KPPN yang bisa dilakukan daring (*online*) melalui HAI CSO. Apabila tingkat kepuasan satker sudah cukup tinggi terhadap implementasi layanan ~~non~~ tanpa tatap muka, maka sangat dimungkinkan jika suatu saat terjadi penutupan KPPN khususnya pada KPPN Tipe A2 atau KPPN dengan jumlah satker yang sedikit.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Kualitas Layanan yang Diterima Daring (PeSQ)

Parasuraman *et. al.* (1988) mendefinisikan kualitas layanan yang diterima atau *Perceived Service Quality* (PSQ) sebagai penilaian pelanggan atas performa dan kualitas produk. Konsep kualitas sendiri mengacu pada konsep TQM (*Total Quality Management*) yang dibangun oleh Shewart di tahun 1920 yang kemudian dikembangkan oleh berbagai peneliti di antaranya Parasuraman *et. al.* (1985) yang menilai kualitas sebagai sebuah fungsi yang membedakan antara performa yang diharapkan dengan performa yang dirasakan.

Perlahan paradigma kualitas yang lebih terfokus pada produk sebagai obyek yang diteliti, beralih pada kepuasan pelanggan. Curry dan Faulds (1986) berpendapat bahwa PSQ merupakan hasil perpaduan antara layanan, pelanggan dan instansi (perusahaan) pemberi layanan, yang

berupa evaluasi dan penilaian atas produk atau layanan.

Seiring perkembangan waktu, pemanfaatan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) menjadi tidak terelakkan lagi. Sehingga PSQ yang sebelumnya ada, dirasa kurang tepat lagi untuk mengukur kepuasan pelanggan ketika harus memanfaatkan layanan daring. Untuk itulah, pengukuran *Online PSQ* (PeSQ) disusun. Pada studi ini peneliti menggunakan metode PeSQ untuk mengukur layanan daring yang ada dan kiranya perlu lebih banyak dilakukan lagi terutama untuk layanan pemerintah.

Rareş (2014) menyusun sebuah konsep pengukuran yang merupakan hasil rangkuman dari beberapa literatur tentang pengukuran kualitas layanan baik luring maupun daring. Dalam mengukur kualitas layanan daring yang dirasakan atau *Online PSQ* (PeSQ), ada beberapa indikator yang bisa digunakan, antara lain:

- a. *Online Service Quality*, yang melihat aspek kegunaan *website*, desain, responsif, kecepatan, dan sebagainya.
- b. *Online Flow*, yang terdiri atas usaha untuk menerima layanan daring, kepribadian dan kemampuan pengguna dalam mengoperasikan layanan daring.

## 2.2. Kepuasan elektronik (*e-Satisfaction*)

Kepuasan merupakan pemenuhan apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Semakin seseorang puas, berarti dia telah terpenuhi apa yang diharapkannya. Karena kepuasan itu tidaklah nyata, maka sangat sulit untuk melihat seseorang puas atau tidak.

Di dalam suatu organisasi, kepuasan pelanggan sangatlah penting. Ini seringkali digunakan untuk menunjukkan kualitas pelayanannya. Oleh karenanya, organisasi secara berkesinambungan akan selalu meningkatkan kualitas produk ataupun jasanya. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang diterima pelanggan semakin tinggi. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan menimbulkan keuntungan bagi organisasi (Indrasari, 2019). Tak ayal, organisasi akan berusaha keras mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan tersebut.

Selain itu, organisasi juga perlu melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan. Barata (2003) menyebutkan ada beberapa aspek yang bisa digunakan dalam pengukuran ini:

- a. kemudahan mendapatkan barang atau jasa;
- b. kualitas barang atau jasa;
- c. nilai barang atau jasa;

- d. keyakinan pelanggan atas produk yang digunakan dibandingkan dengan produk lain.

Namun perkembangan teknologi sekarang ini, memunculkan layanan yang menempatkan aplikasi atau perangkat lunak sebagai medianya. Sekalipun tidak bertemu antara pemberi layanan dengan penerima layanan, bukan berarti kepuasan pelanggan tidak bisa diukur. Untuk itulah muncul istilah *e-Satisfaction* (kepuasan elektronik). Konsep yang diangkat pada *e-Satisfaction* sebenarnya sama saja dengan kepuasan pelanggan dalam konteks luring.

Moez dan Gharbi (2012) menambahkan bahwa suatu organisasi akan kesulitan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui daring, sehingga kepuasan itu pada akhirnya akan bergantung pada faktor-faktor lain yang tidak dikendalikan langsung oleh organisasi tersebut (seperti kualitas peralatannya, hambatan di internet, dan sebagainya). Untuk itulah Moez dan Gharbi (2012) menggunakan indikator kognitif dan afektif.

## 2.3. Kepercayaan daring (*online trust*)

Kepercayaan (*trust*) merupakan konstruk dari sebuah perilaku. Kepercayaan muncul karena adanya hubungan saling percaya antara *trustor* dengan *trustee*. Bahkan hingga memiliki ikatan emosional di antara mereka (Li dan Betts, 2003). Konstruk merupakan sebuah konsep yang sulit untuk diamati secara tidak langsung, terlebih lagi langsung (Morissan, 2012). Karena sulit dilihat, kepercayaan pelanggan tidaklah mudah untuk ditentukan. Padahal kepercayaan adalah aktor utama bagi pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa berulang-ulang.

Banyak organisasi yang sangat mengharapkan kepercayaan dari pelanggannya. Kepercayaan ini sangatlah besar artinya bagi sebuah organisasi. Ketika kepercayaan itu telah ada di dalam diri pelanggannya, maka loyalitas akan muncul (Setiawan dan Sayuti, 2017) dan pelanggan akan melakukan pembelian berulang. Inilah yang selalu menjadi idaman semua organisasi. Tak ayal, banyak organisasi rela menggelontorkan banyak uang untuk hanya mendapatkan sebuah kepercayaan.

Namun yang dihadapi saat ini adalah telah berubahnya karakteristik pelanggan. Telah banyak pelanggan lebih menggunakan daring dalam mengonsumsi barang atau jasa. Untuk itulah muncul konsep baru, yaitu kepercayaan daring atau *online trust*. Beldad *et. al.* (2010) menjabarkan kepercayaan daring sebagai sikap pengharapan seseorang terhadap kondisi daring dimana sebenarnya terdapat risiko kerentanan untuk dieksploitasi. Di era digital saat ini, Taddeo

(2009) juga menjabarkan beberapa kondisi yang tidak dapat dipenuhi meski kepercayaan ada di dalamnya, antara lain:

- a. interaksi langsung antar pihak;
- b. kehadiran nilai norma dan etika bersama yang mengatur interaksi dalam lingkungan; dan
- c. identifikasi bagian yang terlibat dalam interaksi.

Ling *et. al.* (2010) telah memberikan acuan dalam mengukur kepercayaan daring. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *security*, *privacy* dan *reliability*.

## 2.4 Hubungan antar variabel

Di dalam pelayanan, kepuasan dan kepercayaan merupakan faktor utama dalam menilai keberhasilan pelayanan itu sendiri. Untuk itulah telah banyak penelitian yang membahas hubungan antar variabel tersebut.

Torres-Moraga *et. al.* (2013) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki peranan penting di dalam mempengaruhi variabel kepercayaan dan juga kepuasan nasabah bank dalam pemanfaatan *internet banking* di Chile. Penelitian Budiman *et. al.* (2020) juga menunjukkan hasil bahwa *e-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-Satisfaction* pada pengguna Mandiri *online*. Di Pakistan, penelitian yang dilakukan oleh Khan *et. al.* (2019) juga mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan *e-Service Quality* terhadap *e-Customer Satisfaction* pada pelanggan e-ritel. Oleh karenanya, hipotesis yang dirangkai sebagai berikut:

H1: PeSQ secara signifikan mempengaruhi kepuasan elektronik (*e-Satisfaction*)

Chang *et. al.* (2013) menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi kualitas layanan pada pasien terhadap kepercayaan mereka kepada pusat kesehatan di Taiwan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Boonlertvanich (2019) menunjukkan adanya dampak terhadap kepercayaan yang dilakukan oleh *customer-perceived service quality* pada nasabah perbankan. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Nurhadi dan Ais (2018), bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada pelanggan PT Pos Indonesia. Sehingga hipotesis yang dirangkai sebagai berikut:

H2: PeSQ secara signifikan mempengaruhi kepercayaan daring (*Online Trust*)

Hubungan antara *online trust* dengan *e-satisfaction* dapat dilihat pada beberapa studi yang telah dilakukan. Moon dan Armstrong (2019) menyatakan bahwa *perceived trust* mampu meningkatkan kepuasan pada pelanggan pengguna

*online-to-offline*, dimana pelanggan memesan produk secara daring dan mengambil produknya di toko yang ditunjuk. Penelitian Suariedewi dan Suprpti (2020) juga menunjukkan *e-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-Satisfaction* pada pengguna aplikasi *m-banking*. Sedangkan penelitian Purnamasari (2018) menunjukkan adanya saling pengaruh positif dan signifikan antara *e-Trust* dan *e-Satisfaction* pada pelanggan ritel daring. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Mawey *et. al.* (2018) bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo. Purwa dan Ardani (2018) juga menunjukkan hasil bahwa kepercayaan nasabah PT Satwika Purwa Negara dalam memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan. Sehingga hipotesis yang dirangkai sebagai berikut:

H3: PeSQ dengan mediator kepercayaan daring (*Online Trust*) secara signifikan mempengaruhi kepuasan elektronik (*e-Satisfaction*).

## Kerangka Konseptual

Dalam suatu model regresi, terkadang ditemukan suatu hubungan tidak langsung antara satu variabel dengan variabel lainnya yang memperantarai kedua variabel tersebut dan variabel tersebut disebut sebagai *intervening variable* atau mediator. Baron dan Kenny (1986) menyatakan bahwa mediator memiliki kemampuan untuk menceritakan bagaimana atau kenapa suatu pengaruh antar variabel muncul. Hipotesis dalam model mediasi yang digambarkan Baron dan Kenny menyatakan bahwa suatu variabel independen mempengaruhi variabel mediator, dan selanjutnya akan mempengaruhi variabel dependen. Suatu model mediasi sempurna (*perfect mediation* atau *complete mediation*) akan terjadi ketika tidak terdapat efek yang signifikan pada variabel independen ke dependen ketika variabel mediator dimasukkan ke dalam persamaan.

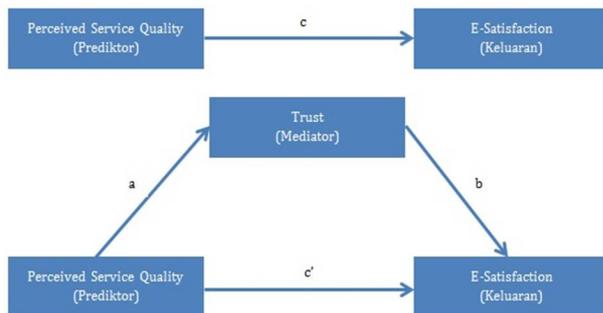
Terdapat 3 kriteria/tahapan dalam hipotesis untuk pengujian eksistensi dan peran mediator yang dikemukakan Baron dan Kenny (1986), yaitu:

1. Menyajikan persamaan regresi **variabel independen (X)** terhadap **variabel dependen (Y)** yang akan menghasilkan koefisien *c* dan signifikan ( $p < 0,05$ ).
2. Menyajikan persamaan regresi **variabel independen (X)** terhadap **variabel Mediator (M)** yang akan menghasilkan koefisien *a* dan signifikan ( $p < 0,05$ ).
3. Menyajikan persamaan regresi **variabel independen (X)** dan **variabel Mediator (M)** terhadap **variabel dependen (Y)**. Analisa regresi tersebut akan memberikan dua nilai

prediktor M dan X. Prediksi **M terhadap Y** yang menghasilkan **koefisien b** diharapkan **signifikan (p<0,05)**. Sedangkan prediksi X terhadap Y akan menghasilkan **koefisien c'** dan diharapkan **TIDAK signifikan (p>0,05)**.

Kerangka kerja dan hipotesis penelitian ini dapat dapat diusulkan dan dijelaskan dengan gambar di bawah ini.

**Gambar 1. Kerangka Berpikir Faktor yang mempengaruhi e-Satisfaction**



Ket:

Variabel X – *Online Perceived Service Quality (PeSQ)*

Variabel Y – *e-Satisfaction*

Variabel M – *Online Trust*

Selanjutnya, Hayes (2013) mengembangkan teori yang dikemukakan Baron dan Kenny (1986) yang merekomendasikan metode *bootstrapping* untuk menghitung efek tidak langsung yang tidak hanya sekadar menunjukkan hasil nilai *output* efek tidak langsung, namun juga menyediakan penyajian interval kepercayaan dan *effect size*.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Penelitian bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirancang sebelumnya. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas layanan yang diterima daring (PeSQ) terhadap variabel terikat (kepuasan elektronik) dengan adanya variabel penghubung (kepercayaan

daring). Ketiga variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert, dengan skor 1 untuk tingkatan terendah dan skor 5 untuk tingkatan tertinggi.

#### 3.2. Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan responden satker yang ada di wilayah Sulawesi Utara. Terdapat 4 KPPN di wilayah Sulawesi Utara yang melayani 447 Satker, yaitu: KPPN Bitung, KPPN Kotamobagu, KPPN Manado, dan KPPN Tahuna. Jumlah populasi untuk penelitian ini berjumlah 447 orang yang tersebar di seluruh wilayah Sulawesi Utara.

Keterbatasan ragam populasi menjadi pertimbangan utama peneliti dalam menentukan jumlah sampel. Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teori Slovin dalam menentukan jumlah sampel. Berikut rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

dimana:

n adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, dan e adalah batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).

Apabila kita masukkan jumlah populasi dalam penelitian ini (474 orang) dengan batas toleransi kesalahan 5%, maka:

$$n = \frac{474}{1 + 474 \cdot (0,05)^2} = \frac{474}{1 + 1,185} = 216,93 \sim 217 \text{ responden}$$

Namun penelitian ini menggunakan responden yang lebih banyak, yaitu 221 responden, sebagai representasi masing-masing KPPN. Tabel 1 menunjukkan jumlah responden yang mewakili masing-masing KPPN.

**Tabel 1. Gambaran Identitas Responden**

	Ins Kelamin		Status		Lama Bekerja (th)			Pendidikan				KPPN Kantor Bayar				Interaksi dengan KPPN			Pengajuan eSPM		
	L	P	BM	M	< 5 th	5-10 th	> 10 th	SMA/KD	D1/2/3	S1	S2	BTU	KMB	MAN	TAH	< 1 th	1-3 th	> 3 th	< 3 kal	3 - 5 kal	> 5 kal
<b>Jumlah</b>	117	104	33	188	33	72	116	61	29	121	10	24	71	92	34	30	49	142	11	22	188
<b>%</b>	52.9	47.1	14.9	85.1	14.9	32.6	52.5	27.6	13.1	54.8	4.5	10.9	32.1	41.6	15.4	13.6	22.2	64.3	5	10	85.1

Ket: L Laki-laki  
 P Perempuan  
 BM Belum Menikah  
 M Menikah  
 BTU Bitung  
 KMB Kotamobagu  
 MAN Manado  
 TAH Tahuna

Sumber: Data diolah (2020)

#### 4. HASIL PENELITIAN

##### 4.1 PeSQ dan kepuasan elektronik

Dengan menggunakan perhitungan SPSS, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2. Ringkasan Model PeSQ dan kepuasan elektronik**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 <sup>a</sup>	.481	.479	.71773

a. Predictors: (Constant), Perceived Service Quality

**Tabel 3. ANOVA PeSQ dan kepuasan elektronik**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.729	1	104.729	203.306	.000 <sup>b</sup>
	Residual	112.813	219	.515		
	Total	217.542	220			

a. Dependent Variable: e-Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Perceived Service Quality

**Tabel 4. Koefisien PeSQ dan kepuasan elektronik**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.955	.358		-2.669	.008
	Perceived Service Quality	1.116	.078	.694	14.259	.000

a. Dependent Variable: e-Satisfaction

Dari *output* tersebut dapat kita ketahui nilai koefisien *c* adalah sebesar 1,116 dengan koefisien baku ( $\beta_c=0,694$ ), dengan  $t_c=14,259$  dan signifikansi  $p<0,05$ . Dengan demikian PeSQ secara signifikan mempengaruhi kepuasan elektronik (atau  $c \neq 0$ ) dan **kriteria pertama terpenuhi**.

Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Aprianingsih (2017) dimana PeSQ memiliki hubungan positif terhadap kepuasan. Meskipun secara parsial pun, sebenarnya *Perceived Service Quality* (non daring) juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan. Lee dan Fin (2005) mengindikasikan hal yang sama terhadap pelayanan daring pada *online shopping*.

##### 4.2 PeSQ dan kepercayaan daring

Dengan perhitungan SPSS, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 5. Ringkasan Model PeSQ dan kepercayaan daring**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 <sup>a</sup>	.709	.708	.41693

a. Predictors: (Constant), Perceived Service Quality

**Tabel 6. ANOVA PeSQ dan kepercayaan daring**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92.786	1	92.786	533.777	.000 <sup>b</sup>
	Residual	38.068	219	.174		
	Total	130.854	220			

a. Dependent Variable: Trust

b. Predictors: (Constant), Perceived Service Quality

**Tabel 7. Koefisien PeSQ dan kepercayaan daring**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.524	.208		-2.520	.012
	Perceived Service Quality	1.051	.045	.842	23.104	.000

a. Dependent Variable: Trust

Dari *output* tersebut dapat kita ketahui nilai koefisien *a* adalah sebesar 1,051 dengan koefisien baku ( $\beta_a=0,842$ ), dengan  $t_a=23,104$  dan signifikansi  $p<0,05$ . Dengan demikian PeSQ secara signifikan mempengaruhi kepercayaan daring (atau  $a \neq 0$ ) dan kriteria kedua terpenuhi.

Hasil yang sama juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Rasheed dan Abadi (2014) yang menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pada industri jasa di Malaysia. Sinaga dan Mely (2016) juga menemukan adanya pengaruh positif antara kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan *Online Shop*.

##### 4.3 PeSQ dan kepuasan elektronik dengan kepercayaan daring sebagai mediator

Analisis yang dilakukan dengan SPSS menghasilkan data sebagai berikut:

**Tabel 8. Ringkasan Model PeSQ dan kepuasan elektronik dengan mediator kepercayaan daring**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.703	.701	.54416

a. Predictors: (Constant), Trust, Perceived Service Quality

**Tabel 9. ANOVA PeSQ dan kepuasan elektronik dengan mediator kepercayaan daring**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152.990	2	76.495	258.332	.000 <sup>b</sup>
	Residual	64.552	218	.296		
	Total	217.542	220			

a. Dependent Variable: e-Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Trust, Perceived Service Quality

Dari *output* tersebut dapat kita ketahui nilai koefisien *b* adalah sebesar 1,126 ( $\beta_b=0,873$ ) dan nilai koefisien *c'* adalah sebesar -0,067 ( $\beta_{c'}=-0,041$ ). Nilai *tb*=12,766 dan signifikansi  $p<0,05$ , sedangkan

nilai  $tc'=-0,607$  dan signifikansi  $p>0,05$ . Dengan demikian kepercayaan daring secara signifikan mempengaruhi kepuasan elektronik (atau  $a \neq 0$ ) dan PeSQ tidak mempengaruhi kepuasan elektronik (atau  $c'=0$ ), maka **kriteria ketiga terpenuhi**.

Dari hasil pengujian tes multikolinearitas (lihat tabel 10) menunjukkan nilai *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel sebesar 3,437 (di bawah 10) dan nilai *tolerance* sebesar 0,291 (lebih dari 0,100), sehingga bisa disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

**Tabel 10. Koefisien PeSQ dan kepuasan elektronik dengan mediator kepercayaan daring**

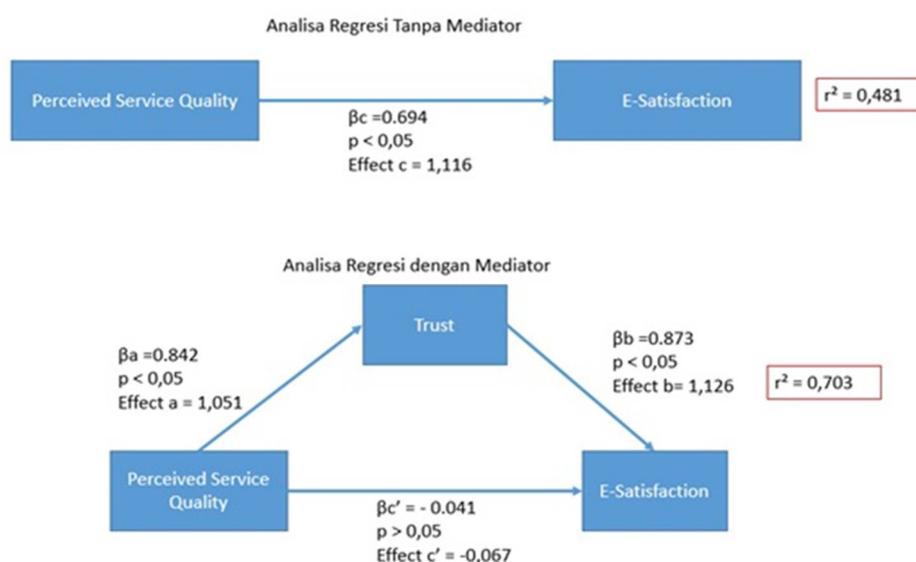
Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.365	.275		-1.327	.186		
	Perceived Service Quality	-.067	.110	-.041	-.607	.545	.291	3.437
	Trust	1.126	.088	.873	12.766	.000	.291	3.437

a. Dependent Variable: e-Satisfaction

Dikarenakan ketiga kriteria adanya variabel mediator terpenuhi, ditambah lagi efek PeSQ ke kepuasan elektronik, menjadi tidak signifikan ketika kepercayaan daring dimasukkan ke analisis,

maka terbukti bahwa kepercayaan daring menjadi mediator hubungan antara PeSQ dengan kepercayaan elektronik atas layanan eSPM.

**Gambar 2. Analisis Regresi tanpa dan dengan Mediator**



Sumber: Data diolah (2020)

Dari gambar 2 dapat diketahui juga efek total PeSQ ke kepuasan elektronik (jalur *c*) sebesar 1,116, efek langsung PeSQ ke kepuasan elektronik (jalur *c'*) sebesar -0,067 dan efek tidak langsung PeSQ ke kepuasan elektronik (jalur *axb*) sebesar

$1,051 \times 1,126 = 1,183$ . Efek total merupakan penjumlahan dari efek langsung ditambah efek tidak langsung ( $c = c' + ab$ ).

Nilai *c'* yang tidak signifikan menunjukkan bahwa mediator kepercayaan daring bersifat

sempurna (*complete mediation*). Mediasi sempurna terbentuk apabila variabel independen tidak mempengaruhi dependen ketika mediator dikontrol (Baron dan Kenny, 1986). Selain itu nilai  $c'$  (*direct effect*) yang berlawanan dengan tandanya (negatif) dengan positif  $ab$  (*indirect effect*), menunjukkan bahwa mediator kepercayaan daring bertindak sebagai supresor (Kenny, 2018).

Selanjutnya, untuk memperkuat analisis, selain tahapan sesuai teori Baron dan Kenny (1986), juga dilakukan analisis menggunakan *tool PROCESS* pada SPSS yang dikembangkan berdasarkan teori Hayes (2013) dan dihasilkan perhitungan efek mediasi pada gambar 3. Koefisien tidak langsung variabel X terhadap Y sebesar 1,1832 (jalur  $a \times b$ ) dengan interval kepercayaan hasil *bootstrap*, BootLLCI (*lower level Confidence*

*Interval*) = 0,94 dan BootULCI (*upper level Confidence interval*) = 1,43. Dengan rentang *Confidence Interval* antara BootLLCI dan BootULCI (0,94 - 1,43) yang berarti tidak melewati nol (0), mengindikasikan bahwa estimasi signifikan dan terjadi *effect* mediasi dengan *effect size* (*completely standardized effect of X on Y*) sebesar 0,735. Dengan demikian disimpulkan bahwa terdapat efek tidak langsung yang signifikan Layanan eSPM terhadap Kepuasan satker melalui Kepercayaan.

Hasil analisis di atas juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwa dan Ardani (2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan variabel mediasi yang menghubungkan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada asuransi.

Gambar 3. Hasil Perhitungan Efek Mediasi melalui PROCESS

```

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Total effect of X on Y
  Effect      se          t          p        LLCI        ULCI        c_ps        c_cs
  1.1164      .0783     14.2586    .0000    .9621        1.2708    1.1227    .6938

Direct effect of X on Y
  Effect      se          t          p        LLCI        ULCI        c'_ps       c'_cs
  -.0668      .1101     -.6066     .5448   -.2837        .1502    -.0671    -.0415

Indirect effect(s) of X on Y:
  Effect      BootSE    BootLLCI    BootULCI
M_Trust      1.1832    .1284      .9415     1.4387

Partially standardized indirect effect(s) of X on Y:
  Effect      BootSE    BootLLCI    BootULCI
M_Trust      1.1899    .1123      .9757     1.4182

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:
  Effect      BootSE    BootLLCI    BootULCI
M_Trust      .7353     .0749      .5923     .8859

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
  95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
  5000

Sumber: Data diolah (2020)
    
```

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Fungsi utama KPPN sebagai ujung tombak penyalur dana APBN kepada satker mewajibkan KPPN tetap memberikan pelayanan di kala terdapat pembatasan interaksi/kontak langsung untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Layanan utama berupa penerimaan SPM melalui loket layanan di KPPN bertransformasi dalam bentuk eSPM yang dapat disampaikan satuan kerja tanpa harus datang ke KPPN. Bentuk layanan pada KPPN sebenarnya sebagian besar berupa layanan tanpa tatap muka (lihat tabel 11), bahkan jauh sebelum wabah Covid-19 merebak di masyarakat.

Penerimaan SPM yang merupakan tagihan kepada pemerintah merupakan layanan utama

KPPN yang mengharuskan adanya proses verifikasi dan validasi berlapis demi keamanan belanja negara, sehingga membutuhkan kehadiran petugas yang menyampaikan SPM beserta dokumen *hardcopy* yang akan divalidasi keabsahannya. Dengan demikian, adanya layanan eSPM dapat diibaratkan sebagai kepingan *puzzle* terakhir layanan perbendaharaan tanpa tatap muka dengan KPPN.

Dari hasil penelitian di atas, secara empirik menggambarkan tingkat kepuasan satuan kerja atas layanan eSPM cukup tinggi dengan *r square* sebesar 0,703. Beberapa hal yang dapat diinterprestasikan dari hasil tersebut antara lain:

**Pertama**, hasil penelitian yang menunjukkan variabel kepercayaan sebagai variabel mediasi

yang signifikan membuktikan bahwa satker memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap KPPN dan Ditjen Perbendaharaan. Ditjen Perbendaharaan dan KPPN dapat dinilai berhasil menjawab permasalahan pembatasan interaksi di tengah wabah Covid-19 dalam memberikan layanan melalui format eSPM. Hal tersebut juga semakin meningkatkan tingkat kepuasan satuan kerja yang selama ini telah terbentuk, dimana

sebelumnya berdasarkan hasil survei Kepuasan Pengguna Layanan Kementerian Keuangan (SKPL Kemenkeu), Ditjen Perbendaharaan berhasil meraih indeks kepuasan pengguna layanan tertinggi selama 5 (lima) tahun berturut-turut yaitu tahun 2014 – 2018 untuk unit eselon I Kemenkeu yang memiliki kantor vertikal (djpb.kemenkeu.go.id).

**Tabel 11. Jenis Layanan di KPPN**

No	Layanan	Jenis Layanan	Keterangan
1	Penerbitan Surat Perintah Pencairan Dana (SP2D) Gaji Induk/Belanja Pegawai, Non Belanja Pegawai (UP/GUP/TUP/LS Non Kontraktual/Kontraktual)	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi eSPM
2	Penerbitan Surat Perintah Pencairan Dana (SP2D) atas SPM KP, SPM IB, SPM KBC, SPM KBM dan SPM Pengembalian Pendapatan	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi eSPM
3	Penerbitan SPHL dan SP3HL;	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi eSPM
4	Pengesahan SP3HL BJS dan Penerbitan Persetujuan Memo Pencatatan Hibah Langsung;	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi eSPM
5	Pendaftaran Kontrak Tahunan/Tahun Jamak;	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi eSPM
6	Pengesahan SKPP;	Layanan Non Tatap Muka	Via email resmi satker-KPPN
7	Persetujuan/Penolakan Permintaan TUP pada KPPN;	Layanan Non Tatap Muka	Via email resmi satker-KPPN
8	Rekonsiliasi Laporan Keuangan Tingkat Satker;	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi e-Rekon, Via email resmi satker-KPPN
9	Penyelesaian Retur SP2D;	Layanan Non Tatap Muka	Via email resmi satker-KPPN
10	Penerbitan Nota Konfirmasi Penerimaan Negara;	Layanan Non Tatap Muka	Via email resmi satker-KPPN
11	Persetujuan Pembukaan Rekening;	Layanan Non Tatap Muka	Via email resmi satker-KPPN
12	Pendaftaran RPD Harian.	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi eSPM
13	Rekonsiliasi Data LPJ Bendahara	Layanan Non Tatap Muka	Aplikasi SPRINT, Via email resmi satker-KPPN

Sumber: KPPN (2020)

**Kedua**, perlu adanya perbaikan kualitas layanan yang diterima daring (PeSQ), dalam hal ini eSPM, yang menunjukkan insignifikansi terhadap kepuasan satuan kerja ketika variabel mediator kepercayaan dimasukkan. Dari hasil pertanyaan bebas terhadap responden menunjukkan bahwa adanya pembatasan SPM yang masuk ke sistem KPPN per hari sebagai bagian dari fasilitas pendukung eSPM di KPPN, berdampak kurang

puasnya satuan kerja terhadap layanan KPPN. Pembatasan SPM tidak menjadi masalah bagi satuan kerja di lingkup KPPN A2 yang memang jumlah satuan kerja pada KPPN tersebut antara 40 sampai dengan 85 satuan kerja, dengan jumlah SP2D yang diterbitkan berdasarkan SPM yang masuk rata-rata sebanyak 35 sampai dengan 60 SP2D per hari bahkan sebelum adanya pandemi (lihat Tabel 12).

**Tabel 12. Jumlah SP2D yang diterbitkan periode bulan Februari 2020**

No	KPPN	Tipe	Jumlah SP2D	Jumlah Hari Kerja	Rata-rata
1	KPPN Manado	A1	4364	20	218
2	KPPN Kotamobagu	A2	1037	20	52
3	KPPN Bitung	A2	951	20	48
4	KPPN Tahuna	A2	685	20	34

Sumber: Aplikasi OMSPAN Kanwil DJPb Provinsi Sulawesi Utara (2020)

Namun pembatasan SPM, terutama di KPPN Manado (Tipe A1), yang membatasi jumlah eSPM yang masuk maksimal 100 SPM per hari tentunya menjadi masalah. Dengan jumlah satker sebanyak 271 satker dan dengan volume rata-rata SPM yang masuk sebanyak 220 SPM per hari sebelum pandemi dan bahkan mencapai 400 SPM per hari di periode *peak*, pembatasan 100 SPM per hari berakibat ditutupnya layanan penerimaan eSPM oleh sistem pada pukul 08.00 pagi karena sudah mencapai 100 SPM.

Pembatasan SPM oleh KPPN Manado sudah memperhitungkan waktu penyelesaian dan jumlah

SDM yang ada. Proses bisnis eSPM di KPPN ternyata menambah jumlah waktu proses penyelesaian SPM menjadi SP2D dengan penambahan waktu rata-rata 5 sampai dengan 15 menit per SPM. Akibatnya adalah, bahkan dengan hanya 100 eSPM yang masuk, petugas di KPPN Manado harus bekerja lebih dari jam kerja untuk memproses SPM hingga menjadi SP2D. Atas permasalahan tersebut, Ditjen Perbendaharaan telah menerbitkan aturan baru penghapusan pembatasan eSPM yang masuk, per tanggal 26 Mei 2020 agar layanan SPM dapat berjalan dengan lancar, sedangkan KPPN Manado mengantisipasi

perubahan aturan tersebut dengan penambahan SDM di bagian pemrosesan SPM.

**Ketiga**, layanan eSPM merupakan titik kulminasi dari seluruh rangkaian layanan perbendaharaan tanpa tatap muka KPPN yang sudah ada. Tingginya tingkat kepuasan atas layanan tanpa tatap muka, yang di-proksi-kan dengan keberhasilan eSPM, khususnya di KPPN A2, menunjukkan secara faktual bahwa eksistensi fisik KPPN A2 di daerah, yang sebagian besar di daerah terpececil bahkan kepulauan terluar Indonesia, dapat dipertimbangkan untuk dikurangi atau digabung. Terlepas dari masalah politis, formasi *bezzeting* dan sebagainya, keberadaan KPPN A2 dapat direlokasi dan di-reorganisasi di ibukota Provinsi, dengan tambahan pertimbangan akses koordinasi dengan Kantor Wilayah yang lebih efektif dan efisien hingga peningkatan tingkat kesejahteraan pegawai. Sebagai contoh, KPPN di lingkup Sulawesi Utara, yang sebelumnya terdiri dari KPPN Manado (A1), KPPN Bitung (A2), KPPN Tahuna (A2) dan KPPN Kotamobagu (A2) dapat di re-formasi menjadi KPPN Manado I dan KPPN Manado II (sama-sama tipe A1) dengan pembagian jumlah satker yang berimbang serta pengaturan kembali SDM yang tersedia. Layanan KPPN lainnya yang bersifat konsultasi maupun edukasi seperti sosialisasi, di masa pandemi telah dilakukan secara daring melalui aplikasi *video conference* seperti *Zoom* ataupun melalui *Whatsapp Group* dan dapat berjalan dengan lancar. Dengan kata lain, layanan KPPN secara keseluruhan terbukti dapat dilakukan secara tanpa tatap muka.

Dari hasil pertanyaan terbuka, masih banyak ruang perbaikan atas layanan eSPM, baik dari sisi *user interface* hingga fasilitas penunjang seperti simplifikasi proses bisnis pemrosesan eSPM di KPPN. Ditjen Perbendaharaan sendiri sudah mengembangkan sebuah aplikasi untuk satuan kerja yang langsung terintegrasi dengan SPAN dengan salah satu keunggulannya mampu meringkas waktu pemrosesan SPM, yakni aplikasi SAKTI. Namun, hingga saat ini aplikasi SAKTI masih berada di fase *pilotting* tahap III untuk lingkup satker Kementerian Keuangan. Format eSPM yang sekarang ini diberlakukan masih belum terintegrasi dengan SPAN sehingga masih terdapat proses bisnis verifikasi secara manual yang dilakukan oleh petugas di KPPN yang cukup memakan waktu untuk keamanan masing-masing transaksi.

## 6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Layanan eSPM didesain sebagai layanan yang bersifat sementara akibat adanya pandemi karena dasar hukum proses bisnis penyaluran dana APBN mulai penyampaian SPM hingga penerbitan SP2D yakni Peraturan Menteri Keuangan Nomor

190/PMK,05/2012 tentang Tata Cara Pembayaran Dalam Rangka Pelaksanaan APBN masih berlaku dan belum diubah. Namun demikian, kepuasan satker atas format layanan tanpa tatap muka dapat menjadi dasar pijakan ke depan, khususnya bagi Ditjen Perbendaharaan dan Kementerian Keuangan pada umumnya, bahwa di era teknologi yang serba cepat, efektif dan efisien, perlu dilakukan perubahan yang mendasar dalam usaha pemberian layanan kepada masyarakat dan didukung tersedianya payung hukum untuk mengimplementasikannya. Layanan tanpa tatap muka yang dinilai dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perlu semakin dikembangkan, tidak hanya dimasa pandemi Covid-19 namun di era "*new normal*" ke depannya.

Berdasarkan tabulasi data dari responden, hal yang dapat ditingkatkan Ditjen Perbendaharaan guna meningkatkan layanan eSPM antara lain dari sisi desain tampilan dan kemudahan pengoperasian eSPM yang hanya mendapatkan skor 88% dari skala 100%. Sedangkan dari sisi kepercayaan menunjukkan bahwa preferensi menggunakan layanan eSPM hanya sebesar 79%, yang artinya perlu usaha Ditjen Perbendaharaan untuk dapat meyakinkan satker bahwa layanan eSPM merupakan layanan masa depan di era digital, yang tidak hanya dapat diberlakukan di "*new normal*" demi keselamatan dan kesehatan semua pihak dari pandemi Covid-19, namun juga dapat dilanjutkan setelah pandemi dalam rangka peningkatan transparansi dan akuntabilitas.

Penelitian di atas bukanlah hasil akhir dan masih dapat dikembangkan lebih lanjut. Selain faktor bias karena meskipun penelitian ini bersifat independen dan tidak mewakili instansi, namun didistribusikan oleh pihak internal Ditjen Perbendaharaan, yang untuk selanjutnya cakupan studi perlu diperluas mengingat studi ini mengambil sampel di lingkup Kanwil DJPb Provinsi Sulawesi Utara. Selain itu, perlu diteliti dampak internal layanan eSPM terhadap beban kerja maupun kepuasan internal atas layanan tanpa tatap muka dari petugas di KPPN.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barata, A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Baron, R. & Kenny, D. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6), 1173–1182
- Beldad, A., De Jong, M. & Steehouder, M. (2010). How shall I trust the faceless and the

- intangible? A literature review on the antecedents of online trust. *Computers in Human Behavior* 26(5), 857-869
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth Status. *International Journal of Bank Marketing* 37(1), 278-302
- Budiman, A., Yulianto, E. & Saifi, M. (2020). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction dan e-loyalty nasabah pengguna mandiri online. *Jurnal Profit* 14(1), 1-11
- Chang, C., Chen, S. & Lan, Y. (2013). Service, trust, and patient satisfaction in interpersonal-based medical service encounters. *BMC Health Research* 13(22), 1-11
- Curry, D. & Faulds, D. (1986). Indexing product quality: issues, theory, and results. *Journal of Consumer Research*, 13 (June), 134-145
- Hayes, A. (2013). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis*. New York: Guilford
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kearns, I. (2004). *Public value and e-government*. London: Institute for Public Policy Research
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Survei Kepuasan Pengguna Layanan DJPb. *kemenkeu.go.id*, diakses dari <https://djp.kemenkeu.go.id/portal/id/profil/peningkatan-kepuasan-stakeholder/survey-kepuasan-stakeholder.html>
- Kenny, D. (2018). Mediation.  *davidakenny.net*, diakses dari <http://davidakenny.net/cm/mediate.htm>
- Khan, M., Zubair, S. & Malik, M. (2019). An assessment of e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty: case of online shopping in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies* 8(3), 283-302
- Lee, G. & Lin, H. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management* 33(2), 161-176
- Li, F. & Betts, S. (2003). Trust: what it is and what it is not. *International Business & Economics Research Journal* 2(7), 103-108
- Ling, K., Chai, L., & Piew, T. (2010). The effect of shopping orientation, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention. *International Business Research* 3(3), 63-76
- Maway, T., Tumbel, A., & Ogi, I. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank SulutGo. *Jurnal EMBA* 6(3), 1198-1207
- Moez, L. & Gharbi, J. (2012). E-satisfaction and e-loyalty of consumers shopping online. *Journal of Internet Banking and Commerce* 17(1), 1-20
- Moon, Y. & Armstrong, D. (2019). Service quality factors affecting customer attitudes in online-to-offline commerce. *Information Systems and e-Business Management* 18, 1-34
- Morgeson, F., van Amburg, D., & Mithas, S. (2011). Misplaced trust? Exploring the structure of the e-government-citizen trust relationship. *Journal of Public Administration Research and Theory* 21(2), 257-283
- Morissan (2012). *Metode penelitian survei*. Jakarta: Kencana
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*. 49(4), 41-50
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Purnamasari, D. (2018). The roles of e-service quality, e-trust, and e-satisfaction on online retail loyalty. *Proceeding 9th Industrial Research Workshop and National Seminar*, Bandung: 25-26 Juli
- Purwa, I. & Ardani I (2018). Peran kepercayaan nasabah dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(1), 192-220
- Rares, O. (2014). Measuring perceived service quality offline vs. online: a new PeSQ conceptual modal. *Procedia Economics and Finance* 15, 538-551
- Rasheed, F. & Abadi, M. (2014, Agustus). *Impact of service quality, trust and perceived value on customer loyalty in Malaysia services industries*. Dipresentasikan pada International Conference on Accounting Studies, ICAS, Kuala Lumpur, Malaysia. Diakses dari <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S187704281405900X?token=0895476D2DA484939DDF035395DC92EE37EA8EED388E2E0169A281ECE6ABCDCC4FC0E6003DB19C27BD4268046F25859>
- Santoso, A. & Aprianingsih, A. (2017). The influence of perceived service and e-service quality to repurchase intention the mediating role of customer satisfaction case study: go-ride in

Java. *Journal of Business and Management*  
6(1), 32-43

Setiawan, H. & Sayuti, A. (2017). Effects of service quality, customer trust and corporate image on customer satisfaction and loyalty: an assessment of travel agencies customer in South Sumatra Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management* 19(5), 31-40

Sinaga, I. & Mely, R. (2016). Pengaruh *trustmarks* dan kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan *online shop*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 4(1), 21-27

Suariedewi, I dan Suprapti, N. (2020). Effect of mobile service quality to e-trust to develop e-satisfaction and e-loyalty mobile banking services. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* 7(1), 185-196

Taddeo, M. (2009). Defining trust and e-trust: from old theories to new problems. *International Journal of Technology and Human Interaction, IGI Global* 5(2), 23-35

Torres-Moraga, E., Barra, C., Vásquez-Parraga, A, & Farías, A. (2013). The effect of service quality on customer trust and satisfaction in internet banking. *Estudios de Administración* 20(1), 1-36

Welch, E., Hinnant, C., & Moon, M. (2004). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory* 15(3), 371-39