

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Sebelumnya

Berdasarkan kajian-kajian sebelumnya, ada beberapa penelitian yang meneliti tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayan, meskipun menggunakan metode yang berbeda namun masih relevansi dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Antunes, Costa, dan Almeida (2022) bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada pendidikan tinggi politeknik dengan menggunakan model *European Customer Satisfaction Index* (ECSI). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan melibatkan 361 mahasiswa politeknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa secara berurutan adalah *student expectations* (harapan mahasiswa), *service quality* (kualitas layanan), *perceived value* (nilai yang dirasakan), dan *university image* (citra institusi). Seluruh faktor tersebut terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa *student satisfaction* (kepuasan mahasiswa) menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap *student loyalty* (loyalitas mahasiswa), disusul oleh *university image* dan *complaint resolution* (penyelesaian keluhan). Namun, tingkat kepuasan mahasiswa di perguruan tinggi politeknik masih lebih rendah dibandingkan dengan sektor lain yang juga diteliti di Portugal menggunakan metode yang sama[9].

Penelitian yang dilakukan oleh Bao dan Bui (2020) yang bertujuan menerapkan (ECSI) yang diperluas dan menekankan kualitas hubungan dan relevansinya dengan loyalitas turis domestik. Kuesioner survei dirancang terdiri dari pengukuran loyalitas turis domestik dikumpulkan terutama dari studi terkait sebelumnya. Data dikumpulkan melalui survei langsung terhadap 572 wisatawan domestik. Temuan utama mengungkapkan bahwa model ECSI ekstensi dengan membangun citra dan kepercayaan memiliki penjelasan komprehensif tentang loyalitas wisatawan. Penelitian di masa depan harus membandingkan perbedaan antara wisatawan domestik dan internasional untuk lebih memprediksi dan memahami loyalitas wisatawan. Penelitian ini meneliti kesesuaian model ECSI penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar wisatawan yang

disurvei (37,4%) berusia 26-35 tahun dengan gelar sarjana, yang memberikan pemahaman lebih baik tentang kepuasan kelompok wisatawan ini. Wisatawan ini cenderung merekomendasikan Dong Thap dan berkunjung kembali. Temuan ini menekankan peran pemerintah daerah dan perusahaan perhotelan dalam mempromosikan informasi pariwisata yang akurat, menyediakan kualitas layanan yang tinggi, dan meningkatkan loyalitas wisatawan[10].

Penelitian yang dilakukan Prasetyaningtias dkk (2018) bertujuan untuk mengevaluasi *usability* aplikasi LAPOR! Versi 2.5.2. LAPOR! merupakan pengaduan yang dikembangkan Kantor Staf Presiden Indonesia berbasis *e-Government*. Evaluasi ini dilakukan menggunakan metode *Heuristic Evaluation* (HE) berdasarkan 10 prinsip dari Nielsen, seperti *visibility of system status*, *user control and freedom*, *error prevention* dll. Hasil penelitian ini dalam evaluasi tahap 1 ditemukan 20 masalah *usability* dan 2 masalah non-heuristik. Permasalahan tersebut sebagian besar berkaitan dengan terlalu banyak sub-menu, alur navigasi yang terlalu rumit serta fungsi kurang memberikan kontrol kepada pengguna setelah ada temuan tersebut dilakukan perbaikan berupa pengembangan prototipe yang memperbaiki antarmuka, konten dan alur aplikasi. Evaluasi tahap 2 masalah yang ditemukan menurun menjadi 8 masalah dan masalah di tahap 1 tidak ditemukan lagi, metode HE efektif dalam menemukan masalah *usability* secara spesifik dan menghasilkan rekomendasi antarmuka[11].

Penelitian yang dilakukan Rachman (2021) bertujuan mengalisa kesuksesan LAPOR dengan menggunakan model delone-Mclean metode PIs-Sem pada pengembangan *Smart City* yang diadopsi oleh kota Bandung, evaluasi sistem *E-Government* LAPOR (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat). Penelitian ini memiliki jumlah sampel 125 responden yang telah dihitung dengan rumus *Slovin* Penelitian ini bertujuan mempelajari tingkat keberhasilan sistem dengan hasil menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, kualitas sistem memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *net benefit* melalui kepuasan pengguna. Sebaliknya, kualitas sistem dan kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap *net benefit* melalui kepuasan pengguna. Tingkat keberhasilan penerapan

sistem mencapai 73,4%, sehingga sistem tersebut dapat dinyatakan berhasil diimplementasikan[12].

Penelitian Haspo dan Frinaldi (2020) bertujuan mengetahui penerapan aplikasi SP4 N-LAPOR! dalam manajemen pengaduan masyarakat di Kota Solok. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah belum optimalnya pelaksanaan aplikasi SP4N-LAPOR!, yang disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur seperti jaringan internet dan perangkat keras, kurangnya sosialisasi kepada masyarakat, serta rendahnya partisipasi masyarakat dalam menyampaikan pengaduan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat dukungan dari berbagai aspek seperti sumber daya manusia, struktur organisasi, dan sikap pelaksana, penerapan aplikasi SP4N-LAPOR! belum berjalan maksimal karena masih terdapat kendala teknis dan sosial. Faktor pendukung penerapan sistem ini meliputi ketersediaan *hardware* dan *software*, kualitas SDM, data dan informasi, struktur organisasi, dan sikap pelaksana. Sementara itu, kendala utama meliputi keterbatasan jaringan, minimnya informasi kepada masyarakat, dan rendahnya motivasi pelapor. Penelitian ini menyatakan bahwa penerapan aplikasi SP4N-LAPOR! di Kota Solok perlu ditingkatkan melalui perbaikan infrastruktur, peningkatan sosialisasi, serta penguatan kapasitas pelaksana dan partisipasi masyarakat agar sistem pengaduan publik dapat berfungsi secara optimal[13].

Penelitian yang dilakukan Rahmadiani dan Hendrastuty (2024) bertujuan mempertimbangkan pengaruh penggunaan ekstraksi fitur untuk peringkasan teks menggunakan algoritma genetika, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan penumpukan keluhan masyarakat yang masuk ke *platform* E-Lapor DIY milik pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Banyaknya laporan yang masuk menyebabkan proses penanganan menjadi lambat dan tidak efisien, sehingga diperlukan metode peringkasan teks otomatis yang dapat membantu merangkum keluhan secara cepat dan akurat. Penelitian ini mengembangkan peringkasan teks otomatis menggunakan algoritma genetika dengan mengevaluasi pengaruh penggunaan fitur posisi antar kalimat (*feature F1*) sebagai bagian dari proses ekstraksi fitur. Data yang digunakan berjumlah 1000 laporan masyarakat yang dikumpulkan dari E-Lapor DIY, dan

pengujian dilakukan berdasarkan metrik evaluasi seperti *precision*, *recall*, dan *f-measure*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem peringkasan yang tidak menggunakan fitur F1 menghasilkan nilai evaluasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang menggunakannya. algoritma genetika dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk merangkum teks secara otomatis dalam sistem pengaduan publik, serta menekankan pentingnya seleksi fitur yang tepat untuk memperoleh hasil ringkasan yang optimal[13].

Penelitian yang dilakukan Lestari, Winarno, dan Kurniawan (2020) bertujuan untuk mengukur sejauh mana kesiapan pemerintah daerah dalam mengelola sistem pengaduan digital *platform* E-Lapor DIY. Namun, dalam praktiknya penanganan aduan diterima belum sepenuhnya sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) E-Lapor DIY menetapkan bahwa setiap aduan harus ditanggapi dalam waktu maksimal 5 hari kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan model *e-readiness* yang mencakup kebijakan, infrastruktur teknologi, sumber daya manusia dan komitmen organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesiapan pengelolaan E-Lapor dilingkungan Pemerintah Daerah DIY berada pada kategori “cukup siap” dengan beberapa catatan pada aspek pelatihan SDM dan pemanfaatan data pengaduan untuk perbaikan layanan publik[14].

Penelitian yang dilakukan oleh Ciavolino dan Dahlgaard (2007) menerapkan model *European Customer Satisfaction Index* (ECSI) untuk menganalisis hubungan antar konstruk seperti citra perusahaan, ekspektasi pelanggan, kualitas layanan (*hardware* dan *software*), nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas. Penelitian ini dilakukan pada lima industri berbeda di Swedia dengan pendekatan kuantitatif menggunakan pemodelan jalur dan regresi multilevel, yang memungkinkan analisis terhadap data hierarkis antar kelompok pelanggan dan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hardware* memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan (0,443), sedangkan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *software* (0,310) dan kepuasan pelanggan (0,291). Ekspektasi memiliki pengaruh negatif terhadap nilai yang dirasakan (-0,143), menunjukkan bahwa harapan yang terlalu tinggi dapat menurunkan persepsi nilai layanan. Studi ini menegaskan bahwa model ECSI yang dikombinasikan dengan regresi multilevel dapat menjadi alat analisis yang efektif dalam

memahami hubungan pelanggan, serta relevan untuk diadaptasi pada berbagai sektor termasuk layanan publik atau digital.

Penelitian ini berfokus pada analisis kepuasan masyarakat terhadap layanan E-Lapor DIY menggunakan *European Customer Satisfaction Index (ECSI)*. Model ini dipilih karena mampu mengukur hubungan dari berbagai variabel yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna, seperti citra instansi atau institusi, harapan persepsi kualitas, persepsi nilai dan kepuasan secara menyeluruh. Penelitian ini merupakan pembaharuan dari studi sebelumnya yang lebih banyak melihat kesiapan internal pemerintah dalam mengelola E-Lapor menghadirkan perspektif baru dari sisi pengguna. Dengan demikian penelitian ini memberikan tingkat kepuasan masyarakat tetapi mengidentifikasi faktor apa saja menjadi dasar untuk perbaikan dan pengambilan keputusan yang strategis untuk keberlanjutan dalam pengelolaan layanan pengaduan publik berbasis digital di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Perbandingan Studi Sebelumnya

Tabel 2.1. Studi Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Antunes dkk. [9]	2022	Bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada pendidikan tinggi politeknik dengan menggunakan model <i>European Customer Satisfaction Index</i> (ECSI).	ECSI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa secara berurutan adalah <i>student expectations</i> (harapan mahasiswa), <i>service quality</i> (kualitas layanan), <i>perceived value</i> (nilai yang dirasakan), dan <i>university image</i> (citra institusi).
2.	Bao dan Bui.[10]	2020	Bertujuan menerapkan (ECSI) yang diperluas dan menekankan kualitas hubungan dan relevansinya dengan loyalitas turis domestik.	ECSI	Penelitian ini meneliti kesesuaian model ECSI penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar wisatawan yang disurvei (37,4%) berusia 26-35 tahun dengan gelar sarjana, yang memberikan pemahaman lebih baik tentang kepuasan kelompok wisatawan ini.

3.	Prasetyaningtias dkk. [11]	2018	Bertujuan untuk mengevaluasi <i>usability</i> aplikasi LAPOR! Versi 2.5.2. LAPOR! merupakan pengaduan yang dikembangkan Kantor Staf Presiden Indonesia berbasis e-Government. Evaluasi ini dilakukan menggunakan metode <i>Heuristic Evaluation</i> (HE) berdasarkan 10 prinsip dari Nielsen, seperti <i>visibility of system status</i> , <i>user control and freedom</i> , <i>error prevention</i> dll.	<i>Heuristic Evaluation</i>	Hasil penelitian tahap I ditemukan 20 masalah <i>usability</i> dan 2 masalah non-heuristik, terutama terkait banyaknya sub-menu, navigasi yang membingungkan, dan kurangnya kontrol bagi pengguna. Perbaikan dilakukan dengan mengembangkan prototype yang menyempurnakan tampilan, konten, dan alur aplikasi. Hasil evaluasi tahap II menunjukkan penurunan masalah menjadi 8, dengan sebagian besar masalah sebelumnya tidak muncul kembali. Temuan ini membuktikan bahwa metode <i>Heuristic Evaluation</i> efektif.
----	----------------------------	------	---	-----------------------------	---

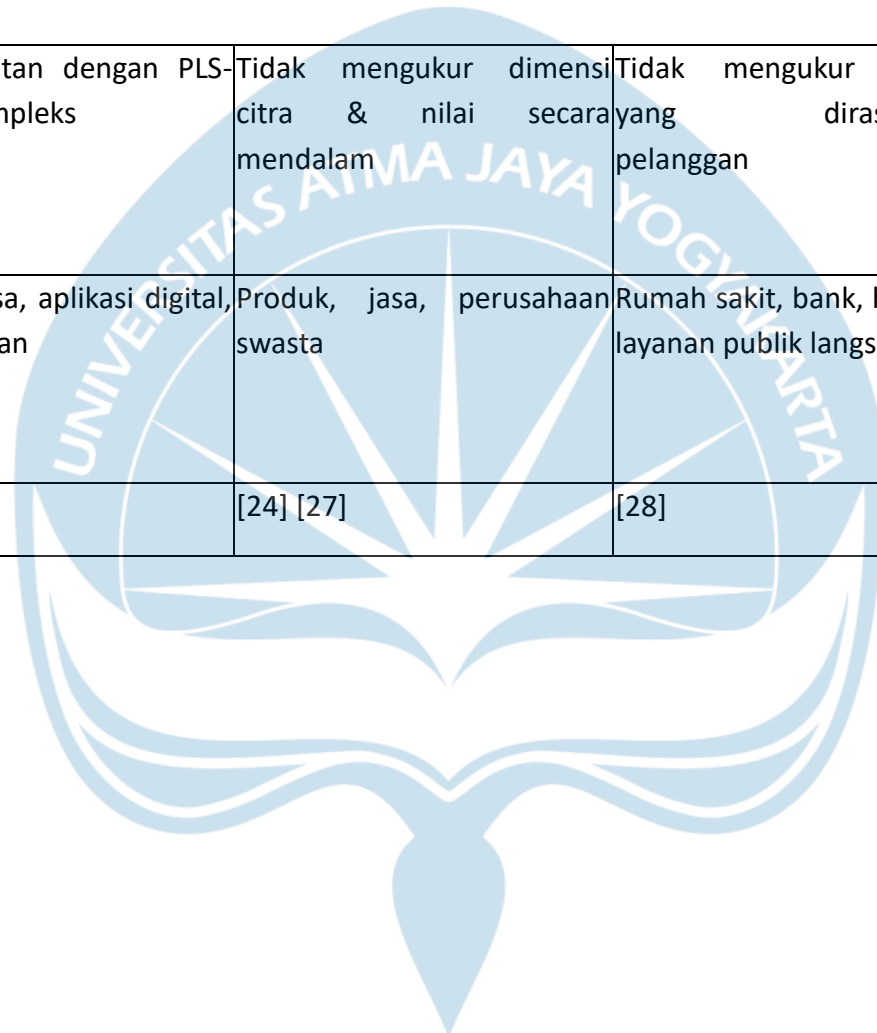
4.	Rachman [12]	2021	Bertujuan mempelajari tingkat keberhasilan sistem LAPOR dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan sistem teknologi informasi dengan model Delone-Mclean metode PLS-Sem sebagai faktor penentu keputusan dan kepuasan pengguna.	Model Delone- Mclean	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sebaliknya, kualitas sistem dan layanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan, serta berdampak positif terhadap manfaat yang dirasakan. Tingkat keberhasilan sistem <i>E-Government</i> LAPOR mencapai 73,4%, menunjukkan bahwa sistem ini telah diterapkan dengan cukup sukses.
5.	Haspo & frinaldi. [13]	2020	Bertujuan mengetahui penerapan aplikasi SP4 N-LAPOR! dalam manajemen pengaduan masyarakat di Kota Solok. Dengan mengidentifikasi faktor yang menjadi hambatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.	Metode Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat dukungan dari berbagai aspek seperti sumber daya manusia, struktur organisasi, dan sikap pelaksana, penerapan aplikasi SP4N-LAPOR! belum berjalan maksimal karena masih terdapat kendala teknis dan sosial. ditemukan berbagai permasalahan seperti keterbatasan sarana dan prasarana

					(komputer dan jaringan internet), kurangnya sosialisasi, serta rendahnya partisipasi masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut.
6.	Rahmadiani & Hendrastuty. [15]	2024	Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan penumpukan keluhan masyarakat yang masuk ke <i>platform</i> E-Lapor DIY. Banyaknya laporan yang masuk menyebabkan proses penanganan menjadi lambat dan tidak efisien, sehingga diperlukan metode peringkasan teks otomatis yang dapat membantu merangkum keluhan secara cepat dan akurat.	Metode ekstrasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem peringkasan yang tidak menggunakan fitur F1 menghasilkan nilai evaluasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang menggunakannya. algoritma genetika dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk merangkum teks secara otomatis dalam sistem pengaduan publik, serta menekankan pentingnya seleksi fitur yang tepat untuk memperoleh hasil ringkasan yang optimal

7.	Lestari dkk. [14]	2020	Penelitian untuk mengukur kesiapan Pemda dalam mengelola sistem pengaduan digital melalui <i>platform</i> e-Lapor DIY. Penelitian ini menggunakan pendekatan model <i>e-readiness</i> , yang mencakup dimensi kebijakan, infrastruktur teknologi, sumber daya manusia, dan komitmen organisasi.	Model E-Readiness	Hasil penelitian tingkat kesiapan pengelolaan e-Lapor di lingkungan Pemerintah Daerah DIY berada pada kategori "cukup siap", dengan beberapa catatan pada aspek pelatihan SDM dan pemanfaatan data pengaduan untuk perbaikan layanan publik.
8.	Ciavolino & Dahlgaard. [16]	2007	menganalisis hubungan antar konstruk seperti citra perusahaan, ekspektasi pelanggan, kualitas layanan (<i>hardware</i> dan <i>software</i>), nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas.	ECSI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>hardware</i> memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan (0,443), sedangkan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh <i>software</i> (0,310) dan kepuasan pelanggan (0,291). Ekspektasi memiliki pengaruh negatif terhadap nilai yang dirasakan (-0,143), menunjukkan bahwa harapan yang terlalu tinggi dapat menurunkan persepsi nilai layanan

Tabel 2.2 Tabel Perbandingan Metode 1

ASPEK	ECSI	ACSI	SCSB	CSI
Tujuan	Mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan berbasis citra perusahaan dan pengalaman layanan	Mengukur kepuasan pelanggan berbasis layanan dan kualitas produk.	Mengukur kepuasan berbasis ekspektasi dan kualitas layanan.	Mengukur kepuasan keseluruhan pelanggan.
Variabel/ Dimensi	<i>Image, Expectations, Software, Hardware, Perceived Value Customer Satisfaction, Loyalty</i>	<i>Customer Expectations, Perceived Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Complaints, Customer Loyalty</i>	<i>Perceived Value, Customer Expectations, Customer Satisfaction, Customer Loyalty</i>	<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphathy</i>
Kelebihan	Lebih lengkap & modern, ada variabel citra (<i>image</i>), nilai (<i>perceived value</i>), loyalitas, serta cocok untuk pelayanan publik.	Model standar internasional, sederhana, fokus pada produk dan jasa.	Fleksibel, dasar pengembangan model baru relevan untuk industri jasa	Metode yang sederhana dan mudah dipahami. Cocok untuk pengukuran tingkat kinerja produk/jasa secara langsung.



Kekurangan	Butuh analisis lanjutan dengan PLS-SEM/SEM, relatif kompleks	Tidak mengukur dimensi citra & nilai secara mendalam	Tidak mengukur nilai yang dirasakan pelanggan	Tidak detail harus mengidentifikasi fitur yang memberikan kepuasan lebih.
Penggunaan	Pelayanan publik, jasa, aplikasi digital, lembaga pemerintahan	Produk, jasa, perusahaan swasta	Rumah sakit, bank, hotel, layanan publik langsung.	Cocok untuk berbagai sektor untuk pengukuran sederhana yang tidak membutuhkan model kompleks.
Referensi	[20] [16]	[24] [27]	[28]	[29]

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Pelayanan Publik Digital

Pelayanan publik digital merupakan transformasi dari konvensional (manual) menjadi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) bertujuan meningkatkan efisiensi, transparansi, aksesibilitas layanan pemerintah untuk masyarakat. Seperti diatur Perpes No.95 Tahun 2018 mengatur Sistem Pemerintahan berbasis Elektronik (SPBE) untuk meningkatkan efisiensi transparansi, dan akuntabilitas dalam pelayanan publik melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi[17]. Serta dalam Perpes No.82 tahun 2023 ditetapkan rencana pembangunan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik Nasional untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan yang responsif, adaptif dan berkualitas sesuai dengan perundang-undangan [18].

Pelayanan publik yang menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memiliki beberapa keunggulan, seperti meningkatkan efisiensi dan memudahkan masyarakat mengakses layanan. Proses administrasi yang otomatis mengurangi waktu dan biaya, sementara sistem digital memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi terkait prosedur dan persyaratan layanan, serta memonitor status layanan kapan saja dan di mana saja. Namun, untuk memastikan layanan tetap berjalan dengan baik, sangat penting untuk memiliki sistem pengamanan yang dapat melindungi data pribadi dan data sensitif dari potensi ancaman siber. Dalam peraturan Menteri Komunikasi dan Digital Nomor 6 Tahun 2025 mengatur penyelenggaraan layanan komunikasi digital, termasuk sistem pengaduan publik seperti E-Lapor DIY, dengan menekankan pentingnya pengamanan data pribadi dan perlindungan data sensitif, serta memastikan layanan digital yang efisien, aman, dan transparan untuk meningkatkan kualitas layanan publik berbasis TIK di Indonesia. Pemerintah harus menyediakan TIK yang lebih memadai untuk mendukung operasional layanan pelayanan dan menjamin keamanan atau privasi untuk menghindari ancaman. Layanan diberikan secara adil tanpa membedakan latar belakang sosial, ekonomi, atau demografi pengguna layanan[19].

2.2.2 Kepuasan pengguna

Kepuasan pengguna merupakan penilaian subjektif terhadap pengalaman menggunakan suatu produk atau layanan, yang mencerminkan sejauh mana mana harapan dan kebutuhan terpenuhi. Kepuasan pengguna merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja aktual suatu produk atau layanan dengan harapan sebelumnya[20]. Dalam konteks sistem informasi, kepuasan pengguna juga mencakup respons atau sikap pengguna terhadap interaksi dengan sistem, termasuk kemudahan penggunaan, keandalan, dan kualitas informasi yang disediakan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang kepuasan pengguna sangat penting bagi pengembang dan penyedia layanan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pengguna.

2.2.3 Partisipasi Publik dan aspirasi publik

Partisipasi publik adalah keterlibatan individu atau kelompok masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang berpengaruh terhadap kehidupan. Partisipasi publik merupakan salah satu konsep yang sangat penting bagi pemerintah, khususnya pelayanan publik. Aspirasi publik harus dapat dipahami sebagai harapan, keinginan atau usulan masyarakat terhadap pemerintah, khususnya dalam peningkatan kualitas layanan pemerintah perlu membuka ruang partisipasi yang efektif agar aspirasi publik dapat tersampaikan dengan baik. Bentuk partisipasi publik dapat bermacam-macam, mulai dari pemberian informasi, konsultasi, dialog, hingga pengambilan keputusan[21]. Aspirasi publik merupakan bagian penting dari partisipasi masyarakat, dimana aspirasi dapat diartikan sebagai harapan, keinginan, atau usulan yang disampaikan kepada pemerintah, khususnya dalam rangka perbaikan pelayanan publik.

Tingkat partisipasi dan penyampaian aspirasi masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat pendidikan, kepercayaan terhadap pemerintah, akses informasi, serta pengalaman dalam berpartisipasi. Di era digital saat ini, partisipasi dan aspirasi publik semakin berkembang seiring kemajuan teknologi informasi. Teknologi digital tidak hanya mempercepat proses komunikasi antara masyarakat dan pemerintah, tetapi juga memperkuat hubungan partisipatif antara keduanya. Berbagai *platform*

digital pun memudahkan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi secara lebih praktis dan efisien.

2.2.4 E-Lapor DIY

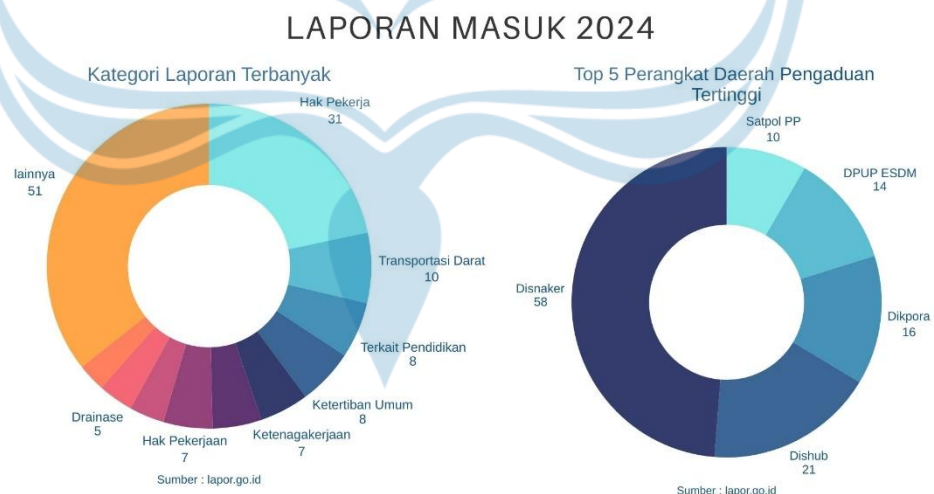
E-Lapor DIY merupakan bagian pengembangan sistem Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (LAPOR!) yang direncanakan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPAN-RB) pada tahun 2012 sebagai bagian dari upaya mendorong tata kelola pemerintahan yang terbuka (*open government*)[12]. Keberadaan LAPOR! Kemudian diadopsi dan diintegrasikan oleh pemerintah daerah salah satunya Pemerintah Daerah DIY, untuk menjawab semua tuntutan masyarakat akan transparansi dan akuntabilitas dalam pelayanan publik. E lapor mulai dikembangkan pada tahun 2018. Aplikasi ini pertama kali muncul di *Google Play* pada 31 Januari 2018, dan selanjutnya secara resmi diluncurkan oleh Pemprov DIY pada 6 Oktober 2018. Adapun tujuan utama pengembangan E-Lapor DIY adalah untuk memperluas ruang partisipasi publik dalam proses pengawasan kinerja pemerintah, mendorong peningkatan kualitas pelayanan publik, serta menciptakan transparansi dan akuntabilitas dalam birokrasi. Hal ini sejalan dengan regulasi nasional, antara lain Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik.

Dalam mekanismenya, E-Lapor DIY menerapkan sistem kerja berbasis layanan satu pintu (*single door system*), dimana seluruh laporan, aduan, ataupun aspirasi masyarakat akan diproses melalui *platform* E-Lapor, kemudian didistribusikan secara otomatis kepada instansi pemerintah terkait sesuai dengan kewenangannya. Dengan demikian, proses penanganan laporan menjadi lebih efektif dan efisien. Untuk mendukung operasionalnya, E-Lapor DIY dilengkapi dengan beberapa fitur utama, Layanan pengaduan berbasis *online*, notifikasi informasi status penanganan aduan secara real time, monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan laporan, Integrasi dengan berbagai *platform* media sosial, Dashboard analitik sebagai alat bantu pengambilan keputusan berbasis data aduan[22].

Selain itu, Pemerintah Daerah DIY juga memperkuat pelaksanaan E-Lapor dengan dukungan regulasi, seperti Peraturan Gubernur DIY yang mengatur tata kelola pengelolaan pengaduan masyarakat, serta Standar Operasional Prosedur (SOP) yang

menjadi acuan bagi seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dalam merespon laporan masyarakat. Regulasi tersebut ditujukan untuk memastikan adanya standar pelayanan pengaduan yang seragam, transparan, dan profesional di lingkungan pemerintahan daerah. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa implementasi E-Lapor DIY bukan semata-mata berbentuk teknologi digital, melainkan merupakan bagian dari strategi reformasi birokrasi yang mendorong partisipasi aktif masyarakat dan memperkuat akuntabilitas kinerja pemerintahan daerah. Pada tahun 2024 ada 5 kategori laporan terbanyak [23].

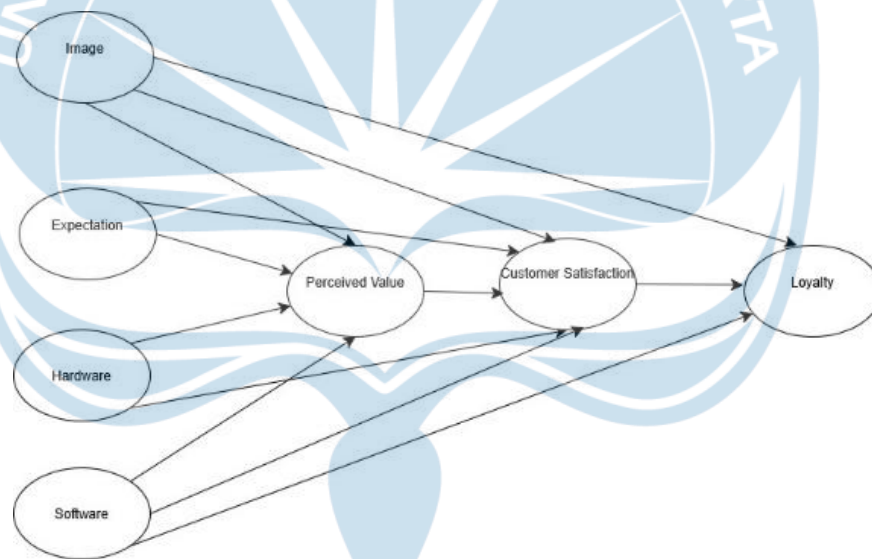
Menurut data yang masuk e-lapor DIY sejak bulan Januari sampai dengan Desember tahun 2024 jumlah aduan yang ditangani sebanyak 248 aduan dan seluruh aduan tersebut mendapatkan respon oleh pengelola sebesar 100%. Jenis laporan yang paling banyak di ajukan oleh masyarakat di DIY berkaitan dengan hak pekerja dengan total 31 laporan, kategori lainnya meliputi transportasi darat 10 laporan, layanan pendidikan 8 laporan, ketertiban umum 8 laporan, ketenagakerjaan 7, perhubungan 7, terkait hak pekerja 7, infrastruktur jalan 5 pelaporan, *drainase* (gorong-gorong) 5 pelaporan, layanan *online* 4 pelaporan dan 51 pelaporan lainnya.



Gambar 2. 1. Laporan E-lapor 2024

2.2.5 Model *European Customer Satisfaction Index* (ECSI)

European Customer Satisfaction Index (ECSI) merupakan salah satu model yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau masyarakat terhadap suatu produk atau layanan, termasuk dalam konteks pelayanan publik digital. Model ini merupakan pengembangan dari model sebelumnya, yaitu *Swedish Customer Satisfaction Barometer* (SCSB) dan *American Customer Satisfaction Index* (ACSI). Metode ECSI tidak memasukan variabel pengaduan (*complaints*) namun menambahkan citra perusahaan (*corporate image*). ECSI dirancang untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara variabel yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan, dibawah ini merupakan model ECSI, Model ECSI menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan, yang dibentuk oleh persepsi terhadap citra, ekspektasi, serta kualitas produk dan layanan (*hardware* dan *software*) Ciavolino & Dahlgaard (2007) [16].



Gambar 2.2. Model ECSI

1. *Image*

Citra (*Image*) merupakan persepsi yang mempengaruhi pelanggan terhadap reputasi dan kualitas yang diberikan organisasi atau instansi [16]. Citra ini mencerminkan bagaimana perusahaan dilihat secara keseluruhan oleh publik, termasuk aspek kepercayaan, kredibilitas, tanggung jawab sosial, profesionalisme, dan keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan. Menurut Fornell (1996) pentingnya citra perusahaan menekankan salah satu tingkat kepuasan, jika layanan yang diberikan baik maka layanan memiliki rekam jejak yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan [24].

2. *Expectations*

Expectation atau ekspektasi adalah gambaran atau harapan pelanggan terhadap tingkat kualitas produk atau layanan yang akan diterima. Ekspektasi ini terbentuk berdasarkan pengalaman konsumsi sebelumnya, baik dari interaksi langsung maupun informasi yang diperoleh dari perusahaan. Ekspektasi memainkan peran penting dalam menilai apakah kinerja layanan sesuai dengan harapan, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan [16].

3. *Hardware*

Hardware dalam konteks model ECSI mengacu pada atribut-atribut inti dari produk atau layanan yang bersifat teknis dan fungsional. *Hardware* merupakan persepsi pelanggan terhadap kualitas fisik atau teknis dari suatu produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Aspek ini meliputi keandalan teknis, daya tahan, desain kemudahan penggunaan serta performa produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Persepsi berbentuk pengalaman langsung maupun informasi yang diterima pelanggan terkait atribut produk [16].

4. *Software*

Software merupakan merepresentasikan kualitas layanan pendukung yang bersifat non-teknis, meliputi responsivitas terhadap masalah, inisiatif perusahaan dalam merasionalisasi maupun menerapkan praktik ramah lingkungan, kemudahan komunikasi, serta kejelasan informasi. Menurut Ciavolino & Dahlgaard (2007)

Kemampuan perusahaan dalam menangani masalah tak terduga secara suportif. Kemudahan akses komunikasi, seperti ketersediaan kontak dan keramahan staf. Kejelasan informasi administratif, seperti isi penawaran dan faktur yang mudah dipahami. Kemampuan menyelesaikan perubahan pengiriman secara memuaskan [16].

5. *Perceived Value*

Perceived Value merupakan Nilai yang dirasakan mengacu persepsi pelanggan mengenai manfaat yang diperoleh dengan usaha yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelayanan, nilai yang dirasakan berhubungan langsung dengan perbandingan biaya yang dikeluarkan [16]. Dalam konteks E-Lapor DIY, pelanggan mungkin merasa nilai yang didapatkan lebih besar jika layanan cepat, efisien, dan memberikan solusi yang bermanfaat. Keluarkan oleh pelanggan dengan manfaat yang diterima dari layanan tersebut. Anderson & Sullivan (1993) bahwa nilai yang dirasakan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena merasa mendapatkan manfaat lebih banyak[25].

6. *Customer Satisfaction*

Customer Satisfaction (Kepuasan pelanggan) merupakan perasaan yang timbul ketika pengalaman pelanggan dengan layanan atau produk yang diterima sesuai atau bahkan melampaui harapan [16]. Kepuasan ini tercipta ketika kinerja layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi awal pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur dengan membandingkan antara ekspektasi awal pelanggan dan kinerja layanan yang diterima [26]. Dalam konteks E-Lapor DIY, kepuasan pelanggan bergantung pada bagaimana *platform* ini memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menyampaikan laporan atau masukan terkait pelayanan publik. Jika layanan yang diberikan memadai, pelanggan cenderung merasa puas dan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap instansi tersebut.

7. *Customer Loyalty*

Customer loyalty atau loyalitas pelanggan adalah bentuk komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan di masa mendatang, serta kesediaan

pengguna untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas ini menjadi indikator penting dalam mengukur efektivitas dan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggan [16]. Dalam hal E-Lapor DIY, loyalitas pelanggan dapat dibangun jika *platform* ini mampu memberikan layanan yang berkualitas dan terus memenuhi harapan masyarakat. Semakin sering masyarakat menggunakan *platform* dan merasa dihargai, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menjadi pengguna setia. loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti reputasi perusahaan dan kualitas layanan yang berkelanjutan.

Tabel 2. 1. Model kepuasan pengguna

2.2.6 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik digunakan untuk menganalisis penelitian juga memiliki keunggulan dalam kemampuan analisis dan prediksi yang lebih kuat dibandingkan dengan analisis jalur maupun regresi berganda. Hal ini disebabkan karena SEM dapat menggali hubungan hingga ke tingkat terdalam dari variabel atau konstruk yang sedang dikaji. Berbeda dengan analisis jalur dan regresi berganda yang hanya terbatas pada tingkat konstruk laten, SEM mampu mengurai secara lebih rinci hubungan antar indikator dalam konstruk, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti[30].

Dalam praktiknya SEM dibagi menjadi dua pendekatan utama *Covariance-Based SEM* (CB-SEM) dan *Partial Least Squares SEM* (PLS-SEM). CB-SEM lebih cocok untuk pengujian teori yang telah mapan dan memerlukan asumsi distribusi data normal serta ukuran sampel besar. Sebaliknya, PLS-SEM lebih fleksibel terhadap pelanggaran asumsi tersebut dan cocok untuk eksplorasi teori serta prediksi, terutama ketika data tidak memenuhi asumsi normalitas atau ukuran sampel terbatas.[31].

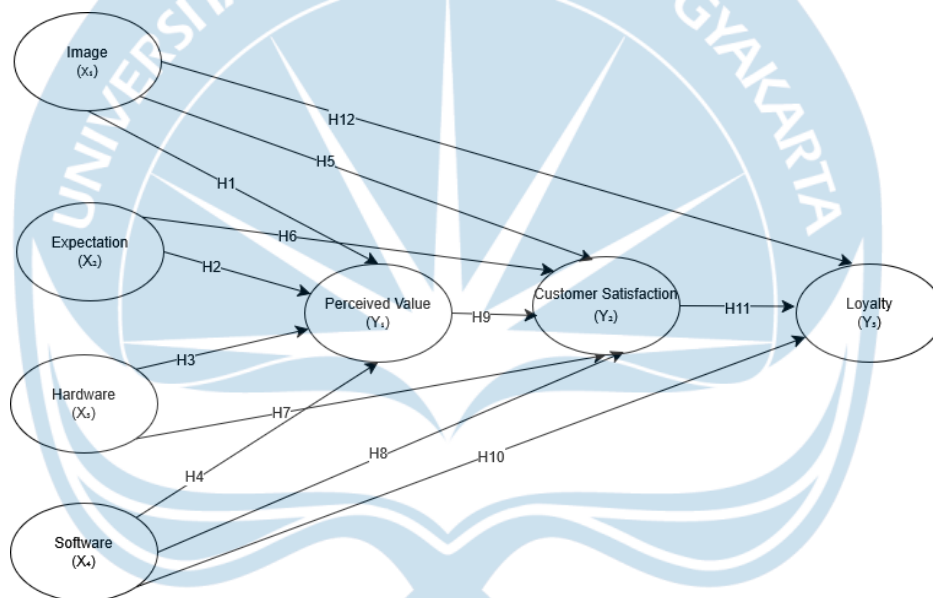
Partial Least Squares (PLS-SEM)

Partial Least Squares (PLS-SEM) merupakan metode statistik berbasis varian digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten dan indikator.

- 1) Dapat digunakan sampel penelitian kecil dan menengah.
- 2) Dapat digunakan model kompleks dengan banyak indikator.
- 3) Cocok digunakan mengukur efektivitas sistem layanan dll [32].

2.3 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau prediksi yang diajukan mengenai hubungan antara variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Hipotesis memberikan arahan bagi penelitian dan menjadi dasar untuk analisis serta pengujian data yang dilakukan. Pengembangan hipotesis dalam penelitian ini mengacu pada kerangka yang digunakan oleh Ciavolino dan Dahlggaard (2007), yang tercantum dalam jurnal utama yang dijadikan rujukan[16]. Berikut hipotesis dari penelitian yang digunakan:



Gambar 2.3. Hipotesis

1. Pengaruh *Image* terhadap *Perceived Value*.

Citra (*image*) merupakan persepsi yang terbentuk pengguna mengenai reputasi suatu instansi penyedia layanan ketika suatu instansi memiliki citra, citra yang konsisten dengan nilai-nilai seperti profesionalisme, transparansi, dan akuntabilitas, masyarakat cenderung memberikan penilaian awal yang positif terhadap manfaat dan efektivitas layanan yang ditawarkan. Hal ini menciptakan fondasi yang kuat dalam nilai (*perceived value*) bahkan sebelum pengalaman aktual terbentuk. Dalam model *European Customer*

Satisfaction Index (ECSI), citra terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian oleh Ciavolino dan Dahlgaard (2007) menunjukkan bahwa citra memberikan kontribusi positif terhadap *perceived value*, dengan koefisien pengaruh sebesar 0,453 dalam model *multilevel regression*. Oleh karena itu, citra yang baik dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap manfaat dan kualitas layanan, bahkan sebelum pengalaman aktual terjadi [16].

H1= *Image* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value*

2. Pengaruh *Expectation* terhadap *Perceived Value*

Ekspektasi adalah pengguna harapan awal terhadap kinerja layanan sebelum benar-benar mengaksesnya. Harapan ini terbentuk dari pengalaman sebelumnya, informasi yang diterima, atau persepsi terhadap citra institusi. Harapan mempengaruhi persepsi nilai yang dirasakan setelah penggunaan layanan. Semakin tinggi harapan yang sesuai dengan kenyataan, maka semakin besar persepsi nilai yang dirasakan oleh pengguna. Menurut penelitian oleh Ciavolino dan Dahlgaard, Berdasarkan hasil analisis *multilevel regression* dalam penelitian, ditemukan bahwa *Expectation* memberikan pengaruh negatif terhadap *Perceived Value*, dengan nilai koefisien sebesar $-0,143$. Hal ini menunjukkan bahwa ketika ekspektasi pelanggan meningkat satu satuan, nilai persepsi terhadap layanan justru menurun sebesar 0,143 satuan [16]. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa harapan yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan nilai layanan di mata pengguna jika tidak sebanding dengan pengalaman aktual yang diterima.

H2: *Expectation* berpengaruh negatif terhadap *perceived value*

3. Pengaruh *Hardware* terhadap *Perceived Value*.

Hardware merupakan kualitas yang teknis terkait layanan digital seperti kecepatan, stabilitas, tampilan antarmuka, dan kemudahan navigasi. Aspek ini sangat penting karena pengguna menilai manfaat layanan berdasarkan interaksi langsung pengguna dengan sistem. *Hardware* merepresentasikan kualitas teknis dari layanan, seperti kejelasan informasi, kemudahan akses, dan ketepatan fitur yang tersedia. Semakin tinggi

kualitas teknis yang dirasakan pengguna, maka semakin besar nilai layanan yang dirasakan. Penelitian Ciavolino & Dahlgaard, model estimasi multilevel yang digunakan dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *Hardware* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*, dengan nilai koefisien sebesar 0,236, peningkatan satu satuan dalam persepsi terhadap *Hardware* akan meningkatkan *Perceived Value* sebesar 0,236 poin. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas teknis suatu layanan menurut persepsi pengguna, maka semakin besar pula nilai layanan tersebut [16].

H3: *Hardware* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value*

4. Pengaruh *Software* terhadap *Perceived Value*

Software dalam konteks sistem informasi publik seperti sistem *government* merupakan perangkat lunak dalam penyediaan layanan digital. *Software* pada aspek layanan yang bersifat mendukung dan berhubungan langsung dengan pelanggan, seperti responsivitas, inisiatif, dan komunikasi. Dalam model Ciavolino dan Dahlgaard, *software* menunjukkan pengaruh positif terhadap *perceived value* dengan koefisien 0.332 [16]. Hal ini berarti bahwa pengalaman layanan yang responsif dan komunikatif memperkuat persepsi pelanggan bahwa mendapatkan nilai lebih dari yang dibayar. Faktor ini sangat penting terutama dalam layanan berbasis kepercayaan seperti konsultasi atau pengaduan publik.

H4: *Software* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value*.

5. Pengaruh *Image* terhadap *Customer Satisfaction*

Image mencerminkan persepsi masyarakat terhadap reputasi dan kredibilitas penyedia layanan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ciavolino dan Dahlgaard, *Image* tidak hanya memengaruhi *Perceived Value*, tetapi juga secara langsung memengaruhi *Customer Satisfaction*. Konstruk *Image* merepresentasikan persepsi masyarakat terhadap reputasi, kredibilitas, dan kesadaran terhadap kualitas layanan dari organisasi penyedia, dalam hal ini dapat diadaptasi sebagai persepsi terhadap sistem layanan publik e-Lapor DIY. Dalam hasil analisis struktural yang ditampilkan dalam model regresi, ditemukan bahwa pengaruh langsung *Image* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki

nilai koefisien sebesar 0,104, yang berarti terdapat hubungan positif meskipun dengan kekuatan pengaruh yang relatif lebih rendah dibandingkan konstruk lainnya [16].

H5: *Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*

6. Pengaruh *Expectation* terhadap *Customer Satisfaction*

Expectation (harapan) adalah Ekspektasi yang realistis sesuai dengan layanan yang diterima akan menghasilkan kepuasan pengguna. Dalam konteks e-Lapor, jika harapan masyarakat terhadap fitur, kecepatan, dan efektivitas layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui, maka akan merasa puas. Dalam penelitian Ciavolino dan Dahlgaard (2007), *Expectation* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, meskipun dengan nilai koefisien yang relatif kecil, 0.104. Ini berarti bahwa meskipun ekspektasi yang tinggi dapat menurunkan *perceived value*, ekspektasi tetap memiliki peran dalam menentukan apakah hasil yang diterima sesuai dengan harapan. Jika layanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat [16].

H6: *Expectation* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*

7. Pengaruh *Hardware* terhadap *Customer Satisfaction*

Hardware merupakan faktor paling kuat dalam memengaruhi *customer satisfaction*. Aspek teknis seperti kualitas laporan, kejelasan konten, dan kemampuan teknis menjadi penentu utama dari persepsi kepuasan pelanggan. Kinerja teknis yang baik menunjukkan profesionalisme, sehingga menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi. *Hardware* yang stabil juga mengurangi frustrasi pengguna yang sering terjadi pada sistem layanan publik berbasis daring. Dalam penelitian Ciavolino dan Dahlgaard (2007), *Hardware* menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap *Customer Satisfaction*, dengan nilai koefisien sebesar 0,443. Oleh karena itu, keandalan *hardware* berkontribusi besar terhadap terciptanya pengalaman layanan yang memuaskan [16].

H7: *Hardware* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*

8. Pengaruh *Software* terhadap *Customer Satisfaction*

Software memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap customer satisfaction. Komponen *software* yang meliputi kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kecepatan respon terhadap laporan publik, sangat berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna. Responsivitas layanan, bantuan saat terjadi masalah, dan komunikasi aktif dari instansi mendorong kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman interaksi dengan penyedia layanan menjadi salah satu penentu utama dari seberapa puas pelanggan. Penelitian Ciavolino dan Dahlgaard (2007) menunjukkan bahwa *Software* memberikan pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien sebesar 0,166, Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan non-teknis juga berperan penting dalam membentuk kepuasan pengguna [16].

H8: *Software* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*

9. Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*

Perceived value merupakan persepsi pengguna mengenai seberapa besar manfaat atau kualitas yang diterima dibandingkan dengan usaha atau biaya (waktu, tenaga, akses) yang dikeluarkan. *Perceived value* adalah faktor penting dari kepuasan pelanggan, dengan koefisien. Ketika pelanggan merasa bahwa manfaat layanan sebanding atau melebihi upaya dan biaya yang dikeluarkan, pengguna akan cenderung merasa puas. Ini menunjukkan hubungan erat antara persepsi nilai dan perasaan puas terhadap layanan secara keseluruhan Dalam penelitian Ciavolino dan Dahlgaard (2007), *Perceived Value* terbukti memberikan pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, dengan koefisien sebesar 0,166. Artinya, persepsi pengguna terhadap nilai manfaat yang diterima sangat berperan dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap layanan. [16].

H9: *Perceived Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*

10. Pengaruh *Software* terhadap *Loyalty*

Software memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien. Ketika layanan bersifat mudah diakses, responsif, dan membantu, pelanggan lebih mungkin untuk kembali menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada pihak lain. Loyalitas tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir, tetapi juga oleh

pengalaman selama proses layanan berlangsung. Layanan yang ramah, mudah digunakan, dan membantu dalam menyelesaikan masalah akan membuat pelanggan cenderung kembali dan merekomendasikan layanan. Dalam model ECSI yang dianalisis oleh Ciavolino dan Dahlgaard (2007), *Image* ditunjukkan memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, Pengaruh ini tercermin dalam koefisien sebesar 0.310, meskipun tidak sebesar pengaruh dari variabel lain seperti *Customer Satisfaction* atau *Software*. Namun, *Image* tetap berkontribusi dalam membentuk loyalitas pengguna terhadap layanan.[16].

H10: *Software* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*

11. Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Loyalty

Customer Satisfaction berpengaruh positif terhadap *Loyalty* Kepuasan pelanggan terbukti menjadi faktor kuat untuk loyalitas, Menurut Ciavolino dan Dahlgaard (2007) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Hal ini terjadi karena pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki pengalaman yang sesuai atau melebihi harapan. Hal ini dibuktikan melalui koefisien sebesar 0,291 yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang ditunjukkan. Pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali menggunakan layanan, tetapi juga akan menjadi penasihat bagi layanan tersebut. Dalam konteks pelayanan publik atau layanan digital, kepuasan adalah fondasi penting bagi keberlanjutan dan adopsi jangka panjang[16].

H11: Customer Satisfaction berpengaruh positif terhadap *Loyalty*

12. Pengaruh Image terhadap Loyalty

Citra perusahaan juga mempengaruhi loyalitas, meskipun dengan pengaruh yang lebih kecil dibandingkan variabel lain. Dalam studi Ciavolino dan Dahlgaard (2007), *image* dan *loyalty* memiliki koefisien 0.143, yang menunjukkan bahwa persepsi positif tentang reputasi perusahaan dapat menciptakan komitmen jangka panjang, bahkan tanpa pengalaman langsung yang signifikan. pelanggan yang merasakan pelayanan yang responsif, komunikatif, dan proaktif dari perusahaan cenderung merasa dihargai dan

dipermudah dalam berinteraksi. Hal ini mendorong rasa percaya dan keterikatan emosional yang kuat, sehingga pengguna lebih mungkin untuk tetap menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain.[16].

H12: *Image* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*

