

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KANTOR X

Slamet Riyanto¹, Titing Qomaryati²

^{1,2}Universitas PGRI Madiun

[selamat@unipma.ac.id](mailto:salamat@unipma.ac.id)

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X. Jenis penelitian ini adalah penelitian explanatory dengan pendekatan cross sectional study. Sampel penelitian sebanyak 125 orang dengan teknik random sampling. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat. Dan ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa layanan di Kantor X.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepercayaan masyarakat, kepuasan masyarakat.

Abstract. This study aims to analyze and prove the effect of service quality and public trust on community satisfaction in office X. This type of research is an explanatory study with a cross sectional study approach. The research sample was 125 people with random sampling technique. The findings of this study indicate that there is a significant influence between service quality and community satisfaction. And there is a significant influence between public trust on public satisfaction of service users at office X.

Key words: service quality, public trust, community satisfaction

Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan institusi jasa, apabila pelayanan yang diterima masyarakat itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada masyarakat kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha.

Sebuah temuan penting pada pengembangan pengukuran kualitas servis (*SERVQUAL*) dalam literatur hubungan pemasaran khususnya konsep kepuasan atau ketidakpuasan masyarakat terhadap sebuah servis. Pada banyak penelitian terdahulu memberikan catatan penting bahwa dewasa ini pasar khususnya pada masyarakat mulai terjadi perubahan yang signifikan akan tuntutan kualitas servis yang sesuai dengan harapannya. Pengelolaan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat merupakan arah strategi yang tepat bagi organisasi. Kemudian kualitas servis menjadi pedoman arah bagi organisasi dalam menyelesaikan dan memenuhi setiap kebutuhan

dan harapan masyarakat, walaupun itu bukan pekerjaan yang mudah.

Untuk Kantor X, dalam melayani keperluan masyarakat terkait dengan jasa laboratorium juga telah mengutamakan kualitas pelayanan jasanya. Pelayanan jasa yang diberikan Kantor X tersebut selalu dievaluasi dari tahun ke tahun dan sekaligus dilakukan perbaikan guna menjaga kualitas pelayanan jasa laboratorium yang terdepan dan terpercayai oleh masyarakat luas.

Menurut Parasuraman (1985) pelayanan yang bermutu dapat tercapai apabila pelayanan tersebut sesuai atau lebih baik dari harapan masyarakat dan sesuai dengan kemajuan zaman, harapan masyarakat dimaksud semakin meningkat. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap masyarakat. Teori ini sejalan dengan temuan empiris dari penelitian yang dilakukan oleh Muzahid dan Parvez (2009), Yunus *et al.*, (2009), Ahmed *et al.*, (2010), Anber and Shireen (2011), Akfian dan Ernawati (2012) dan Harianti, dkk (2014), dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati)

dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan instansi maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggannya

Keterkaitan antara kepercayaan masyarakat dengan kepuasan didasarkan atas kajian empiris dari penelitian yang dilakukan oleh Akfian dan Ernawati (2012), variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat yang tergolong tinggi selalu diikuti dengan kepuasan masyarakat dalam menggunakan jasa.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *explanatory* atau penelitian penjelasan. Rancangan penelitian ini adalah penelitian *observasional* dengan desain *cross sectional study*, karena variabel penelitian ini diperoleh dalam kurun waktu bersamaan.

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007:117). Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh masyarakat umum yang menggunakan jasa layanan dari Kantor X.

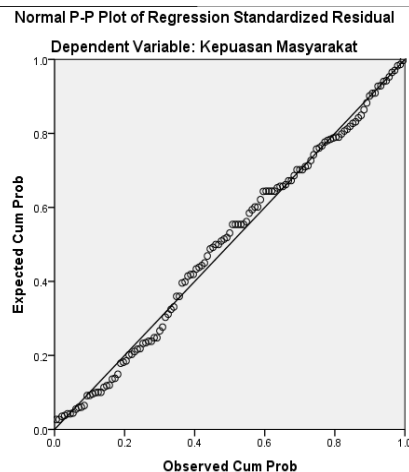
Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2010: 109). Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto (2010:112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Pada penelitian ini, sampel diambil sebanyak 20 % dari total populasi rata-rata tiap bulan, yaitu sebanyak 125 orang (20% x 628). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *random sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dari populasi yang diambil secara acak dari masyarakat yang telah menggunakan jasa laboratorium Kantor X.

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas



Gambar 1. Diagram Plot Uji Normalitas

Dari hasil diagram plot menunjukkan adanya sedikit kemencengan dalam penyebaran data, sehingga untuk uji normalitas dilanjutkan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Apabila nilai probabilitas > nilai $\alpha = 0,05$ maka data terdistribusi secara normal dan apabila nilai probabilitas < nilai $\alpha = 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal. Berikut disajikan tabel yang merupakan hasil output uji normalitas data.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,052
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Berdasarkan *output* uji normalitas yang terdapat tabel 1 bahwa nilai *Assymp Sig* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05; dengan demikian dapat dikatakan disimpulkan bahwa data yang akan dianalisis terdistribusi normal.

Uji multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
	Kualitas pelayanan	0.294	3.403
	Kepercayaan masyarakat	0.294	3.403

Berdasarkan *output* uji multikolinieritas tabel 2 bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) = 0,294 dan kepercayaan masyarakat (X_2) = 0,294; nilai toleransi > 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas. Hasil perhitungan VIF dari masing-masing

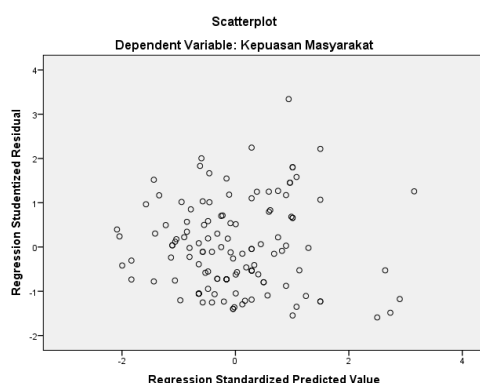
variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) = 3,403 dan kepercayaan masyarakat (X_2) = 3,403; nilai VIF lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin – Watson (*DW test*). Karena pada penelitian ini data diambil secara *cross section*, maka uji autokorelasi tidak perlu dilakukan.

Uji heteroskedastisitas

Gambar 1 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas



Dari *scatter plot* gambar 1 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	0.855	0.139	
	Kualitas pelayanan	0.256	0.067	0.299
	Kepercayaan masyarakat	0.487	0.062	0.616

Dari Tabel 3 dapat dijelaskan sebagai berikut.

$$Y = 0,855 + 0,256X_1 + 0,487X_2$$

Konstanta sebesar 0,855 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat dianggap konstan, maka rata-rata besarnya kepuasan masyarakat adalah 0,855. Koefisien regresi (β_1) sebesar 0,256 menyatakan bahwa setiap penambahan atau peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka kepuasan masyarakat juga akan naik sebesar 0,256 satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien regresi (β_2) sebesar 0,487 menyatakan bahwa setiap penambahan atau peningkatan kepercayaan masyarakat sebesar satu satuan maka kepuasan masyarakat akan naik sebesar 0,487 satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.882	0.778	0.774

Berdasarkan analisis koefisien determinasi (*adjusted* R^2) adalah 0,804 artinya perubahan kepuasan masyarakat (Y) mampu diterangkan oleh perubahan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat secara bersama-sama sebesar 77,8%. Sementara sisanya yaitu sebesar 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Uji t

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	6.152	0.000
	Kualitas pelayanan	3.796	0.000
	Kepercayaan masyarakat	7.819	0.000

Berdasarkan uji hipotesis dengan uji t bahwa untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,796 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X.

Untuk pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,819 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Artinya bahwa variabel kepercayaan masyarakat memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa layanan di kantor X. Pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat di kantor X bernilai positif. Artinya bahwa semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan Kantor X, maka kepuasan masyarakat juga semakin tinggi.

Berdasarkan hasil tanggapan responden yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, menunjukkan bahwa : skor rata-rata tertinggi atas penilaian responden berkaitan dengan sikap petugas di Kantor X yang menerima dengan baik saran dari masyarakat selaku pengguna jasa, sebagian besar memberikan jawaban setuju yaitu sebanyak 80 orang atau 64% dengan rata-rata jawaban sebesar 3,90 dengan kategori tinggi/baik. Sedangkan skor rata-rata terendah berkaitan dengan kebiasaan petugas di Kantor X yang peduli dengan masalah yang dihadapi masyarakat saat menerima pelayanan, oleh jawaban responden hampir setengahnya memberikan jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 40,8% dengan rata-rata jawaban sebesar 2,60 dengan kategori rendah/kurang baik. Ini menunjukkan bahwa sikap

pegawai yang menunjukkan empati kepada pelanggan masih perlu ditingkatkan lagi. Secara keseluruhan untuk kualitas pelayanan Kantor X memiliki skor rata-rata sebesar 3,67 dengan kategori tergolong tinggi, ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan masyarakat luas.

Untuk analisis deskripsi variabel kepuasan masyarakat, menunjukkan bahwa : skor rata-rata tertinggi atas penilaian responden berkaitan dengan kepuasan masyarakat terhadap fasilitas dan peralatan laboratorium, oleh jawaban responden sebagian besar memberikan jawaban setuju yaitu sebanyak 92 orang atau 73,6% dengan rata-rata jawaban sebesar 3,96 dengan kategori tinggi/puas. Sedangkan skor rata-rata terendah berkaitan dengan kepuasan masyarakat terhadap kepedulian pegawai, oleh jawaban responden sebagian besar memberikan jawaban netral yaitu sebanyak 70 orang atau 56% dengan rata-rata jawaban sebesar 2,57 dengan kategori rendah/kurang puas. Ini menunjukkan bahwa sikap pegawai yang menunjukkan kepedulian kepada pelanggan masih perlu ditingkatkan lagi. Secara keseluruhan untuk kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan Kantor X memiliki skor rata-rata sebesar 3,65 dengan kategori tergolong tinggi, ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat dengan layanan yang diterima sudah cukup baik dan puas.

Berdasarkan hasil analisis statistik dan analisis deskripsi menunjukkan bahwa ada keterkaitan yang cukup kuat, di mana terhadap pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X. Hasil ini diperkuat dengan analisis deskripsi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kantor X tergolong tinggi begitu juga dengan kepuasan masyarakat yang tergolong tinggi pula.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa pelayanan yang baik dan bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan dan keuntungan bagi Kantor X. Lambat laun, dalam pelayanan kepada masyarakat lebih memfokuskan pada sisi manusianya, sehingga kenyamanan masyarakat

lebih cepat dirasakan. Betapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan masyarakat yang ujungnya akan diupayakan menjadi sarana mempertahankan masyarakat yang menggunakan jasa Kantor X.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Muzahid dan Parvez (2009), Yunus *et al.*, (2009), Ahmed *et al.*, (2010), Anber and Shireen (2011), Akfian dan Ernawati (2012) dan Harianti, dkk (2014), dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan instansi maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggannya.

Pengaruh Kepercayaan Masyarakat terhadap Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa layanan di Kantor X. Pengaruh antara variabel kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X bernilai positif. Artinya bahwa semakin tinggi atau baik kepercayaan masyarakat terhadap Kantor X, maka kepuasan masyarakat juga semakin tinggi.

Berdasarkan hasil tanggapan responden yang berkaitan dengan kepercayaan masyarakat, menunjukkan bahwa : skor rata-rata tertinggi atas penilaian responden berkaitan dengan sikap masyarakat yang percaya dan yakin dengan kebenaran dari hasil laboratorium, oleh jawaban responden sebagian besar memberikan jawaban setuju yaitu sebanyak 71 orang atau 56,8% dengan rata-rata jawaban sebesar 3,88 dengan kategori tinggi/baik. Sedangkan skor rata-rata terendah berkaitan dengan sikap masyarakat yang menilai bahwa laboratorium X memiliki reputasi dan citra yang baik dalam melayani masyarakat, oleh jawaban responden sebagian besar memberikan jawaban setuju yaitu sebanyak 66 orang atau 52,8% dengan rata-rata jawaban sebesar 3,69 dengan kategori tinggi/baik. Ini menunjukkan bahwa reputasi dan citra yang dimiliki

Laboratorium X perlu ditingkatkan lagi. Secara keseluruhan untuk kepercayaan masyarakat terhadap Kantor X memiliki skor rata-rata sebesar 3,80 dengan kategori tergolong tinggi, meskipun demikian perlu adanya peningkatan kepercayaan masyarakat sehingga semakin banyak yang menggunakan jasa laboratorium.

Untuk analisis deskripsi variabel kepuasan masyarakat, menunjukkan bahwa : skor rata-rata tertinggi atas penilaian responden berkaitan dengan kepuasan masyarakat terhadap fasilitas dan peralatan laboratorium, oleh jawaban responden sebagian besar memberikan jawaban setuju yaitu sebanyak 92 orang atau 73,6% dengan rata-rata jawaban sebesar 3,96 dengan kategori tinggi/puas. Sedangkan skor rata-rata terendah berkaitan dengan kepuasan masyarakat terhadap kepedulian pegawai, oleh jawaban responden sebagian besar memberikan jawaban netral yaitu sebanyak 70 orang atau 56% dengan rata-rata jawaban sebesar 2,57 dengan kategori rendah/kurang puas. Ini menunjukkan bahwa sikap pegawai yang menunjukkan kepedulian kepada pelanggan masih perlu ditingkatkan lagi. Secara keseluruhan untuk kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan Kantor X memiliki skor rata-rata sebesar 3,65 dengan kategori tergolong tinggi, ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat dengan layanan yang diterima sudah cukup baik dan puas.

Berdasarkan hasil analisis statistik dan analisis deskripsi menunjukkan bahwa ada keterkaitan yang cukup kuat, di mana terhadap pengaruh positif antara kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat. Hasil ini diperkuat dengan analisis deskripsi yang menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat di Kantor X tergolong tinggi begitu juga dengan kepuasan masyarakat yang tergolong tinggi pula.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa masyarakat yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Kantor X, akan memiliki kepuasan yang tinggi. Kepercayaan akan muncul apabila instansi memberikan jaminan terhadap kualitas yang diberikan. Selain itu, pihak instansi juga harus memperhatikan perkembangan

teknologi guna menunjang hasil kinerja pegawai dalam melakukan pelayanan. Kepercayaan masyarakat terhadap Kantor X dapat dibangun secara bertahap dari waktu ke waktu dengan memberikan hasil kerja yang positif serta memberikan informasi yang lengkap mengenai Kantor X. Adanya kepercayaan yang telah dibangun dari waktu ke waktu harus selalu dijaga jangan sampai rusak karena adanya kesalahan atau kecerobohan yang terjadi hanya sekecil apapun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Akfian dan Ernawati (2012), variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat yang tergolong tinggi selalu diikuti dengan kepuasan masyarakat dalam menggunakan jasa.

Kesimpulan

Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa layanan di Kantor X. Pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X bernilai positif. Artinya bahwa semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan Kantor X, maka kepuasan masyarakat juga semakin tinggi. Skor rata-rata tertinggi atas penilaian responden berkaitan dengan kualitas pelayanan adalah sikap petugas di Kantor X yang menerima dengan baik saran dari masyarakat selaku pengguna jasa.

Ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa layanan di X. Pengaruh antara variabel kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat di Kantor X bernilai positif. Artinya bahwa semakin tinggi atau baik kepercayaan masyarakat terhadap Kantor X, maka kepuasan masyarakat juga semakin tinggi. Skor rata-rata tertinggi atas penilaian responden berkaitan dengan kepercayaan masyarakat berkaitan dengan sikap masyarakat yang percaya dan yakin dengan kebenaran dari hasil laboratorium.

Daftar Pustaka

- Ahmed, Nawaz, Usman, Shaukat, Ahmed & Iqbal. 2010. *Impact of Service Quality on Customers Satisfaction: Empirical evidence from telecom sector of Pakistan*. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business. Vol. 1, No. 12. Pp. 96-113
- Akfian, Y.A & Ernawati, N. 2012. Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Candi Indah Semarang. *Jurnal Mahasiswa Q-MAN*. Volume I, No. 3, Mei 2012, hlm 44-56.
- Anber & Shireen. 2011. *Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Banks Working in Jordan*. *Journal Middle Eastern Finance and Economics*. ISSN: 1450-2889 Issue 14 (2011). Pp. 60-72
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi. Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Harianti, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Publik di Kantor Radio Republik Indonesia, Malang. *JKMP (ISSN. 2338-445X)*, Vol. 2, No. 1, Maret 2014, hlm. 1-12.
- Muzahid, M.A & Parvez, N. 2009. Impact of Service Quality, Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*. Vol. 29, No. 1 (January-April 2009, pp.24-38).
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., et.al, 1985, *Delivering Quality Service*, The Free Press, Maxwell Macmillan, Canada
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yunus, NKY; Ismail, A; Zubrina R.J & Salomawati, I. 2009. *Service Quality Dimensions, Perceive Value And Customer Satisfaction: ABC Relationship Model Testing*. *IBej* Vol.2 Issue No.1 (2009). ISSN 1985 – 918. Pp. 01-18.