

PENERIMAAN MAGESTY PUBLIC SERVICE : PERSPEKTIF *DECOMPOSED THEORY OF REASONED ACTION*

Afifah Afra Aulia¹, Novita Putri Alifia², Aji Yudha Purnama³, Widyadhana Nafi Kurniawan⁴, Joko Tri Nugraha⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Tidar, Magelang

¹afifah.afra.aulia@students.untidar.ac.id, ²novita.putri.alifia@students.untidar.ac.id

³widyadhana.nafi.kurniawan@students.untidar.ac.id,

⁴aji.yudha.purnama@students.untidar.ac.id, ⁵jokotrinugraha@untidar.ac.id

Received: 01-06-2024

Revised: 05-06-2024

Approved: 07-06-2023

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami penerimaan aplikasi Magesty Public Service oleh warga Kota Magelang dengan menggunakan tinjauan literatur yang sistematis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian ini mengembangkan Theory of Reasoned Action menurut sumber dari Edy Purwanto (2020) dan mengevaluasi penerimaan masyarakat terhadap aplikasi Magesty Public Service. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Purwanto, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam berbelanja online, yaitu kepercayaan, kenyamanan, dan layanan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui aplikasi Magesty Public Service. Namun, penggunaan aplikasi tersebut oleh responden masih rendah, dengan banyak yang lebih memilih menggunakan website Magesty Public Service yang disediakan oleh Pemerintah Kota Magelang. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan oleh Pemerintah Kota Magelang agar pelayanan publik di Kota Magelang dapat ditingkatkan.

Kata Kunci: Magesty Public Service, Penerimaan Teknologi, Theory of Reasoned Action, Kepercayaan, Kenyamanan, Layanan Pelanggan, Pelayanan Publik

PENDAHULUAN

Teknologi dapat dianggap sebagai kombinasi teknik, keterampilan, metode dan proses. Namun teknologi telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Di zaman modern ini, penggunaan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari. Kita telah melihat secara luas bahwa generasi muda telah mengadopsi atau menerima perubahan teknologi dengan sangat cepat. Namun penggunaan teknologi di kalangan warga lanjut usia dipandang sebagai sebuah kekhawatiran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami penerimaan teknologi pada warga dengan menggunakan tinjauan literatur yang sistematis. Studi berfokus pada penggabungan artikel-artikel yang diterbitkan baru-baru ini mengenai topik tersebut dan untuk mengidentifikasi ruang lingkup penelitian di masa depan.

Kota-kota besar di Indonesia sudah mulai menggunakan konsep *smart city* atau kota cerdas saat ini, tetapi masih belum mencapai puncaknya. Kota saat ini harus memberikan pelayanan yang menggunakan teknologi terkini dan membangun infrastruktur yang pintar sehingga dapat memberikan pelayanan yang efektif dan mudah kepada semua penduduk kota (Sudaryono, 2014). Pelayanan publik yang dianggap sudah tidak memadai lagi untuk menyelesaikan masalah dan merupakan salah satu komponen penting dari pemerintahan yang efektif. Oleh karena itu, untuk menghasilkan sebuah konsep *smart city*, pendekatan yang terintegrasi diperlukan untuk mengatasi segala masalah yang ada di kota. Kota-kota yang disebut sebagai kota pintar memanfaatkan penyelesaian masalah inovatif untuk meningkatkan performa

(Widyaningsih, 2013).

Dimulai dengan pemahaman teknologi yang lebih luas tentang konsep kota cerdas, tidak salah jika menerapkan konsep ini dengan mempertimbangkan elemen lain yang juga diperlukan oleh sebuah kota pada umumnya. Semua elemen ini kemudian diintegrasikan secara menyeluruh hingga dapat disebut sebagai kota cerdas. Berdasarkan data dari <https://magesty.magelangkota.go.id/> yang diakses pada tanggal 18 Mei 2024 pengguna aplikasi Magesty *Public Service* mencapai 8213 oleh pengguna android saja. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Kota Magelang sudah terbiasa mengakses informasi melalui internet, meskipun perhitungan ini tidak mencakup akses ke akun Instagram, Twitter, atau media sosial lainnya. Ini menunjukkan bahwa penerapan *smart city* di Kota Magelang semakin penting mengingat masyarakat di era modern semakin menuntut kemudahan dan pelayanan pemerintah yang lebih baik melalui media *online*.

Saat ini, Pemerintah Kota Magelang telah mengeluarkan aplikasi Magelang *smart city* (Magesty) untuk mewujudkan Kota Magelang yang terintegrasi, memberikan layanan prima, dan modern. Magesty diluncurkan atas dasar kebijakan Pemerintah untuk mengatasi masalah saat Covid-19. Pemerintah Kota Magelang berupaya untuk tetap menjalankan pelayanan publik melalui aplikasi Magesty tersebut. Selain untuk pelayanan publik, Magesty juga merupakan solusi kolaboratif antara Pemerintah Kota Magelang dengan pelaku usaha khususnya UMKM untuk memfasilitasi mereka guna mendapatkan pekerjaan yang bisa diakses dari rumah. Penelitian ini akan memfokuskan pada pengembangan konsep *smart city* yang telah dikembangkan melalui aplikasi Magesty *Public Service*. Walaupun konsep *smart city* telah banyak dibicarakan, tidak ada pemahaman yang jelas dan konsisten tentang bagaimana konsep ini diterapkan di berbagai kota. Pengembangan konsep kota cerdas didorong oleh munculnya perusahaan swasta di bidang TI dan komunikasi.

Kata "*smart city*" mengacu pada kota yang memiliki kemampuan untuk menggunakan modal sosial, sumber daya manusia, dan infrastruktur telekomunikasi kontemporer untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, sambil mengelola sumber daya secara bijaksana melalui pemerintahan yang berbasis partisipasi masyarakat. (Caragliu, A., dkk dalam Schaffers, 2010). Saat ini, Kota Magelang juga memiliki berbagai sistem pemerintahan yang menggunakan teknologi. Dalam upaya mewujudkan pemerintahan elektronik, Kota Magelang terus berusaha. Kota Magelang yang memiliki program pelayanan berbasis internet. Pada akhirnya, mengingat bahwa *e-government* adalah dasar pembangunan kota pintar, penting untuk melihat seberapa siap sistem *e-government* Kota Magelang untuk menuju Kota Magelang cerdas. Penelitian ini juga akan melihat kesiapan *smart city* Kota Magelang dari dua perspektif: orang, masyarakat dan pemerintah. Ini adalah tindakan penting untuk memulai evaluasi kesiapan sebuah kota untuk menjadi kota yang cerdas.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Reason Action (TRA) merupakan suatu teori yang dibuat dan dipopulerkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subyektif (*subjective norm*) adalah dua faktor penentu dan penentu perilaku yang difokuskan dalam kajian psikologi sosial oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA). Banyak peneliti yang menggunakan TRA untuk mempelajari psikologi sosial dan penerimaan teknologi dan inovasi. Mereka juga melakukannya untuk

mempelajari perilaku konsumen. TRA telah dikembangkan oleh Fishbein pada tahun 1960, dan kemudian dikembangkan lagi oleh Fishbein dan Azjen hingga tahun 1980. Teori ini memberikan penjelasan tentang komponen yang mempengaruhi perilaku manusia dan menjelaskan bagaimana keyakinan, sikap, norma subjektif, niat, dan perilaku individu berhubungan satu sama lain. Riley dan Klein (2019) pada Purwanto (2020) menggunakan TRA untuk menguji perilaku pelanggan saat berbelanja secara *online*, dengan fokus pada niat individu untuk berperilaku dengan cara tertentu. Setelah TRA, muncul perkembangan baru oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori pengembangan yang dimaksud adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Variabel persepsi kontrol perilaku ditambahkan ke TPB untuk menjelaskan situasi ketika seseorang tidak memiliki kontrol atas perilaku yang mereka inginkan. Dalam Ilmi (2020) menjelaskan bahwa persepsi kontrol perilaku adalah ketika seseorang merasa mudah atau sulit untuk melakukan perilaku tertentu (Hatta, 2009). Kontrol keyakinan dan persepsi kekuatan mempengaruhi persepsi kontrol, menurut TPB. Kontrol keyakinan adalah keyakinan bahwa pengalaman orang lain atau pengaruh informasi lain dapat membuat perilaku tertentu lebih sulit atau lebih sulit. Persepsi kekuatan adalah kekuatan faktor kontrol yang dapat membantu atau menghalangi perilaku tertentu.

Setelah TRA dan dan TPB, Davis membuat TAM pada tahun 1989, yang merupakan perpanjangan dari TRA. Tujuannya adalah untuk memprediksi penerimaan atau penggunaan sistem informasi oleh pengguna serta keuntungan yang dihasilkannya bagi perusahaan (Hatta, 2009). Keinginan untuk berperilaku memengaruhi penggunaan teknologi informasi di TAM. Dua persepsi utama memengaruhi keinginan berperilaku seseorang: persepsi manfaat (POU) dan persepsi kemudahan dalam menggunakan (PEOU). Persepsi manfaat (POU) adalah ketika seseorang percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan persepsi kemudahan dalam menggunakan (PEOU) adalah ketika seseorang percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Banyak peneliti yang menggunakan TRA untuk mempelajari psikologi sosial dan penerimaan teknologi dan inovasi. Mereka juga melakukannya untuk mempelajari perilaku konsumen. Riley dan Klein (2019) menggunakan TRA untuk menguji perilaku pelanggan saat berbelanja secara *online*, dengan fokus pada niat individu untuk berperilaku dengan cara tertentu. Raman (2019) menyatakan bahwa meskipun banyak teori berusaha untuk menghubungkan antara sikap dan perilaku, hanya TRA yang dapat memprediksi perilaku pelanggan dengan mengukur sikap, niat, dan kepercayaan. Ada sejumlah variabel yang memengaruhi sikap dan keinginan untuk berbelanja secara online, berdasarkan kerangka teoritis TRA. Kepercayaan (*trust*), kenyamanan (*comfort*), dan layanan pelanggan (Purwanto, 2020). Kaur dan Quareshi (2015) menyatakan bahwa kepercayaan adalah komponen yang sangat penting dalam pembelian melalui media internet, sehingga pembeli harus memiliki kepercayaan pada toko daring. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa kepercayaan memengaruhi niat untuk berbelanja secara daring, tetapi Raman (2019) menemukan bahwa kepercayaan tidak terbukti memengaruhi niat untuk berbelanja secara daring.

Oleh karena itu, ini mungkin merupakan gap penelitian untuk penyelidikan lebih lanjut. Menurut Al-Debei et al. (2015), kenyamanan dianggap sebagai faktor yang memengaruhi sikap pelanggan terhadap tindakan belanja online. Clemes, Gan, dan Zhang (2014) mengatakan bahwa belanja *online* membuat konsumen merasa lebih nyaman karena dapat dilakukan dari rumah, sehingga kenyamanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi sikap dan niat belanja *online*. Beberapa penelitian

sebelumnya telah menunjukkan pengaruh kenyamanan terhadap niat belanja *online*. Layanan pelanggan yang baik membantu menurunkan resiko belanja *online* (Yang, Pang, Liu, dan Tarn, 2015) dan meningkatkan keinginan untuk belanja *online* (AlDebei et al., 2015).

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian didefinisikan sebagai “Metode Penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berkonsentrasi pada pengumpulan dan analisis data numerik dengan tujuan menciptakan gambaran, ramalan, dan pengendalian fenomena yang dipelajari (Leo dan Nugraha, 2024). Variabel yang digunakan pada penelitian ini yakni Masyarakat Kota Magelang. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Purwanto, 2020 bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam berbelanja online yang disebutkan ada tiga, yaitu kepercayaan, kenyamanan, dan layanan pelanggan. Proses penelitian terdiri dari merumuskan masalah penelitian, mencari literatur dari berbagai sumber, menentukan teori yang digunakan dalam penelitian, membuat kuesioner pertanyaan, mengumpulkan data, menganalisis hasil, membahas, dan terakhir membuat kesimpulan dan rekomendasi tentang temuan penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey kepada Masyarakat Kota Magelang untuk menilai penerimaan Masyarakat selama menggunakan aplikasi Magesty *Public Service*. Kemudian dilakukan penelitian literatur dari berbagai sumber yang berkaitan dengan masalah tersebut. Setelah mencari sumber literatur, kuesioner pertanyaan penelitian dibuat. Penelitian ini memilih sampel dari populasi Kota Magelang yang telah atau pernah menggunakan aplikasi Magesty *Public Service*. Kuesioner pertanyaan dibuat dengan menggunakan sepuluh pernyataan yang berhubungan dengan teori Purwanto, yang kemudian digabungkan dengan subjek penelitian. Berdasarkan data statistik pada web aplikasi Magesty yang di akses pada tanggal 18 Mei 2024, tercatat sebanyak 8213 pengguna. Kemudian menghitung sampel untuk responden dengan menggunakan rumus slovin. Jumlah sampel yang diinginkan adalah 99 orang, dan perhitungan dihasilkan sebagai berikut :

$$n = 8213 / 1 + 8213 * 0.1^2 = 98,797$$

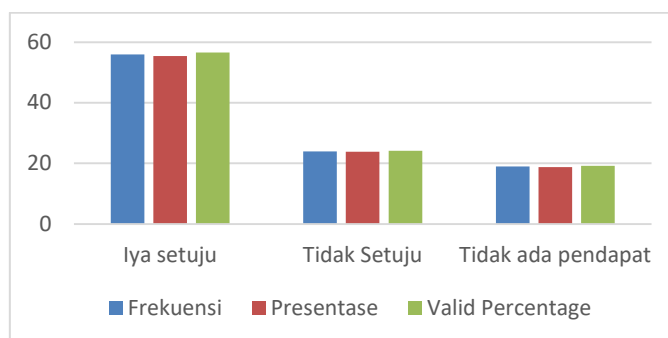
Setelah data dikumpulkan, analisis dan diskusi hasil dilakukan menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Selanjutnya, hasil dikelompokkan berdasarkan nilai mean, atau rata-rata.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dimensi Kepercayaan

Tabel 1.
Aplikasi Magesty

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	56	55.4	56,60	56,60
2	Tidak Setuju	24	23,80	24,20	80,80
3	Tidak ada pendapat	19	18,80	19,20	100
	Total	101	100,00	100,00	100

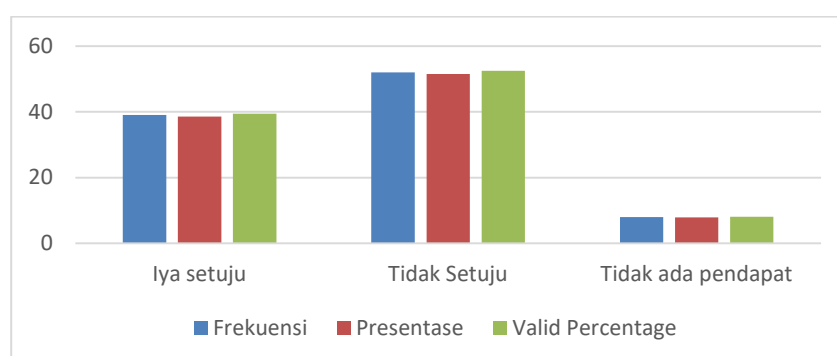


Gamba 1. Aplikasi Magesty

Pada tabel 1 ini banyak yang mengetahui tentang aplikasi Magesty dengan presentase 55,4% dan frekuensi 56 orang dari 101 responden . Sebanyak 24 orang dengan presentase 23,8% tidak mengetahui tentang aplikasi Magesty. Sementara itu sebanyak 19 orang dengan presentase 18,8% tidak berpendapat tentang aplikasi Magesty. Jadi pada tabel 1 menunjukkan bahwa rata rata responden telah mengetahui tentang aplikasi Magesty ini.

**Tabel 2.
 Pengguna Aplikasi Magesty**

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	39	38,60	39,40	39,40
2	Tidak Setuju	52	51,50	52,50	91,90
3	Tidak ada pendapat	8	7,90	8,10	100
	Total	101	100,00	100,00	100

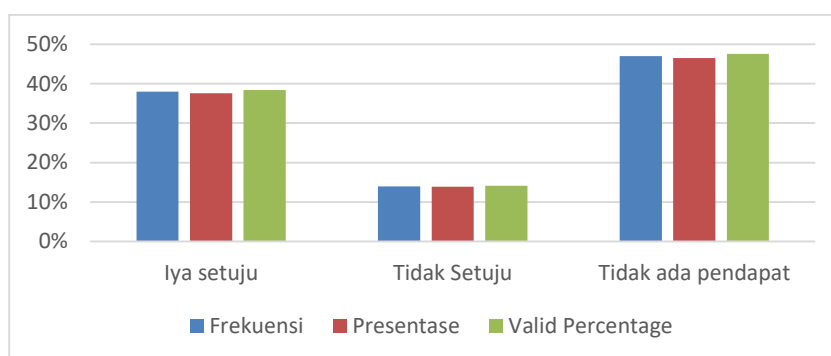


Gambar 2. Pengguna Aplikasi Magesty

Pada tabel 2 banyak yang menggunakan aplikasi Magesty sebanyak 39 orang dengan presentase 38,6%. Sebanyak 52 orang dengan presentase 51,5% tidak menggunakan aplikasi Magesty. Sedangkan 8 orang dengan presentase 7,9% tidak berpendapat. Hasil dari tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa banyak yang belum menggunakan aplikasi Magesty.

Tabel 3.
Kepercayaan terhadap Aplikasi Magesty

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	38	37,60	38,40	38,40
2	Tidak Setuju	14	13,90	14,10	52,50
3	Tidak ada pendapat	47	46,50	47,50	100
	Total	101	100,00	100,00	100



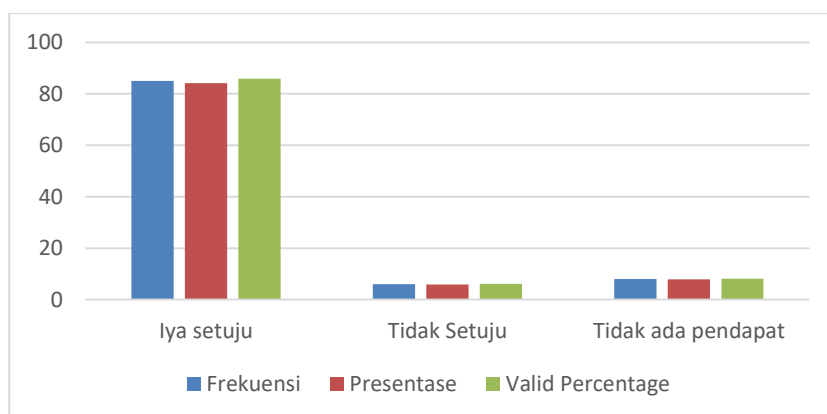
Gambar 3. Kepercayaan terhadap Aplikasi Magesty

Bahwa 38 orang dengan presentase 37,6% mempercayai aplikasi Magesty. Sementara itu sebanyak 14 orang dengan presentase 13,9% tidak mempercayai aplikasi Magesty. Sedangkan 47 orang dengan presentase 46,5% tidak berpendapat. Terlihat dari hasil tabel 3 ternyata mayoritas responden tidak berpendapat tentang kepercayaan terhadap aplikasi Magesty.

Dimensi Kenyamanan

Tabel 4.
Kemudahan Belanja Online

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	85	84,20	85,90	85,90
2	Tidak Setuju	6	5,90	6,10	91,90
3	Tidak ada pendapat	8	7,90	8,10	100
	Total	101	100,00	100,00	100

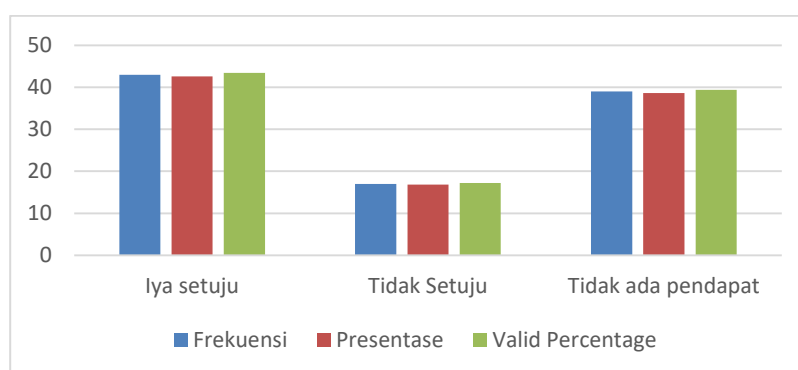


Gambar 4. Kemudahan Belanja online

Menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa mudah saat menggunakan aplikasi Magesty. Sebanyak 85 orang dengan presentase 84,2% menyatakan bahwa mudah menggunakan aplikasi Magesty. Sementara itu 6 orang dengan presentase 5,9% tidak nyaman dalam menggunakan aplikasi. Sedangkan 8 orang dengan presentase 7,9% tidak berpendapat.

Tabel 5.
Kenyamanan Belanja Online

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	43	42,60	43,40	43,40
2	Tidak Setuju	17	16,80	17,20	60,60
3	Tidak ada pendapat	39	38,60	39,40	100
	Total	101	100,00	100,00	100



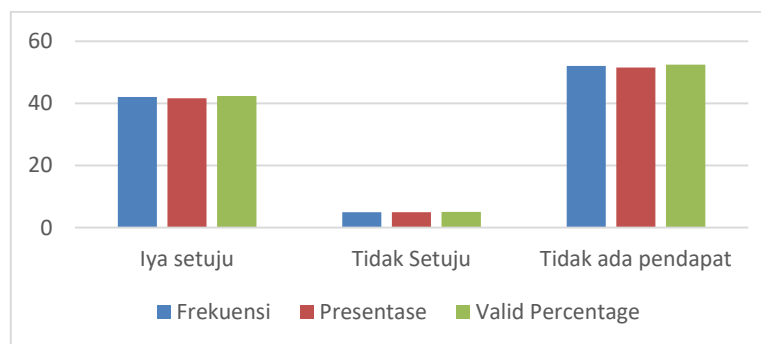
Gambar 5. Kenyamanan Belanja Online

Menunjukkan sebanyak 43 orang dengan presentase 42,6% nyaman menggunakan aplikasi Magesty. Sementara itu 17 orang dengan presentase 16,8% tidak nyaman saat menggunakan aplikasi Magesty. Sedangkan 39 orang dengan presentase 38,6% tidak

berpendapat. Hasil dari tabel 5 menunjukkan bahwa banyak responden yang merasa nyaman saat menggunakan aplikasi Magesty.

Tabel 6.
Kemudahan Fitur

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	42	41,60	42,40	42,40
2	Tidak Setuju	5	5,00	5,10	47,50
3	Tidak ada pendapat	52	51,50	52,50	100
	Total	101	100,00	100,00	100



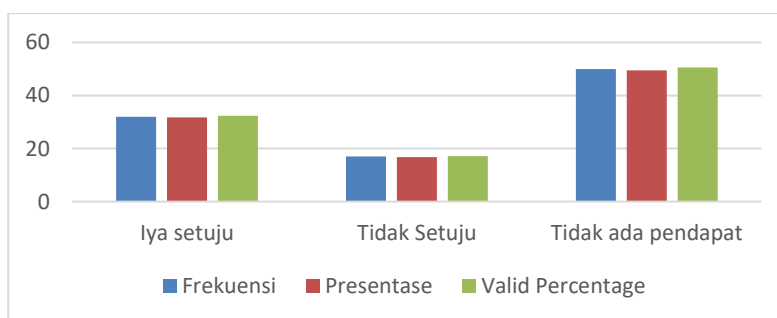
Gambar 6. Kemudahan Fitur

Pada tabel 6 menunjukkan sebanyak 42 orang dengan presentase 41,6% merasa mudah menggunakan fitur pada aplikasi Magesty. Berbanding terbalik dengan responden yang memilih pilihan setuju dengan kemudahan Aplikasi Magesty 5 orang dengan presentase 5% merasa kesulitan dalam menggunakan fitur aplikasi Magesty. Sementara itu 52 orang dengan presentase 51,5% tidak berpendapat pada kuesioner ini. Hasil dari tabel 6 menunjukkan bahwa masih banyak orang yang memilih tidak berpendapat.

Dimensi Layanan Pelanggan

Tabel 7.
Kepuasan Pelayanan

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	32	31,70	32,30	32,30
2	Tidak Setuju	17	16,80	17,20	49,50
3	Tidak ada pendapat	50	49,50	50,50	100
	Total	101	100,00	100,00	100

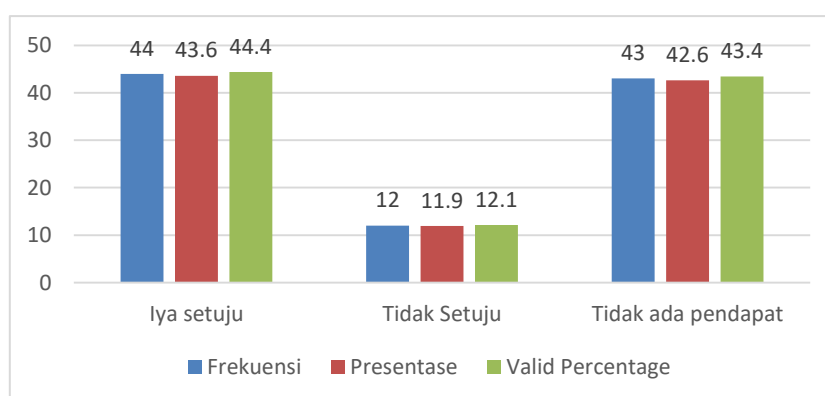


Gambar 7. Kepuasan Pelayanan

Menunjukkan bahwa sebanyak 32 orang dengan presentase 31,7% memilih untuk merasa puas dengan pelayanan yang ada pada aplikasi Magesty ini. Sementara itu sebanyak 17 orang dengan presentase 16,8% merasa tidak puas dengan pelayanan yang ada pada aplikasi Magesty. Sedangkan ada 50 orang dengan presentase 50,5% yang memilih untuk tidak berpendapat. Pada hasil dari tabel 7 menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih untuk tidak berpendapat pada kepuasan layanan aplikasi Magesty.

Tabel 8.
Kenyamanan dengan Fitur yang Tersedia

No	Responden	Frekuensi	Presentase	Valid Percentage	Cumulative Percentage
1	Iya setuju	44	43,60	44,40	44,40
2	Tidak Setuju	12	11,90	12,10	56,60
3	Tidak ada pendapat	43	42,60	43,40	100
	Total	101	100,00	100,00	100



Gambar 8. Kenyamanan dengan Fitur yang Tersedia

Menunjukkan ada sebanyak 44 orang dengan presentase 43,6% merasa nyaman dengan fitur yang tersedia pada aplikasi Magesty. Sebanyak 12 orang dengan presentase 11,9% merasa tidak nyaman dengan fitur yang tersedia. Sedangkan 43 orang dengan presentase 42,6% tidak memberikan pendapat. Hasil dari tabel 8 menunjukkan

mayoritas responden merasa nyaman dengan fitur yang tersedia pada aplikasi Magesty.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Magesty *Public Service* diterima oleh Masyarakat Kota Magelang. Peneliti menganalisis hasil penelitian dan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui aplikasi Magesty *Publik Service*, mencari informasi dan berbelanja secara *online*, memudahkan untuk mendapat layanan dari rumah, dan senang dengan berbagai fitur dan layanan yang diberikan saat terjadi transaksi. Akan tetapi menurut analisis hasil penelitian kami, responden yang menggunakan aplikasi tersebut masih rendah, mereka lebih memilih menggunakan website Magesty *Public Service* yang disediakan Pemerintah Kota Magelang. Selain itu, responden tidak memberikan pendapat pada bagian kepercayaan informasi dan layanan didalam aplikasi, mudah tidaknya untuk diakses oleh anak muda hingga orang tua, dan kepuasan mereka terhadap pelayanan aplikasi tersebut. Responden juga berpendapat bahwa mereka mempercayai aplikasi Magesty *Public Service* karena aplikasi tersebut dibuat oleh Pemerintah. Layanan yang diberikan oleh aplikasi Magesty *Public Service* ini menurut responden juga sudah mempermudah mereka dalam mencari informasi terkait Kota Magelang.

Untuk mewujudkan Kota Magelang sebagai kota cerdas, diperlukan kesamaan paradigma tentang konsep kota cerdas yang sebenarnya. Dibutuhkan tidak hanya undang-undang langsung yang mengatur kota cerdas, tetapi juga kerja sama yang efektif dari semua pihak yang benar-benar ingin menggunakan kota cerdas untuk menyediakan layanan publik. Secara keseluruhan, arahan pengembangan kawasan pusat pemerintahan dengan konsep *smart city* ini bertujuan untuk menambah konsep dari rencana kawasan pusat pemerintahan yang ada karena konsep *smart city* sangat baru dalam penelitian tata ruang di Indonesia.

Penelitian ini mengembangkan *Theory Reasoned of Action* menurut sumber dari Edy Purwanto (2020) dan melihat penerimaan Masyarakat terhadap aplikasi Magesty *Public Service*. Dengan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan oleh Pemerintah Kota Magelang agar pelayanan publik di Kota Magelang dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Yeni Denisa Lestari, J. T. (2019). Pengembangan E-Government Melalui Layanan Aspirasi Masyarakat . *Jurnal Ilmu Administrasi (JIA)* , 178.
<https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/download/230/473>
- Subekti, T., & Gustomy, R. (2018). Menguji Sistem E-Government Kota Malang Menuju Smart City. *Interaktif: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(4), 40-60.
<https://www.academia.edu/download/78179890/141.pdf>
- Edi Purwanto, S.M. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia.
<http://p2m.upj.ac.id/userfiles/files/Edi%20Purwanto%20Pengembangan%20Theory%20of%20Reasoned%20Action%20untu%20Penelitian%20Online%20S hopping%20Intention.pdf>
- Hasibuan, A., & Sulaiman, O. K. (2019). Smart city, konsep kota cerdas sebagai alternatif penyelesaian masalah perkotaan kabupaten/kota, di kota-kota besar Provinsi Sumatera Utara. *Buletin Utama Teknik*, 14(2), 127-135.
<https://jurnaltest.uisu.ac.id/index.php/but/article/download/1097/853>

- Ilmi, M., Liyundira, F. S., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436-458. <http://jurnal.itsm.ac.id/index.php/relasi/article/download/371/345>
- Siregar, K. R. (2011). Kajian mengenai penerimaan teknologi dan informasi menggunakan technology accaptance model (TAM). *Rekayasa*, 4(1), 2732. <https://journal.trunojoyo.ac.id/rekayasa/article/viewFile/2322/1929>
- Namira, F. A., Nugraha, J. T., Mali, M. G., & Orbawati, E. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Magelang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 1797-1808. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/10507/7380>
- Savi'ah, R. N., Nugraha, J. T., Kurniasih, Y., & Mali, M. G. (2024). Analysis Of Use Behavior In The Perspective Of The UTAUT In The Procurement Of Government Goods And Services At The Regional Secretariat Of Magelang City. *Jurnal Info Sains: Informatika dan Sains*, 14(02), 118-132. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/InfoSains/article/download/4377/3643>
- Aji, B. K., Farhandi, A. Y., & Amrozi, Y. (2022). Analisis penerimaan masyarakat pada website pelayanan via online Dukcapil (Plavon) Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 41-47. http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/2201/1/Yusuf%20Amrozi_jurnal_Analisis%20penerimaan%20masyarakat%20pada%20website.pdf
- Pratama, R. B. (2019). Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggal Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014-2017) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia). https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2274/9/unikom_rizky%20bagas%20pratama_14.%20bab%20iii%20metodologi%20penelitian.pdf
- Pangestiningrum, K. P., Nugraha, J. T., & Mahendrati, M. (2019). Manajemen Aplikasi "Magelang Cerdas" Sebagai Salah Satu Inovasi Sektor Publik Menuju Smart City Di Kota Magelang. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 3(1), 24-36. <https://core.ac.uk/download/pdf/228481758.pdf>