

2 Konferensi Internasional tentang Informasi Terpadu

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Peserta di Komunitas

Fang-Ming Hsu ^a, Chiu-Tsu Fan ^b, Chun-Min Lin ^c dan Chu-Mei Chiu ^d^a *Sebuah Jurusan Manajemen Informatika, Universitas Dong Hwa Nasional, Hualien 974, Taiwan*^b *Departemen Administrasi Bisnis, Tungshan University, Taipei 222, Taiwan*^c *Pusat Pendidikan Umum, Taiwan Perhotelan & Pariwisata College, Hualien 974, Taiwan*^d *Sistem Informasi Kearsipan Divisi, Nasional Administrasi Arsip, Taipei 104, Taiwan*

Abstrak

Arsip berfungsi sebagai memori umum dari masyarakat dan mencerminkan kegiatan pendahulunya. Arsip Nasional Administrasi, Taiwan (NAA) dibebankan dengan mendidik, mempromosikan, dan memajukan penggunaan arsip kepada warga. Banyak upaya seperti digitalisasi dan kelompok penggemar telah dilakukan pada arsip untuk meningkatkan visibilitas dan kegunaan mereka untuk pengguna potensial. Arsip, berbeda dari dokumen lain, memiliki merek yang berharga dan gambar altisonant. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan hubungan kausal antara strategi, persepsi dan kepuasan peserta untuk manajemen arsip di masyarakat. Sejak strategi yang tepat secara efektif dapat meningkatkan penerimaan profesional dan berkualitas, hubungan ini dianggap sebagai isu penting untuk instansi pemerintah. Melalui survei, studi ini menyimpulkan bahwa saluran kekayaan, transparansi informasi dan aksesibilitas secara signifikan mempengaruhi citra merek dan kepercayaan dari peserta dan akhirnya mempengaruhi kepuasan mereka dari peserta dalam masyarakat untuk manajemen arsip. Temuan dapat membantu manajer di instansi pemerintah untuk mengalokasikan sumber daya untuk strategis meningkatkan citra merek dan kepercayaan dan akhirnya mencapai kepuasan dalam komunitas profesional. Selanjutnya, penelitian ini juga dapat berkontribusi untuk platform untuk manajemen pengetahuan publik dalam komunitas virtual. Temuan dapat membantu manajer di instansi pemerintah untuk mengalokasikan sumber daya untuk strategis meningkatkan citra merek dan kepercayaan dan akhirnya mencapai kepuasan dalam komunitas profesional. Selanjutnya, penelitian ini juga dapat berkontribusi untuk platform untuk manajemen pengetahuan publik dalam komunitas virtual. Temuan dapat membantu manajer di instansi pemerintah untuk mengalokasikan sumber daya untuk strategis meningkatkan citra merek dan kepercayaan dan akhirnya mencapai kepuasan dalam komunitas profesional. Selanjutnya, penelitian ini juga dapat berkontribusi untuk platform untuk manajemen pengetahuan publik dalam komunitas virtual.

© 2013 Penulis. Diterbitkan oleh Elsevier Ltd

Terbuka akses di bawah lisensi CC BY-NC-ND.

Seleksi dan peer-review di bawah tanggung jawab The 2nd International Conference on Information Terpadu.

Kata kunci: Masyarakat; Arsip; Pengelolaan; Informasi

1. pengantar

Arsip adalah warisan dari kegiatan nasional dan sering bertindak sebagai sumber pengetahuan tentang kebijakan pemerintah. manajemen arsip memiliki risiko besar yang meliputi kesulitan media memperbarui secara berkala dan mentransfer informasi, serta kekurangan bencana manajemen pemulihan data, yang membahayakan panjang

* Penulis yang sesuai. Tel.: +886-3-8633107; fax: + 886-3-8633100

Alamat email: fmhsu@mail.ndhu.edu.tw

pelestarian jangka (Liu dan Du, 2009). Melalui penggunaan arsip, staf di instansi pemerintah bisa belajar dari pendahulu mereka, peningkatan pengetahuan dan kesalahan menghalangi.

Menurut laporan e-government global, Taiwan e-government menghasilkan kelas 1, 1, 2, 3, dan 2 tahun 2004, 2005, 2006, 2007, dan 2008 masing-masing (West, 2008). Pada bulan Desember 1999, pemerintah Taiwan lulus Archives Act, yang didirikan dasar dan teknologi standar hukum untuk mengelola catatan pemerintah dan arsip elektronik. Arsip Nasional Administrasi (NAA) didirikan pada bulan November 2001 sebagai entitas pemerintahan tertinggi didakwa dengan mendidik, mempromosikan, dan memajukan penggunaan catatan dan arsip. Untuk meningkatkan efisiensi administrasi dan kualitas layanan, NAA mengungkapkan "Sepuluh Tahun Rencana Strategis" pada tahun 2002, menguraikan tujuan untuk digitalisasi catatan pemerintah dan arsip sebelum 2011.

isu-isu sosial tampak signifikan dalam memastikan berbagi pengetahuan sukses (Kankanhalli, Tan, dan Wei, 2005). Cara bagaimana meningkatkan interaksi peserta dalam masyarakat merupakan masalah penting kepada manajer. Kepuasan adalah penting untuk perilaku manusia dan respon pemenuhan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki faktor penentu kepuasan dalam komunitas profesional terutama untuk berbagi informasi dan pengetahuan tentang manajemen arsip.

2. Tinjauan Literatur

Kepuasan adalah suatu keadaan akhir dari proses psikologis dan penilaian bahwa fitur produk atau layanan yang disediakan tingkat menyenangkan pemenuhan terkait konsumsi. peserta puas ingin berperilaku di masyarakat. strategi-transaksi elektronik pemerintah, transparansi, dan interaktivitas-merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan dan e-government kepuasan. Dalam studi ini, kami menggunakan saluran kekayaan, keterbukaan informasi, dan aksesibilitas informasi sebagai strategi mungkin bagi manajer untuk meningkatkan kepuasan peserta di masyarakat.

saluran komunikasi kekayaan mengacu pada sejauh mana media yang memiliki kemampuan untuk mengatasi frame yang berbeda dari referensi dan mengklarifikasi isu-isu ambigu (Johnson dan Lederer, 2005). Merek keakraban dan pengalaman merupakan komponen utama dari pengetahuan konsumen dan harus memiliki dampak yang cukup besar pada struktur kognitif konsumen (Ha dan Perks, 2005). saluran komunikasi memungkinkan peserta untuk bertukar dukungan emosional, informasi, dan menumbuhkan rasa memiliki (Teo, Chan, Wei, dan Zhang, 2003). Peserta dibujuk melalui word-of-mouth komunikasi dari komunitas virtual.

Dalam masyarakat modern, kepercayaan telah memainkan peran kunci dalam keberadaan makmur masyarakat manusia (Gambetta, 1988). Media sosial mendorong minat peserta dalam kegiatan komunitas virtual. Saluran kekayaan memfasilitasi pemahaman antara berkomunikasi individu. Gunakan Internet dapat memanfaatkan potensi yang unik dari media sosial untuk memberikan pengalaman pengguna menarik (Kerrigan dan Graham, 2010). Rasa adalah aneh faktor untuk komunitas virtual, dan penting untuk sejauh bahwa ada keterlibatan atau partisipasi akan datang dari pengguna jika kurang di dalamnya. komunikasi yang sering antara peserta akan memberikan kesempatan yang lebih besar untuk pertukaran informasi. pertukaran tersebut akan mempromosikan saling percaya, mengurangi hambatan antara peran fungsional, dan dengan demikian memfasilitasi konvergensi (Johnson dan Lederer, 2005).

Keterbukaan informasi ini ditunjukkan sebagai bentuk rekomendasi untuk pelaksanaan insentif (Sorensen, Jenkins, Emmelin, Stenlund, Weinehall, Earle-Richardson dan Mei, 2011). Peserta dapat memilih untuk berbagi secara proaktif semua informasi yang berguna untuk satu sama lain. Atau, mereka dapat memilih untuk menyimpan beberapa informasi tersembunyi untuk melindungi diri terhadap kemungkinan **oportunisme mitra**. **Peserta terlibat dalam co-creation merasa lebih diberdayakan. Alat interaksi masyarakat menentukan apa peserta dengan** kemampuan yang berbeda-beda dapat mengusulkan pada tugas co-creation. Hal ini mencerminkan pada pemberdayaan dirasakan dan kenikmatan berpengalaman peserta (Fuller, Muhlbacher, Matzler, dan Jaweck, 2009). Melalui interkoneksi dan informasi berlimpah dengan cara interaksi manusia-mesin secara efektif dapat meningkatkan favorit merek.

Sejak transparansi informasi mengandung adil dan perlakuan yang benar kepada audiens yang spesifik, topik spesifik isi dianjurkan akan membawa kepercayaan peserta dan citra sosial (Sorensen, et. Al, 2011). Itu

lebih tinggi jarak yang menurunkan kedekatan kognitif dan akibatnya menurunkan efektivitas faktor sosio-kognitif seperti kepercayaan (Biggiero, 2006). interaksi sering membawa pemahaman dan kepercayaan dari kegiatan orang lain (Johnson dan Lederer, 2005). Kepercayaan ini dicapai melalui konstruksi yg meliputi berbagai pengalaman dan pencarian informasi (Ha dan Perks, 2005).

Aksesibilitas sumber informasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi penggunaannya (O'Reilly III, 1982; Fidel dan Green, 2004). aksesibilitas informasi mengacu pada kemudahan informasi terorganisir dalam cara yang dapat diakses oleh peserta. Sebagian besar organisasi sangat bergantung pada teknologi digital untuk keterlibatan berkendara pelanggan (Forrester Consulting Group, 2008). aksesibilitas informasi dapat memberikan jalan bermanfaat untuk meningkatkan preferensi merek konsumen dengan cara sirkulasi mudah. Baik metadata dan katalogisasi arsip make terlihat oleh pengguna. Dengan pencarian digital, arsip dapat dikelompokkan bersama-sama untuk membawa pengetahuan terintegrasi ke warga. Digitalisasi membuat arsip diakses peserta. Melalui presentasi hidup multimedia, arsip dapat meningkatkan minat penonton.

infrastruktur TI yang mampu mempertahankan interaksi termasuk kepercayaan yang diperlukan dalam jaringan (Baraldi dan Nadin, 2006). Digitalisasi produk dapat mempengaruhi niat konsumen yang dimediasi oleh risiko mereka dirasakan atau kepercayaan (Biswas dan Burman, 2009). Dari perspektif keamanan informasi, digitalisasi transaksi mengeksplorasi gagasan kepercayaan dalam pengaturan publik (Zissis dan Lekkas, 2011). pertukaran sering akan mempromosikan saling percaya dan pemahaman peserta dan masyarakat dan IT bisa dikerahkan untuk mendukung mereka (Johnson dan Lederer, 2005).

Ketika seorang konsumen memiliki preferensi merek yang tinggi untuk sebuah produk, ia akan menghasilkan tinggi kesadaran diri untuk merek dan membawa tinggi tarik berharga psikologis. Dia memuja dan menghargai penilaian evaluasi dan kemudian menyebabkan kepuasan kepada merek. Dengan demikian, kepuasan merupakan konsekuensi penting dengan implikasi praktis bagi penyedia merek (Li dan Green, 2011). Karena preferensi merek adalah sikap terhadap pilihan yang terjadi ketika seorang konsumen memilih untuk menggunakan produk atau merek (Hogg dan Michell, 1996), citra merek sangat penting untuk kepuasan. Merek keakraban positif berhubungan dengan kepuasan dan pengalaman individu (Ha dan Perks, 2005).

Kepercayaan dapat didefinisikan dalam hal kredibilitas yang dirasakan dan kebajikan dari penyedia (Doney & Cannon, 1997), kesiediaan untuk bergantung pada penyedia (Morgan & Hunt, 1994), niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan positif dari niat atau perilaku penyedia (Rousseau et al., 1998), dan sejauh mana ada harapan positif tentang motif penyedia sehubungan dengan diri sendiri dalam situasi yang melibatkan risiko. Kepercayaan dan kepuasan individu berhubungan positif (Söderlund dan Julander, 2003). Dengan demikian, kami mengusulkan hipotesis berikut.

hipotesis H 1: Saluran kekayaan positif mempengaruhi citra peserta untuk merek arsip. hipotesis H 2: Saluran kekayaan positif mempengaruhi kepercayaan peserta untuk orang lain dalam masyarakat. hipotesis H 3: Transparansi informasi positif mempengaruhi citra peserta untuk merek arsip. hipotesis H 4: Transparansi informasi positif mempengaruhi kepercayaan peserta untuk orang lain dalam masyarakat. hipotesis H 5: Aksesibilitas Informasi positif mempengaruhi citra peserta untuk merek arsip. hipotesis H 6: Aksesibilitas Informasi positif mempengaruhi kepercayaan peserta untuk orang lain dalam masyarakat. hipotesis H 7: image peserta untuk merek arsip positif mempengaruhi kepuasan mereka. hipotesis H 8: kepercayaan peserta untuk orang lain dalam masyarakat secara positif mempengaruhi kepuasan mereka.

3. Metode penelitian

Sejak catatan berharga dalam instansi pemerintah dapat ditangkap untuk menjadi arsip, kualitas catatan adalah koheren dengan yang arsip. pelestarian jangka panjang dan manajemen kualitas arsip kepentingan peserta dalam komunitas sasaran. Atas dasar kerangka penelitian yang diusulkan, penelitian ini mengidentifikasi spesifik konstruksi untuk diperiksa dan kemudian mengoperasionalisasi mereka dengan langkah-langkah yang relevan dari penelitian sebelumnya. Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian sebelumnya.

Dua ahli domain meninjau kuesioner awal dan memberikan umpan balik evaluatif mereka. Data uji empiris diperoleh dari kuesioner ke sampel staf manajemen 459 catatan di instansi pemerintah

yang akrab dengan arsip di Taiwan. Karena konstruksi diselidiki dalam penelitian ini adalah variabel laten yang tidak dapat diamati secara langsung, variabel seperti diukur dengan enam poin skala Likert-type. Setelah menerima kuesioner survei, penelitian ini disiapkan bank data dan digunakan SPSS 18,0 untuk analisis statistik. Keandalan mengacu pada bagaimana diandalkan alat penilaian yang, dan mengukur stabilitas dan konsistensi hasil. Melalui α Cronbach, dimensi penelitian yang handal.

4. Hasil dan Analisis

Hubungan antara konstruk laten mendukung hipotesis, sehingga memberikan bukti untuk model konseptual yang disajikan dalam penelitian ini. Saluran kekayaan arsip secara signifikan mempengaruhi citra peserta dari merek arsip. Saluran kekayaan arsip secara signifikan mempengaruhi kepercayaan peserta untuk arsiparis. Transparansi arsip secara signifikan mempengaruhi citra peserta dari merek arsip. Transparansi arsip secara signifikan mempengaruhi kepercayaan peserta di arsiparis. aksesibilitas informasi arsip secara signifikan mempengaruhi citra peserta dari merek arsip. aksesibilitas informasi arsip secara signifikan mempengaruhi kepercayaan peserta di arsiparis. Citra merek arsip secara signifikan mempengaruhi kepuasan peserta dengan manajemen arsip. kepercayaan peserta di arsiparis secara signifikan mempengaruhi kepuasan mereka dengan manajemen arsip. Di antara pengaruh ini, citra merek dipengaruhi lainnya keterbukaan informasi daripada dengan saluran kekayaan dan aksesibilitas informasi. Kepercayaan lebih dipengaruhi oleh aksesibilitas informasi daripada dengan saluran kekayaan dan transparansi informasi. Selain itu, kepuasan peserta untuk manajemen arsip dipengaruhi lainnya kepercayaan daripada citra merek.

5. kesimpulan

Penelitian ini mengembangkan model konseptual untuk menyelidiki kepuasan berbagi informasi dalam komunitas profesional mengenai manajemen arsip. Arsip memiliki misi penting untuk melestarikan lintasan sejarah masyarakat. Melalui proses penciptaan, pemeliharaan, pelestarian dan disposisi, sejumlah upaya telah dilakukan pada catatan dan arsip untuk menjamin keaslian, integritas dan aksesibilitas.

Efek mediasi dari citra merek dan kepercayaan dalam hubungan kasual antara saluran kekayaan, keterbukaan informasi, aksesibilitas informasi dan kepuasan kepada manajemen arsip dalam pemerintahan diperiksa. Hasil empiris menunjukkan bahwa kepercayaan dan citra merek memainkan peran penting dan mediasi dalam hubungan kasual dari saluran kekayaan, keterbukaan informasi, dan aksesibilitas informasi.

Saluran kekayaan media sosial menjadikan informasi yang kaya dan sangat penting dalam berbagi pengalaman dan pengetahuan di masyarakat. Ada ada ratusan juta pengguna di Facebook dan versi Cina-nya dirilis pada tahun 2008. Plurk juga merupakan salah satu situs yang sukses untuk jaringan sosial. website seperti menghasilkan hubungan yang sama sekali berbeda antara peserta selain di era telepon dan surat yang ditulis tangan. Oleh karena itu, menggunakan alat ini secara luas untuk pemasaran internet sangat membantu untuk meningkatkan kemitraan di masyarakat. Upaya ini juga berguna untuk berbagi pengalaman dan karena itu menghasilkan saling pengertian dan kepercayaan.

keterbukaan informasi ini penting untuk menjaga citra merek dan kepercayaan di antara participants di masyarakat. NAA adalah lembaga otoritatif didelegasikan oleh Arsip Undang-Undang dan dibebankan dengan pelatihan staf di lembaga dan mempromosikan penggunaan arsip. deskripsi transparan dapat memicu aktivasi otak, dengan demikian mengidentifikasi anteseden penting dari kepercayaan dari penawaran Internet (Riedl, Hubert, dan Kenning, 2010). Petugas harus mendorong staf untuk berinteraksi satu sama lain dan pertukaran pengetahuan untuk pengawetan jangka panjang di masyarakat. Konsep kerjasama harus tertanam dalam pelaksanaan masyarakat. Alih-alih audit dan pengawasan, NAA bisa mencoba untuk berkomunikasi dan bekerja sama dengan staf manajemen catatan dalam lembaga. Kontrol dan pengawasan harus diganti dengan kerjasama. Kebutuhan dan kesulitan dalam realitas yang dihadapi oleh staf harus diakui dan diselesaikan bersama-sama. Melalui berbagi visi, tanggung jawab dan akuntabilitas akan dibuat. Dengan demikian, citra merek dan kepercayaan di masyarakat arsip profesional dapat meningkat.

aksesibilitas informasi secara signifikan mempengaruhi citra merek dan kepercayaan di masyarakat. Kualitas rekaman metadata, klasifikasi dan digitalisasi catatan secara signifikan akan mempengaruhi persepsi dan pengabdian para peserta. Sebelum pengambilan, arsip harus dicari dan dikumpulkan dalam keranjang untuk akses. kualitas tinggi metadata dapat menghubungkan arsip seluruhnya; kualitas tinggi klasifikasi make pencarian lebih mudah; Dan kualitas tinggi dari arsip digitalisasi make mudah untuk mengakses dan berharga untuk inovasi kreatif. Namun, katalogisasi dan klasifikasi arsip terikat dengan pengalaman staf yang perlu dilatih dan dididik melalui berbagi pengalaman di masyarakat. Nilai arsip berasal dari penggunaan mereka. aksesibilitas tinggi dari arsip membawa kepercayaan peserta untuk arsiparis.

Kualitas manajemen arsip mungkin mencerminkan kepuasan peserta dalam komunitas profesional ini. Oleh karena itu, mekanisme insentif dengan kepercayaan dan citra sosial yang mendorong kesempatan untuk mendapatkan kepuasan peserta. Penelitian ini menegaskan bahwa citra merek dan kepercayaan di masyarakat memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan peserta. Pentingnya catatan dan arsip menjadi lebih dan lebih ditekankan pada hari-hari. Mengenai manajemen catatan, jumlah staf meningkat dan tenaga kerja lebih muda dari sebelumnya di Taiwan. Pembentukan citra merek di antara peserta dalam masyarakat menandakan pembangunan rasa hormat mengenai merek manajemen arsip. manajemen arsip tidak lagi pekerjaan transaksional tapi karir dengan bukti yang berharga, simbol yang adil dan profesi kredibel,

Di antara pengaruh ini, citra merek dipengaruhi lainnya keterbukaan informasi daripada dengan saluran kekayaan dan aksesibilitas informasi. Kepercayaan lebih dipengaruhi oleh aksesibilitas informasi daripada dengan saluran kekayaan dan transparansi informasi. Selain itu, kepuasan peserta untuk manajemen arsip dipengaruhi lainnya kepercayaan daripada citra merek. Sebelum tahun 2000, arsip rahasia di Taiwan. Setelah pengumuman dari Undang-Undang Kebebasan Informasi, aksesibilitas informasi memainkan peranan penting dalam menghasilkan kepercayaan untuk arsiparis sementara transparansi informasi memainkan peran penting dalam membangun citra merek arsip. Selain itu, lebih kepercayaan antara peserta, semakin kepuasan yang mereka rasakan.

Referensi

- [1] Baraldi, E. dan Nadin, G., 2006. Tantangan dalam Digitalising Hubungan Bisnis. Pembangunan Infrastruktur IT untuk tekstil-Terkait Jaringan Bisnis. *Technovation*, 26 (10), 1111-1126.
- [2] Biggiero, L., 2006. Industri dan Pengetahuan Relokasi Strategi bawah Tantangan Globalisasi dan Digitalisasi: Pindahkan Kecil dan Menengah di antara Sistem Teritorial. *Kewirausahaan & Pembangunan Daerah*, 18 (6), 443-471. [3] Biswas, D. dan Burman, B. 2009. Pengaruh Produk Digitalisasi dan Harga Dispersi pencarian Niat di Offline dibandingkan Pengaturan Online: Efek Mediasi Risiko Persepsi. *Journal of Product & Manajemen Merek*, 18 (7), 477-486. [4] Doney, PM dan Cannon, JP, 1997. Sebuah Pemeriksaan Nature of Trust di Pembeli-Penjual Hubungan. *Journal of Marketing*, 61 (2), 35-51.
- [5] Forrester Consulting Group, 2008. Bagaimana Terlibat Apakah Pelanggan Anda ?, Forrester Research, Inc.
- [6] lebih lengkap, J., Muhlbacher, H., Matzler, K. dan Jawecki, G., 2009. Pemberdayaan Konsumen melalui Internet Berbasis Co-creation, *Jurnal Sistem Informasi Manajemen*, 26 (3), 71-102.
- [7] Gambetta, D. (ed.), 1988. Kepercayaan: Membuat dan Breaking Koperasi Hubungan, Oxford: Basil Blackwell.
- [8] Ha, HY, Perks, H. 2005. Pengaruh Persepsi Konsumen Merek Pengalaman di Web: Merek Keakraban, Kepuasan dan Brand [9] Trust. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 4 (6), 438-452.
- [9] Hogg, MK dan Michell, PCN, 1996. Identitas, Diri dan Konsumsi: Kerangka Kerja Konseptual, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12 (7), 629-644.
- [10] Johnson, AM dan Lederer, AL, 2005. Pengaruh Komunikasi Frekuensi dan Channel Kekayaan di Konvergensi antara Chief Executive Officers dan Chief Information. *Jurnal Sistem Informasi Manajemen*, 22 (2), 227-252. [11] Kankanhalli, A., Tan, BCY dan Wei, KK, 2005. Berkontribusi Pengetahuan Untuk Pengetahuan Repositori Elektronik: Sebuah Investigasi Empiris. *MIS Quarterly*, 29 (1), 113-143.
- [12] Kerrigan, F. dan Graham, G., 2010. Interaksi Berita Media-Produksi Daerah dan Konsumsi melalui Space Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 26 (3/4), 302-320.

- [13] Li, ML dan Green, RD, 2011. Mediasi Pengaruh pada Loyalitas Pelanggan: Sebuah Peran Persepsi Nilai. *Jurnal Manajemen dan Riset Pemasaran*, 7 (1), 1-12.
- [14] Liu, Jiazhen dan Du, Peng, pelestarian jangka panjang 2009. informasi digital di Cina: beberapa masalah dan solusi. Program: Electronic Perpustakaan dan Sistem Informasi, 43 (2), 175-186.
- [15] McWilliam, G., 2000. Bangunan Merek Kuat melalui Komunitas Online. *Sloan Management Review*, 41 (4), 43-54. [16] Morgan, RM dan Hunt, SD, 1994. Komitmen-Trust Teori Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20-38. [17] O'Reilly III, CA, 1982. Variasi Pengambil Keputusan Penggunaan Sumber Informasi: Dampak Kualitas dan Aksesibilitas Informasi. *Academy of Management Journal*, 25 (4), 756-771.
- [18] O'Reilly III, CA dan Chatman, J., 1986. Komitmen Organisasi dan Lampiran Psikologis: Pengaruh Kepatuhan, Identifikasi, dan Internalisasi pada prososial Perilaku. *Jurnal Psikologi Terapan*, 71 (3), 492-499. [19] Riedl, R., Hubert, M., Kenning, P., 2010. Apakah Ada Perbedaan Gender Neural di Kepercayaan Online? Sebuah studi fMRI pada Kepercayaan Perceived dari Penawaran eBay. *MIS Quarterly*, 34 (2), 397-428.
- [20] Rousseau, DM, Sitkin, SN, Burt, RS, dan Camerer, C., 1998. Tidak Jadi Berbeda Setelah Semua: Cross-Disiplin View of Trust. *Academy of Management Review*, 23 (3), 393-404.
- [21] Söderlund, M. dan Julander, CR 2003. Variabel Sifat Layanan: sebuah Pemeriksaan empiris dari Trust dan Efek pada Pelanggan Kepuasan Responses to Miskin dan pelayanan yang baik. *Total Quality Management*, 14 (3), 291-304.
- [22] Sorensen, JA, Jenkins, PL, Emmelin, ME, Stenlund, HS, Weinehall, LW, Earle-Richardson, GB dan Mei, JJ, 2011. Sosial Pemasaran Perilaku Keselamatan: A Quasi-Acak Controlled Trial of Traktor retrofitting Insentif. *American Journal of Public Health*, 101 (4). 678-684.
- [23] Teo, HH, Chan, HC, Wei, KK dan Zhang, Z. 2003. Informasi Mengevaluasi Aksesibilitas dan adaptivity Komunitas Fitur untuk Mempertahankan Virtual Belajar Masyarakat. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59 (5), 671-697. [24] Welch, EW, Hinnant, CC dan Bulan, MJ, 2005. Menghubungkan Citizen Kepuasan dengan e-Government dan Trust di Pemerintah. *Jurnal Penelitian & Teori*, 15 (3), 371-391 *Administrasi Publik*.
- [25] Barat, DM, Meningkatkan Pemanfaatan Teknologi di Pemerintah Elektronik seluruh Dunia 2008, Pusat Kebijakan Publik, Universitas Brown, 2008, <http://www.insidepolitics.org>.
- [26] Yitzhaki, M. dan Hammerslag, G., 2004. Aksesibilitas dan Penggunaan Sumber Informasi kalangan ilmuwan Komputer dan Software Engineers di Israel: Academy Versus Industri. *Jurnal dari American Society for Information Science & Technology*, 55 (9), 832-842. [27] Zissis, D. dan Lekkas, D., 2011. Mengamankan e-Government dan e-Voting dengan Komputasi Arsitektur Terbuka Cloud. *Informasi Pemerintah Triwulanan*, 28 (2), 239-251.