

PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN (TRUST) PENGGUNA E-KATALOG DI PROVINSI DKI JAKARTA

Kriston Panggabean¹, Aty Herawati, R². Dwi Sunu Kanto³

Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora Universitas Trilogi Jakarta^{1,2,3}

Email: kriston.panggabean@gmail.com

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 8 Bulan : Agustus Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>Indonesia's government e-catalog procurement system has emerged as a key innovation in enhancing efficiency, transparency, and competitiveness in public procurement. However, the determinants of vendor trust in this platform remain insufficiently examined, particularly from the supplier's perspective. This study aims to analyze the influence of system quality, information quality, and service quality on user satisfaction, and its subsequent effect on trust among e-catalog vendors in DKI Jakarta. A quantitative associative research design was applied, involving 98 respondents representing registered vendors. Data were collected via a structured Likert-scale questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM–PLS). The findings indicate that system quality does not significantly affect user satisfaction, while both information quality and service quality exert positive and significant effects. Moreover, user satisfaction demonstrates a strong and significant impact on trust in the e-catalog system. These results reinforce the applicability of the DeLone and McLean Information Systems Success Model in the e-government procurement context, highlighting that timely, accurate, and relevant information, combined with responsive and reliable service, are critical for fostering vendor trust. Policy implications emphasize the need to strengthen information management and service responsiveness to enhance vendor engagement, while future research could explore additional constructs or regional comparisons to broaden understanding.</i></p>

Keyword: system quality, information quality, service quality, user satisfaction, trust

Abstrak

Sistem pengadaan e-katalog pemerintah Indonesia telah menjadi inovasi penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan daya saing dalam pengadaan barang/jasa publik. Namun, faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan penyedia terhadap platform ini masih belum banyak dikaji, khususnya dari perspektif pemasok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna, serta dampaknya terhadap kepercayaan di kalangan penyedia e-katalog di Provinsi DKI Jakarta. Desain penelitian kuantitatif asosiatif digunakan dengan melibatkan 98 responden yang mewakili penyedia terdaftar. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur skala Likert dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM–PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan kualitas informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, kepuasan pengguna berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepercayaan pada sistem e-katalog. Temuan ini memperkuat penerapan Model Keberhasilan Sistem Informasi DeLone dan McLean dalam konteks pengadaan pemerintah secara

elektronik, dengan menekankan bahwa informasi yang tepat waktu, akurat, dan relevan, serta layanan yang responsif dan andal, merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan penyedia. Implikasi kebijakan menekankan perlunya memperkuat pengelolaan informasi dan responsivitas layanan untuk meningkatkan keterlibatan penyedia, sementara penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi konstruksi tambahan atau perbandingan antarwilayah untuk memperluas pemahaman.

Kata Kunci: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna, kepercayaan

A. PENDAHULUAN

Transformasi sistem pengadaan pemerintah secara konvensional menjadi elektronik salah satunya dipengaruhi oleh sudah semakin banyak orang yang familiar terhadap bisnis elektronik (e-business), dimana bisnis elektronik itu sendiri dapat diartikan semua aktivitas bisnis yang dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet dan sistem informasi dan telekomunikasi lainnya (Seo & Warman, 2011). Sistem atau metode pengadaan barang dan jasa pemerintah di Indonesia sendiri sudah banyak mengalami pembaharuan serta pengembangan. Dimulai dari sistem pengadaan secara konvensional dan akhirnya berkembang ke dalam sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah secara elektronik. Salah satu metode sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah secara elektronik adalah Katalog Elektronik (e-katalog).

E-katalog sendiri secara resmi mulai didefinisikan dalam sistem pengadaan di Indonesia sejak tahun 2010 yaitu pada PERPRES Nomor 54 Tahun 2010 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, yang menyebutkan bahwa Katalog Elektronik atau E-Catalogue adalah sistem informasi yang memuat daftar, jenis, spesifikasi teknis dan harga barang tertentu dari berbagai Penyedia Barang/Jasa Pemerintah. Metode ini diharapkan mampu memberikan kemudahan dalam menentukan atau memilih penyedia barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan, mengurangi praktik korupsi, meningkatkan transparansi, serta menciptakan persaingan/kompetisi yang sehat dalam hubungan antara penyedia barang dan jasa. Dalam penerapannya, E-katalog terus mengalami pengembangan serta penyempurnaan sampai saat ini.

Dalam Buku Profil Pengadaan LKPP (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah) tahun 2023 disebutkan adanya peningkatan transaksi pada e-katalog yang signifikan di tahun 2023 yaitu sebesar Rp. 189,56 triliun jika dibandingkan dengan tahun 2022 yaitu sebesar Rp. 81,9 triliun (Gambar 1). Naiknya transaksi di e-katalog diimbangi dengan semakin banyaknya jumlah produk yang tayang di e-katalog, pada tahun 2023 sebanyak 6.877.866 produk tayang dari yang sebelumnya 2.493.151 produk tayang di e-katalog pada tahun 2022.

Jumlah produk yang tayang pada e-katalog merupakan salah satu indikator keberhasilan sistem pengadaan e-katalog, karena hal ini menunjukkan tingkat partisipasi badan usaha dalam sistem ini. Dengan adanya peningkatan produk yang tayang pada e-katalog ini mengindikasikan bahwa semakin banyak badan usaha yang memanfaatkan e-katalog sebagai media/sarana untuk menjangkau pasar pemerintah. Hal ini sesuai dengan pernyataan LKPP yang menyebutkan bahwa peningkatan peran serta pelaku usaha dalam pengadaan barang/jasa pemerintah di tahun 2023 merupakan bukti nyata keberhasilan kebijakan dan program LKPP (Buku Profil Pengadaan LKPP Tahun 2023).

Berdasarkan data di atas, penulis ingin mengetahui apakah peningkataan peran serta badan usaha dalam sistem e-katalog dipengaruhi oleh kepercayaan (trust) dari badan usaha sebagai pengguna e-katalog tersebut, dengan mengukur variabel kualitas sistem (system quality), kualitas informasi (information quality), dan kualitas pelayanan (service quality) dari e-katalog tersebut yang dirasakan oleh badan usaha penggunanya. Karena menurut Abdulkareem et al (2022) kepercayaan merupakan faktor yang signifikan dalam e-government. Keberhasilan e-government secara keseluruhan sangat dipengaruhi oleh pentingnya kepercayaan terhadap layanan online. Sedangkan menurut Nulhusna et al (2017), kepercayaan adalah faktor penting dalam menentukan apakah seseorang akan memanfaatkan e-government atau tidak. Pernyataan ini memperkuat pernyataan Wakentin et al (2002) yang menyebutkan faktor kepercayaan terhadap e-government adalah alternatif untuk melihat faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan sistem e-government.

Penelitian dilakukan terhadap badan usaha selaku pengguna e-katalog karena penulis merasa masih sangat sedikit penelitian mengenai kepercayaan badan usaha pengguna e-katalog di Indonesia. Hal ini sesuai dengan pernyataan Seo & Warman (2011) yang mengatakan sangat mengejutkan bahwa masih sedikit penelitian mengenai e-procurement terutama dari perspektif vendor di negara berkembang, diantara penelitian yang ada beberapa peneliti fokus pada e-procurement dari sudut pandang pemerintah. Namun, seperti yang dibuktikan dalam penelitian adopsi Sistem Informasi, sangat penting untuk membawa perspektif pengguna (vendor) dalam penyebaran sistem informasi.

Madjid (2013) menyebutkan bahwa terdapat cukup bukti empiris untuk menerima pernyataan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Yeh & Li (2009), Sanaye et al (2011) dan Lin et al (2014) menyatakan bahwa faktor antecedent dari trust pengguna sistem informasi adalah dimensi kualitas sistem.

Kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan adalah dimensi kualitas. (DeLone dan McLean, 2004; Petter et al., 2014). Petter et al (2014) menyatakan bahwa dimensi kualitas tersebut masing-masing mempengaruhi persepsi dari kepuasan pengguna (user satisfaction). Kepuasan terhadap sebuah transaksi adalah reaksi emosional yang terjadi akibat sebuah disconfirmation experience (Oliver, 1981).

Dalam hal kualitas sistem, dalam penelitian Umiyati et al (2016) disebutkan bahwa kualitas sistem e-procurement mempengaruhi kepuasan pengguna e-procurement, sedangkan Suki (2011) menuliskan bahwa kepuasan terhadap layanan/aplikasi tidak dipengaruhi oleh kualitas sistem.

Dalam hal kualitas informasi, dalam penelitian Seo & Warman (2011) disebutkan bahwa kualitas informasi sangat mempengaruhi kepuasan pengguna, sedangkan Muharsyah & Ekawati (2021) menuliskan bahwa kualitas informasi tidak mempengaruhi kepuasan pengguna.

Dalam hal kualitas pelayanan, Umiyati et al (2016) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan e-procurement mempengaruhi kepuasan pengguna. Sedangkan Juwaini et al (2022) menyebutkan bahwa kualitas layanan elektronik (e-service quality) tidak berpengaruh/berdampak terhadap kepuasan elektronik.

Dalam hal kepuasan pengguna, dalam kesimpulan penelitiannya Madjid (2013) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan meningkatkan kepercayaan, sedangkan Umiyati et al (2016) menyebutkan bahwa kepuasan pengguna e-procurement tidak terbukti mempengaruhi kepercayaan pengguna e-procurement.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini berawal dari perlunya meneliti tingkat kepercayaan (trust) badan usaha pengguna e-katalog untuk mengetahui apakah peningkatan partisipasi badan usaha sejalan dengan peningkatan kepercayaan, mengingat penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang kontradiktif mengenai pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna e-katalog, serta pengaruh kepuasan pengguna terhadap kepercayaan e-katalog. Berdasarkan identifikasi tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) apakah kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-katalog, (2) apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-katalog, (3) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-katalog, dan (4) apakah kepuasan pengguna e-katalog berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna e-katalog. Sejalan dengan itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pengguna e-katalog, serta untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna terhadap kepercayaan pengguna e-katalog.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten yang meliputi kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna, dan kepercayaan pengguna e-katalog. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari beberapa penelitian terdahulu, di antaranya Petter et al. (2014), Urbach & Muller (2011), serta Suki (2011). Populasi penelitian adalah badan usaha yang pernah mengikuti pengadaan melalui e-katalog di Provinsi DKI Jakarta, dengan jumlah sampel 97 badan usaha yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Sampel diambil menggunakan metode convenience sampling, sedangkan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, yang mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang mewakili setiap indikator variabel penelitian. Skala ordinal ini dipilih untuk mengukur persepsi responden, di mana data kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode statistik.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk tabel atau diagram sehingga memudahkan pemahaman terhadap hasil penelitian. Selanjutnya, analisis SEM-PLS dilakukan untuk mengukur hubungan antar variabel laten, dengan tahapan pengujian outer model (validitas dan reliabilitas), inner model (hubungan struktural antar variabel), serta pengujian hipotesis melalui metode bootstrapping. Evaluasi model dilakukan dengan uji validitas konvergen, reliabilitas, R-Square, effect size (f^2), predictive relevance (Q^2), dan Goodness of Fit (GoF). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan serta kepercayaan pengguna e-katalog, sekaligus memberikan dasar untuk perbaikan sistem pengadaan berbasis elektronik di Indonesia.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai data yang dikumpulkan melalui kuesioner, baik terkait profil responden maupun

tanggapan mereka terhadap variabel penelitian. Dari 98 responden yang mewakili badan usaha masing-masing, mayoritas berjenis kelamin laki-laki (60,2%) dan lebih dari separuh responden (52%) telah menggunakan e-katalog selama lebih dari dua tahun. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan e-katalog, sehingga tanggapan yang diberikan dapat merepresentasikan persepsi pengguna secara lebih valid. Analisis ini kemudian diperluas pada tanggapan responden mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, kepuasan, serta kepercayaan terhadap e-katalog.

Berdasarkan distribusi jawaban, kualitas sistem e-katalog dinilai cukup baik dengan responden menilai bahwa sistem mudah dipelajari dan fleksibel digunakan di berbagai perangkat (40,82%). Dari sisi kualitas informasi, mayoritas responden menilai bahwa informasi dalam e-katalog sangat relevan untuk proses pengadaan (35,71%). Sementara itu, pada variabel kualitas pelayanan, hasil menunjukkan bahwa petugas layanan e-katalog dinilai memiliki kompetensi teknis yang memadai serta memprioritaskan kebutuhan pengguna (33,67%). Pada variabel kepuasan, tanggapan responden menunjukkan bahwa e-katalog dinilai mampu membuat proses pengadaan lebih efisien (38,78%). Sedangkan pada aspek kepercayaan, mayoritas responden (39,80%) percaya bahwa sistem e-katalog dapat diprediksi cara kerjanya sesuai prosedur yang transparan.

Hasil analisis lebih lanjut menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS ditampilkan melalui model analisis persamaan struktural. Model Analisis Persamaan Struktural menunjukkan bahwa semua variabel eksogen memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan tingkat yang berbeda. Kualitas sistem (KS) memiliki koefisien jalur sebesar 0,184, kualitas informasi (KI) sebesar 0,421, dan kualitas pelayanan (KP) sebesar 0,385. Selanjutnya, kepuasan pengguna berpengaruh sangat kuat terhadap kepercayaan dengan koefisien jalur sebesar 0,965. Hasil ini menegaskan bahwa meskipun kualitas informasi dan pelayanan lebih dominan dalam membentuk kepuasan dibanding kualitas sistem, pada akhirnya kepuasan pengguna menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepercayaan terhadap e-katalog.

Tabel 1 Hasil *Outer Loadings*

	KI	KP	KS	PERCAYA	PUAS
KI1	0.981				
KI2	0.974				
KI3	0.945				
KI4	0.970				
KI5	0.977				

KP1	0.979
KP2	0.986
KP3	0.985
KP4	0.982
KP5	0.981
KS1	0.977
KS2	0.957
KS3	0.968
KS4	0.971
KS5	0.973
PERCAYA1	0.981
PERCAYA2	0.950
PERCAYA3	0.988
PUAS1	0.986
PUAS2	0.981
PUAS3	0.945
PUAS4	0.983
PUAS5	0.980

Sumber : Lampiran diolah

Semua pernyataan dianggap Valid Konvergen karena nilai semua *Loading Factor* > 0,7.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
KI	0.984	0.985	0.987	0.939
KP	0.991	0.991	0.993	0.965
KS	0.984	0.984	0.987	0.940
PERCAYA	0.972	0.972	0.981	0.946
PUAS	0.987	0.987	0.990	0.951

Sumber : Lampiran diolah

Karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7, semua variabel sudah dianggap reliabel

Tabel 3 Hasil R-Square (R²)

	R-square	R-square adjusted
PERCAYA	0.932	0.931
PUAS	0.937	0.935

Sumber : Lampiran diolah

Nilai R-Square variabel Kepuasan (PUAS) sebesar 0,937 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Informasi (KI), Kualitas Pelayanan (KP), dan Kualitas Sistem (KS) mampu menjelaskan variabel Kepuasan sebesar 93,7 persen. Sementara itu, nilai R-Square variabel Kepercayaan (PERCAYA) sebesar 0,932 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan mampu menjelaskan

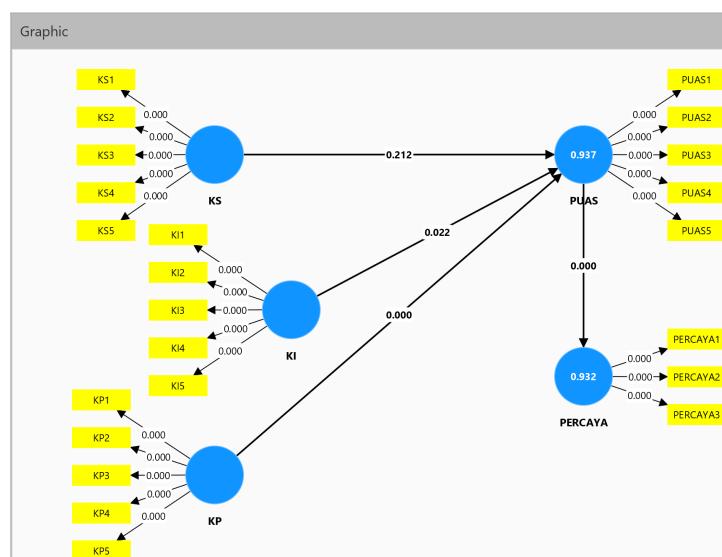
variabel Kepercayaan sebesar 93,2 persen, sehingga disimpulkan bahwa model tersebut dianggap kuat.

Tabel 4 Hasil F-Square

KI	KP	KS	PERCAYA	PUAS
KI				0,102
KP				0,354
KS				0,038
PERCAYA				
PUAS				13,743

Sumber : Lampiran diolah

Penjelasannya adalah pengaruh kualitas sistem (KS) terhadap kepuasan sebesar 0,038 dianggap lemah, begitu pula dengan pengaruh kualitas informasi (KI) terhadap kepuasan (PUAS) sebesar 0,102 yang juga termasuk kategori lemah. Sebaliknya, kualitas pelayanan (KP) menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan, yakni sebesar 0,354 yang dianggap kuat. Sementara itu, kepuasan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kepercayaan (PERCAYA), yaitu sebesar 13,743 yang dikategorikan sangat kuat.



Gambar 1 Hubungan Antar Variabel / Boothstrapping (Model Akhir)

Sumber : Lampiran diolah

Tabel 5 Uji Hipotesis

Jalur	Path Koefisien	t statistics	P values
Kualitas Sistem -> Kepuasan	0,184	1,249	0,212
Kualitas Informasi -> Kepuasan	0,385	2,296	0,022
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan	0,421	4,065	0,000
Kepuasan -> Kepercayaan	0,965	71,153	0,000

Sumber : Lampiran diolah

Gambar 1 di atas menunjukkan hubungan antar variabel setelah dilakukan boothstrapping. Sedangkan Tabel 5 merupakan gabungan dari *Path coefficient -MEAN, STDEV, T values, P values* dan *Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, P values*. Dan penjelasan untuk Tabel 5 adalah sebagai berikut:

Jalur Kualitas Sistem (KS) -> Kepuasan (PUAS) diperoleh nilai t Statistik sebesar $1,249 < 1,96$ atau nilai P values $0,212 > 0,05$, maka H1 ditolak yaitu Kualitas Sistem tidak berpengaruh terhadap Kepuasan. Jalur Kualitas Informasi (KI) -> Kepuasan (PUAS) diperoleh nilai t Statistik sebesar $2,296 > 1,96$ atau nilai P values $0,022 < 0,05$, maka H2 diterima yaitu Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan. Jalur Kualitas Pelayanan (KP) -> Kepuasan (PUAS) diperoleh nilai t Statistik sebesar $4,065 > 1,96$ atau nilai P values $0,000 < 0,05$, maka H3 diterima yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan. Jalur Kepuasan (PUAS) -> Kepercayaan (PERCAYA) diperoleh nilai t Statistik sebesar $71,153 > 1,96$ atau nilai P values $0,000 < 0,05$, maka H4 diterima yaitu Kepuasan berpengaruh terhadap Kepercayaan.

Tabel 6 Perhitungan Rata-rata AVE dan R-Square

	AVE	R-Square
Kualitas Sistem (KS)	0,940	
Kualitas Informasi (KI)	0,939	
Kualitas Pelayanan (KP)	0,965	
Kepercayaan (PERCAYA)	0,946	0,932
Kepuasan (PUAS)	0,951	0,937
Rata-rata	0,948	0,935

Sumber : Lampiran diolah

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai GOF} &= \sqrt{\text{rata-rata AVE} \times \text{rata-rata R Square}} \\
 &= \sqrt{0,948 \times 0,935} \\
 &= 0,941
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa performa gabungan antara model luar dan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori GOF besar. Nilai GOF yang dihasilkan adalah 0,941.

Tabel 7 Hasil uji Predictive Relevance

	Q ² predict	RMSE	MAE
PERCAYA	0.901	0.321	0.195
PUAS	0.930	0.269	0.156

Sumber : Lampiran diolah

Nilai Q2 adalah 0,9 lebih besar dari 0 dan berada pada kategori kuat, maka model memiliki *predictive relevance* atau variabel laten eksogen yang baik (sesuai), yaitu

Kualitas Informasi (KI), Kualitas Pelayanan (KP), Kualitas Sistem (KS), dan Kepuasan (PUAS) sebagai variabel penjelas yang mampu memprediksi variabel endogennya yaitu Kepercayaan (PERCAYA).

Nilai Q2 adalah 0,9 lebih besar dari 0 dan berada pada kategori kuat, yang menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktor atau variabel laten eksogen yang baik (sesuai), yaitu Kualitas Informasi (KI), Kualitas Pelayanan (KP), dan Kualitas Sistem (KS), sebagai variabel penjelas yang dapat memprediksi variabel endogennya, kepuasan (PUAS).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Sistem dengan Kepuasan

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak mempengaruhi kepuasan pengguna dengan nilai *t statistics* sebesar 1,249 lebih kecil dari 1,96 untuk tingkat signifikansi 5% pada uji dua arah. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas sistem e-katalog seperti kemudahan penggunaan, fleksibilitas sistem, kemudahan dalam mempelajari, keandalan, dan waktu respon belum memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pengguna e-katalog dalam konteks penelitian ini. Hal ini dapat terjadi apabila pengguna lebih menitikberatkan kepuasan pada faktor lain, seperti kualitas informasi maupun kualitas pelayanan, daripada aspek teknis sistem itu sendiri.

Menurut DeLone & McLean (2016:28), kualitas sistem seharusnya menjadi salah satu penentu utama kepuasan pengguna. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan prediksi model tersebut. Beberapa studi/penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang sejalan dengan temuan ini, seperti penelitian oleh Suki (2011) yang menuliskan bahwa kepuasan terhadap layanan/aplikasi tidak dipengaruhi oleh kualitas sistem. Sementara itu menurut Lutfi (2023) kualitas sistem tidak otomatis mempengaruhi kepuasan pengguna secara langsung, melainkan bisa melalui jalur mediasi seperti penggunaan sistem (*system use*) dan persepsi nilai guna (*perceived usefulness*).

Analisis indikator kuisioner pada variabel kualitas sistem juga mendukung hasil ini. Meskipun skor rata-rata berada pada kategori baik, indikator seperti kemudahan penggunaan dan waktu respon memiliki nilai relatif lebih rendah. Hasil kuisioner menunjukkan bahwa responden masih banyak yang menyatakan sistem e-katalog sangat sulit digunakan dalam kegiatan pengadaan barang/jasa, dan sistem e-katalog memiliki waktu respon yang sangat lambat. Dengan temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pengguna mungkin lebih efektif dicapai melalui perbaikan pada dua hal tersebut.

Dengan demikian, meskipun secara teoritis diharapkan bahwa kualitas sistem meningkatkan kepuasan pengguna, penelitian ini tidak menemukan dampak yang signifikan, yang mengindikasikan perlunya pendekatan strategis lain untuk meningkatkan kepuasan, misalnya melalui optimalisasi kualitas informasi dan kualitas pelayanan.

Pengaruh Kualitas Informasi dengan Kepuasan

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna e-katalog dengan nilai *t statistics* sebesar 2,296 lebih besar dari 1,96 untuk tingkat signifikansi 5% pada uji dua arah. Hal ini dikarenakan informasi yang disediakan dalam e-katalog sangat relevan untuk proses pengadaan. Dari hasil kuisioner dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pengguna lebih tinggi jika informasi e-katalog lebih relevan, akurat, dan lengkap. Dalam penelitian ini, indikator informasi relevan (*relevance*) paling berkontribusi dalam variabel kualitas informasi dibandingkan dengan 4 (empat) indikator lainnya.

Secara teoretis, temuan ini konsisten dengan Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean (2016:28) yang menempatkan kualitas informasi sebagai salah satu dimensi kunci penentu kepuasan pengguna. Kualitas informasi diukur dari tingkat akurasi, relevansi, kelengkapan, dan ketepatan waktu penyajian data. Laudon & Laudon (2022:70) menegaskan bahwa informasi yang memiliki keakuratan tinggi dan relevansi langsung terhadap kebutuhan pengguna akan meningkatkan persepsi nilai guna (*perceived usefulness*), yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan.

Dari perspektif pemasaran digital, Kotler & Keller (2022:187) menyatakan bahwa penyediaan informasi yang tepat sasaran dan mudah dipahami memperkuat pengalaman pelanggan dan menumbuhkan *customer delight*. Hal ini sejalan dengan pandangan Zeithaml et al (2018:92) yang menegaskan bahwa kualitas informasi yang memadai dapat menjadi pembeda strategis dalam membangun kepuasan.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Seo & Warman (2011) yang menyebutkan bahwa kualitas informasi berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan pengguna, namun bertolak belakang dengan penelitian Muhsaryah & Ekawati (2021) yang menyebutkan bahwa secara parsial variabel kualitas informasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna atau *user satisfaction*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengguna e-katalog dengan nilai *t statistics* sebesar 4,065 lebih besar dari 1,96 untuk tingkat signifikansi 5% pada uji dua arah. Hal ini dikarenakan layanan e-katalog sangat

memprioritaskan kebutuhan pengguna dan petugas layanan e-katalog memiliki kompetensi teknis yang sangat memadai. Dari hasil kuisioner dapat diartikan bahwa semakin baik lagi layanan e-katalog dalam memprioritaskan kebutuhan pengguna dan semakin baik lagi kompetensi petugas layanan e-katalog akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan pengguna e-katalog. Dalam penelitian ini, indikator kompetensi teknis (*technical competence*) dan indikator pelayanan SI mengutamakan kepentingan pengguna (*empathy*) berkontribusi lebih besar dibandingkan 3 (tiga) indikator lainnya dalam variabel kualitas pelayanan.

Menurut Zeithaml et al (2018:85), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang seberapa baik layanan memenuhi atau melampaui harapan mereka. Lima dimensi SERVQUAL (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) menjadi tolok ukur dalam menilai kualitas layanan. Fitzsimmons & Fitzsimmons (2020:126) menekankan bahwa dalam konteks layanan berbasis teknologi, kecepatan respon, keramahan staf, dan penyelesaian masalah secara efektif adalah faktor utama pembentuk kepuasan.

Fakta bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan juga didukung oleh Lovelock & Wirtz (2016:90), yang menjelaskan bahwa layanan yang dikelola dengan baik akan menciptakan pengalaman positif berulang, yang mendorong kepuasan jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hameed et al (2024) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan, dan juga penelitian Muhsaryah & Ekawati (2021) yang menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial dan signifikan oleh variabel kualitas layanan.

Pengaruh Kepuasan Pengguna dengan Kepercayaan (*trust*) Pengguna

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa kepuasan pengguna e-katalog mempengaruhi kepercayaan (*trust*) pengguna e-katalog dengan nilai *t statistics* sebesar 71,153 lebih besar dari 1,96 untuk tingkat signifikansi 5% pada uji dua arah. Hal ini dikarenakan penggunaan e-katalog membuat proses pengadaan menjadi lebih efisien. Dari hasil kuisioner dapat diartikan bahwa semakin efisien proses pengadaan e-katalog maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna e-katalog. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa pada variabel kepuasan pengguna, efisiensi (*efficiency*) dianggap sebagai indikator yang berkontribusi lebih besar dibandingkan 4 (empat) indikator lainnya.

Secara teoretis, hubungan ini didukung oleh Kotler & Keller (2022:175) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci dalam pembentukan kepercayaan (*trust*), karena pengalaman positif yang konsisten akan memperkuat keyakinan pengguna terhadap integritas

dan kompetensi penyedia layanan. Robbins & Judge (2019:112) menambahkan bahwa kepuasan menciptakan kepercayaan berbasis emosi positif (*affective trust*) yang sulit tergantikan. Colquitt et al (2021:210) mengemukakan bahwa rasa puas memperkuat persepsi niat baik (*benevolence*) dan kompetensi (*competence*) dari pihak penyedia, yang menjadi pondasi kepercayaan jangka panjang.

Penelitian terdahulu Rafiah (2019) juga menuliskan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam berbelanja menggunakan *e-commerce*. Penelitian Chatterjee et al (2024) juga menuliskan bahwa kepercayaan pelanggan meningkat dengan kepuasan pelanggan.

D. KESIMPULAN

Menurut hasil analisis data SEM-PLS, penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat hubungan yang diuji, tiga hubungan terbukti signifikan. Kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, sementara Kualitas Sistem tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Selain itu, Kepuasan Pengguna terbukti memiliki pengaruh positif dan sangat kuat terhadap Kepercayaan Pengguna. Temuan ini konsisten dengan sebagian besar hipotesis yang dianalisis dalam penelitian ini, kecuali pada pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean yang menekankan pentingnya kualitas informasi dan kualitas pelayanan sebagai determinan utama kepuasan pengguna, serta mengkonfirmasi peran kepuasan sebagai prediktor kepercayaan pengguna. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam konteks penggunaan e-katalog pemerintah, yang selama ini relatif jarang diteliti dibandingkan dengan platform komersial. Dengan adanya hasil penelitian ini juga memperkuat klaim keberhasilan LKPP (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah) bahwa keberhasilan sistem e-katalog bukan hanya didasarkan pada peningkatan peran serta pelaku usaha dalam pengadaan barang/jasa (pada Buku Profil Pengadaan LKPP Tahun 2023) namun juga dapat didasarkan kepercayaan (trust) badan usaha pengguna e-katalog. Hal sejalan dengan pernyataan Abdulkareem et al (2022) yang menuliskan kepercayaan merupakan faktor yang signifikan dalam e-government.

Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bahwa pengelola e-katalog perlu memprioritaskan peningkatan kualitas informasi (seperti menyediakan data dan informasi yang relevan, akurat, serta lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan oleh badan usaha pengguna

e-katalog) dan kualitas pelayanan (seperti menyiapkan petugas yang kompeten, dapat diandalkan, memberikan layanan yang memprioritaskan pengguna).

E. DAFTAR PUSTAKA

- _____, Buku Pedoman Penulisan Tesis dan Artikel Publikasi Program Magister Manajemen Universitas Trilogi
- Abdulkareem, A.K., Abdulkareem, Z., Ishola, A. A., & Akindele, I. T. (2022). Does e-government impact e-participation? The Influence of Trust in e-government, International Review of Public Administration, 27(1):1-20.
- Buku_Profil_Pengadaan_2023. (n.d.).
- Colquitt, J. A., Lepine, J. A., & Wesson, M. J. (2021). Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chasbiandani, T. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Kepuasan Penggunaan Mobile Banking, Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi, Vol. XIX No 1 Januari 2019.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2004). Measuring e-commerce success: Applying the DeLone and McLean Information Systems Success Model. International Journal of Electronic Commerce, 9(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/10864415.2004.11044317>
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2020). Service management: Operations, strategy, information technology (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2020). Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Edisi 2. Semarang: Badan penerbit- Undip.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hamid, R.S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Hammed, I., Chatterjee, R.S., Zainab, B., Tzhe, A.X., Yee, L.S., Khan, K. (2024). Navigating Loyalty and Trust in The Skies : The Mediating Role of Customer Satisfaction and Image for Sustainable Airlines, Sustainable Futures, Vol. 8 (2024) 100299.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. Bekasi : PT. Intermedia Personalia Utama
- Hasanudin, M., Pujotomo, D., Sriyanto (2017). Pengaruh Dimensi E-Servqual, Satisfaction dan

- Trust Terhadap Loyalitas Pengguna Layanan E-Commerce Indonesia (Studi Kasus : Pengguna Layanan e-commerce di Pulau Jawa), *Industrial Engineering Online Journal*, Vol. 6, No. 3, Jul. 2017.
- Iba, Z. & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian. Kabupaten Purbalingga : Eureka Media Aksara.
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulistyo, A. B., & Purwanto, A. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 477-486. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.006>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management information systems: Managing the digital firm* (17th ed.). Pearson Education.
- Lin, J., Wang, B., Wang, N. dan Lu, y. (2014). Understanding the evolution of consumer trust in mobile commerce, *Information Technology Management*, (15), 37-49
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Lutfi, A., (2023). Factors affecting the success of accounting information system from the lens of DeLone and McLean IS model. *International Journal of Information Management Data Insight*, 3 (2023) 100202
- Made, N., Rukmiyati, S., & Ketut Budiartha, I. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris pada Hotel Berbintang di Provinsi Bali)
- Madjid, R., (2013). Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi. *The International Journal of Engineering And Science*, Vol 2. Issue 5.
- Mater, W., Aldwari,M., Matar, N.,& Al-Rahmi, W. M (2024). Developing a success model of a social student relationship management system. *Heliyon*. Vol 10 (2024) e25941
- Muharsyah, A., & Ekawati, R. K. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia dengan Model Delone and McLean di Kota Palembang.
- Nulhusna, R., Sandhyaduhita, P. I., & Hidayanto, A. N. (2017). The relation of e-government

- quality on public trust and its impact on public participation. *Transforming Government People Process and Policy*, 11(4): 00– 00
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2019). *Management information systems* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, *Journal of Marketing Research* (17:4), pp. 460-469.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings, *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Banten : Media Edu Pustaka
- Pearlson, K. E., Saunders, C. S., & Galletta, D. F. (2019). *Managing and using information systems: A strategic approach* (7th ed.). Wiley
- Petter, S., & McLean, E. R. (2009). A meta-analytic assessment of the DeLone and McLean IS success model: An examination of IS success at the individual level. *Information and Management*, 46(3), 159–166. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.12.006>
- Petter, S., McLean, E. R. & Delone, W., (2014). Information System Success : The Quest for the Independent Variables. *Journal of Management Information Systems*, 29(4). <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290401>
- Rafiah, K. K (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia, *Unida Journals*, Vol. 5 No 1, Juni 2019.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson Education.
- Rukmiyati, N.M.S., & Budiarta, I.K., (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris pada Hotel Berbintang di Provinsi Bali)., *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5.1 (2016) : 115-142.
- Sanaye, A., Shaemi, A. dan Jamshidi, H. (2011). An Analysis of the Factors Affecting Customers Satisfaction and Trust in Mobile Banking (Case Study: Branches of Bank Mellat in Isfahan), *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(7), 440-452
- Sangadji, E. M., & Sopiah (2018). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi
- Sari, I. P., & Arifin, J. (2016). Analysis of Factors Influencing the Successful E-Procurement Implementation, In *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, Lampung, 2016.

- Seo, D., & Warman, G. (2011). User Satisfaction of E-government Procurement Systems in Developing Countries: An Empirical Research in Indonesia.
- Suki, N. M. (2011). A Structural Model of Customer Satisfaction and trust in vendors involved in mobile commerce. *International Journal of Business Science & Applied Management*, 6(2), 18-30.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta : Andi
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). Information technology for management: On-demand strategies for performance, growth, and sustainability (11th ed.). Wiley.
- Umiyati, I., Syahroza, A., & Diyanty, V. (2016). Membangun Trust Terhadap Public E-Procurement Melalui Kualitas Sistem Informasi dan Kepuasan Pengguna. In *Simposium Nasional Akuntansi XIX*.
- Urbach, N., & Muller, B. (2011). The Updated DeLone and McLean Model of Information System Success, *Information System Theory*, (pp.1-18).
- Wang, W.T., Wang, Y.S. & Liu, E.R. (2016). The stickiness intention of group-buying websites: the integration of the commitment-trust theory and e-commerce success model, *Information & Management*, Vol. 53 No. 5, pp. 625-642.
- Wara, L. S., Kalangi, L., & Gamaliel, H. (2021). Pengujian Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone dan McLean pada Sistem Aplikasi Pemeriksaan (SIAP) dan Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia perwakilan Provinsi Sulawesi Utara, *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing*, 12 (1), 2021.
- Warkentin, M., Gefen, D., Pavlou P. A. & Rose, G. M. (2002). Encouraging Citizen Adoption of e-Government by Building Trust, *Electronic Markets*, 12 (3), 157-162.
- Yeh, Y. S. dan Li, Y. (2009). Building Trust in m-commerce: contribution from quality and satisfaction, *Online Information Review*, 33(6), 1066-1086
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.