

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT BERBASIS
KUALITAS LAYANAN DAN CITRA INSTITUSI
SATLANTAS POLRESTA BANYUMAS**

TESIS

Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai Derajat Magister

Program Studi Magister Manajemen



Disusun oleh :

**Disusun Oleh :
Dwi Nugroho
20402300204**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT BERBASIS
KUALITAS LAYANAN DAN CITRA INSTITUSI
SATLANTAS POLRESTA BANYUMAS**

Disusun Oleh :

**Dwi Nugroho
20402300204**

Telah Disetujui Oleh Pembimbing Dan Selanjutnya Dapat Diajukan Kehadapan
Sidang Panitia Ujian Proposal Tesis Program Magister Manajemen
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Pembimbing

Prof. Dr. Hendar, SE, MSi
NIK 210499041

Lembar Pengujian
**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT BERBASIS
KUALITAS LAYANAN DAN CITRA INSTITUSI
SATLANTAS POLRESTA BANYUMAS**

Disusun Oleh:
Dwi Nugroho
20402300204

Telah dipertahankan di
depan penguji pada
tanggal 2024

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing


Prof. Dr. Hendar, SE, MSi
NIK 210499041

Penguji I

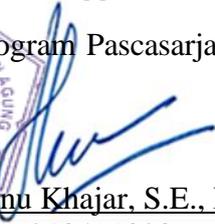

Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si
NIK. 210491028

Penguji II


Prof. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM
NIK 210488016

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh Gelar
Magister Manajemen Tanggal, Desember 2024

Ketua Program Pascasarjana


Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si
NIK. 210491028

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dwi Nugroho
NIM : 20402300204
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “Upaya Meningkatkan Kepuasan dan Kepercayaan Masyarakat Berbasis Kualitas Layanan dan Citra Institusi Satlantas Polresta Banyumas“. merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam laporan penelitian ini.

Semarang, 2024

Pembimbing

Saya yang menyatakan,



Prof. Dr. Hendar, SE, MSi
NIK 210499041



Dwi Nugroho
NIM 20402300204

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dwi Nugroho
NIM : 20402300204
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa tesis dengan judul:

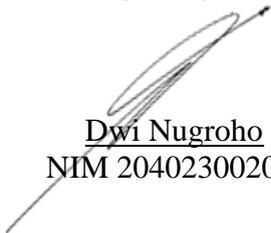
**“UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
MASYARAKAT BERBASIS KUALITAS LAYANAN DAN CITRA
INSTITUSI SATLANTAS POLRESTA BANYUMAS“**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti adapelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, Desember 2024

Yang menyatakan


Dwi Nugroho
NIM 20402300204

Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan berbagai rahmat, anugrah, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “ Upaya Meningkatkan Kepuasan dan Kepercayaan Masyarakat Berbasis Kualitas Layanan dan Citra Institusi Satlantas Polresta Banyumas”.

Terselesainya Tesis ini adalah wujud karunia-Nya dan tidak lepas dari peran serta berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

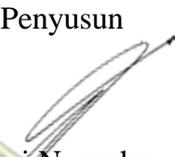
1. Prof Dr. Ibnu Khajar, SE. M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Unissula yang telah dengan sangat sabar memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, memberikan bimbingan dengan penuh komunikatif, kesabaran, semangat dan keteladanan.
2. Prof. Dr. Hendar, SE., M.Si. selaku Pembimbing yang telah membantu serta membimbing penulis serta senantiasa memberikan masukan yang berperan besar dalam kelancaran penyelesaian tugas akhir ini.
3. Prof. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM selaku Dosen Penguji yang memberikan masukan serta arahan yang konstruktif.
4. Istri tercinta Evi Andriyani Pusporini dan Anak-anak tersayang Nashwa Aurelia dan Yordan Farrel Nugraha yang selalu mendukung penulis dalam berproses.
5. Kepala Satuan Lalu Lintas Polresta Banyumas Kompol Galuh Pandu Pandega Ferdiansah, SH, SIK, MH, dan segenap Perwira serta anggota Satlantas Polresta Banyumas atas motivasi dan bantuannya dalam penyelesaian tugas akhir ini.
6. Rekan – rekan Kelas 79D MM yang telah bersama-sama berjuang dan belajar menyelesaikan studi S2 ini.
7. Seluruh pengelola dan staf administrasi MM FE Unissula yang telah dengan sabar mendampingi, membantu, memfasilitasi kebutuhan penulis selama menempuh studi..

8. Semua pihak dan handai taulan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan berkontribusi selama proses studi dan penyusunan Tesis ini.

Penulis sangat menyadari segala kekurangan dan keterbatasan dalam proses penyusunan Tesis ini. Semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Manajemen dan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Desember 2024

Penyusun


Dwi Nugroho
NIM 20402300204



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Service Quality, Citra Institusi, dan Kepuasan Masyarakat terhadap Kepercayaan Masyarakat dalam layanan Satlantas Polresta Banyumas. Metode yang digunakan adalah penelitian eksplanatory research dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian mencakup seluruh masyarakat pengguna layanan Satlantas Polresta Banyumas, dan responden yang terlibat berjumlah 170 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling dengan metode simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner pribadi dengan angket tertutup, menggunakan skala Likert 1-5 dari Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Service Quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, yang berarti peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan masyarakat. Service Quality juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat, menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dan Kepercayaan Masyarakat, yang menunjukkan bahwa peningkatan citra institusi dapat memperbaiki kepuasan dan kepercayaan masyarakat. Selanjutnya, Kepuasan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat, mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap institusi atau layanan.

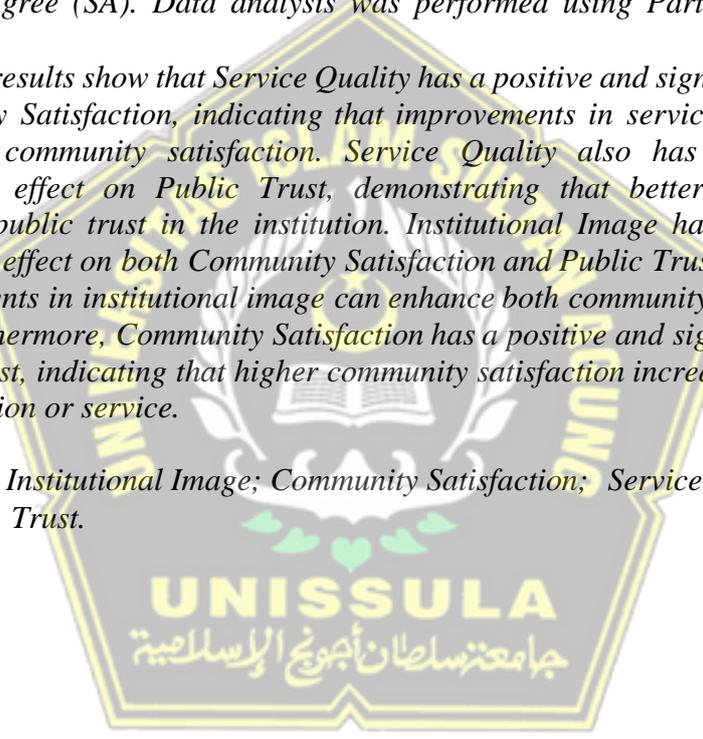
Kata Kunci : Service Quality; Citra Institusi; Kepuasan Masyarakat dan Kepercayaan Masyarakat.

Abstract

This study aims to analyze the effects of Service Quality, Institutional Image, and Community Satisfaction on Public Trust in the services of Satlantas Polresta Banyumas. The research method used is explanatory research with an associative approach. The population of the study includes all members of the public using the services of Satlantas Polresta Banyumas, with 170 respondents involved. The sampling technique employed was probability sampling using simple random sampling. Data collection was done through personal questionnaires with closed-ended surveys, using a 1-5 Likert scale ranging from Strongly Disagree (SD) to Strongly Agree (SA). Data analysis was performed using Partial Least Square (PLS).

The results show that Service Quality has a positive and significant impact on Community Satisfaction, indicating that improvements in service quality lead to increased community satisfaction. Service Quality also has a positive and significant effect on Public Trust, demonstrating that better service quality enhances public trust in the institution. Institutional Image has a positive and significant effect on both Community Satisfaction and Public Trust, indicating that improvements in institutional image can enhance both community satisfaction and trust. Furthermore, Community Satisfaction has a positive and significant effect on Public Trust, indicating that higher community satisfaction increases their trust in the institution or service.

Keywords: Institutional Image; Community Satisfaction; Service Quality; Public Trust.



UNISSULA
جامعة سلطان أبجوج الإسلامية

DAFTAR ISI

Halaman Cover.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
Lembar Pengujian	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	viii
Abstract	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Public Trust / kepercayaan masyarakat.....	8
2.2. Service Quality / Kualitas Layanan.....	10
2.3. Citra Institusi	11
2.4. Kepuasan Masyarakat	12
2.5. Hubungan Antar Variabel dan Hasil penelitian Terdahulu	15
2.6. Model Empirik Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24

3.6 Metode Analisis Data	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Responden.....	35
4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian	36
4.3. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	38
4.4. Evaluasi Kesesuaian Model (Goodness of fit)	46
4.5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	49
1.2. Pembahasan	55
BAB V PENUTUP.....	64
5.1. Kesimpulan Hasil Penelitian	64
5.2. Implikasi Teoritis	65
5.3. Implikasi Manajerial.....	67
5.4. Limitasi Penelitian.....	68
5.5. Agenda Penelitian Selanjutnya.....	69
Daftar Pustaka	70
Lampiran 1 Kuestioner.....	75
Lampiran 2. Deskripsi Responden	79
Lampiran 3. Analisis Deskriptif Data Penelitian	80
Lampiran 4. Full Model PLS	81
Lampiran 5. Outer Model (Model Pengukuran).....	82
Lampiran 6. Uji Kesesuaian Model (Goodness of fit).....	85
Lampiran 7. Inner Model (Model Struktural)	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepercayaan masyarakat merupakan modal sosial yang sangat penting bagi Polri. Dalam konteks pelayanan lalu lintas, masyarakat harus merasa yakin bahwa Satlantas bertindak dengan integritas dan keadilan dalam menegakkan hukum, tanpa adanya penyalahgunaan kekuasaan atau tindakan yang merugikan. Transparansi dalam proses registrasi kendaraan, identifikasi pengemudi, penindakan pelanggaran, dan penanganan kecelakaan menjadi kunci dalam membangun kepercayaan tersebut.

Satuan Lalu Lintas (Satlantas) memiliki peran krusial dalam menjaga ketertiban dan keselamatan di jalan raya. Mereka bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi lalu lintas, memastikan bahwa pergerakan kendaraan dan pejalan kaki berjalan dengan lancar. Selain itu, Satlantas juga memiliki tugas untuk memberikan pendidikan kepada masyarakat mengenai peraturan dan tata tertib lalu lintas, yang dikenal dengan istilah Pendidikan Masyarakat Lalu Lintas (Dikmaslantas). Ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat agar dapat berperilaku dengan aman dan tertib di jalan.

Dalam pelaksanaan tugasnya, Satlantas juga bertanggung jawab atas pelayanan registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor serta pengemudi. Ini mencakup berbagai layanan administratif yang memastikan bahwa

kendaraan yang beroperasi di jalan telah terdaftar secara legal dan pengemudi memiliki izin resmi. Lebih jauh lagi, Satlantas juga menangani penyidikan kecelakaan lalu lintas, di mana mereka harus mengumpulkan bukti, menganalisis penyebab, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk menegakkan hukum. Penegakan hukum dalam bidang lalu lintas merupakan aspek penting dari tugas mereka, yang bertujuan untuk memastikan bahwa peraturan lalu lintas ditaati oleh semua pengguna jalan.

Selain itu, Satlantas menjalankan berbagai fungsi tambahan yang mendukung tugas utamanya. Salah satunya adalah pembinaan lalu lintas oleh kepolisian, di mana mereka berperan dalam membina dan mengawasi pelaksanaan aturan lalu lintas. Satlantas juga bekerja sama dengan berbagai sektor untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga keamanan dan ketertiban lalu lintas. Mereka melakukan operasi kepolisian di bidang lalu lintas sebagai bagian dari upaya penegakan hukum serta menjaga keamanan, keselamatan, ketertiban, dan kelancaran lalu lintas (Kamseltibcarlantas).

Patroli jalan raya juga menjadi bagian dari tanggung jawab Satlantas, di mana mereka memantau kondisi lalu lintas, menindak pelanggaran yang terjadi, serta menangani kecelakaan lalu lintas. Melalui patroli ini, mereka tidak hanya berfokus pada penegakan hukum, tetapi juga memastikan bahwa jalan raya tetap aman dan teratur bagi semua pengguna. Selain itu, Satlantas memiliki tugas untuk melindungi dan menyelamatkan masyarakat pengguna jalan, memberikan bantuan dan pertolongan saat terjadi

kecelakaan atau situasi darurat lainnya. Untuk mendukung semua kegiatan ini, mereka juga bertanggung jawab atas perawatan dan pemeliharaan peralatan dan kendaraan yang digunakan dalam operasional sehari-hari, memastikan semuanya dalam kondisi baik dan siap digunakan kapan saja.

Pelayanan yang diberikan oleh Satuan Lalu Lintas (Satlantas) kepada masyarakat mencakup berbagai aspek yang sangat penting dalam menjaga keamanan, ketertiban, dan kenyamanan berlalu lintas. Salah satu layanan utama adalah registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor serta pengemudi, yang memastikan bahwa setiap kendaraan dan pengemudi yang berada di jalan raya telah memenuhi persyaratan legal yang berlaku. Proses ini tidak hanya memberikan kepastian hukum bagi pemilik kendaraan, tetapi juga berkontribusi pada upaya penegakan hukum yang lebih efektif karena setiap kendaraan dapat dengan mudah dilacak jika terjadi pelanggaran atau kecelakaan.

Satlantas berupaya untuk menjadi institusi yang dipercaya dan dihormati oleh masyarakat. Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan Satlantas tidak hanya tercermin dari kelancaran administrasi dan keamanan di jalan raya, tetapi juga dari meningkatnya kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menciptakan lingkungan berlalu lintas yang lebih aman dan tertib.

Kualitas layanan yang diberikan oleh Satlantas dalam hal ini sangat menentukan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian (Hermawan et al., 2016). Pelayanan publik yang berkualitas mencakup

berbagai elemen seperti transparansi, akuntabilitas, efisiensi, partisipasi masyarakat, kesetaraan, serta keseimbangan hak dan tanggung jawab antara penyedia dan penerima layanan (Edi Kurniawan et al., 2022). Ketika pelayanan publik mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan masyarakat, tingkat kepuasan masyarakat akan meningkat, yang pada gilirannya dapat memperkuat legitimasi dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut (Nashar, 2020).

Citra institusi juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan (Syahrini & Ahmad Fadili, 2022). Institusi dengan citra positif cenderung lebih dipercaya dan dihargai oleh masyarakat, yang dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat (Syahrini & Ahmad Fadili, 2022). Sebaliknya, citra yang negatif dapat mengurangi tingkat kepercayaan dan kepuasan, meskipun pelayanan yang diberikan berkualitas tinggi.

Citra institusi mencerminkan reputasi dan pandangan masyarakat terhadap institusi tersebut. Citra positif bisa terbentuk melalui berbagai faktor, seperti integritas, transparansi, komitmen terhadap pelayanan yang berkualitas, dan kontribusi terhadap masyarakat atau lingkungan sekitar (Sulistyan et al., 2017). Institusi dengan citra baik umumnya dianggap lebih dapat dipercaya, lebih dihormati, dan lebih cenderung menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan yang mereka tawarkan. Sebaliknya, citra negatif dapat menghambat kepercayaan masyarakat,

mengurangi minat untuk menggunakan layanan, dan bahkan mempengaruhi persepsi terhadap nilai-nilai yang dipegang oleh institusi tersebut.

Penelitian menunjukkan bahwa tidak semua dimensi kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan masyarakat, di mana indikator Empati Jaminan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat (Zia Ibhar et al., 2022). Temuan ini sejalan dengan (Rahmasari et al., 2022) yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Namun, penelitian lain memberikan hasil berbeda, menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat (Alghfeli et al., 2020; Boonlertvanich, 2019).

Kepuasan masyarakat merupakan hasil dari interaksi antara kualitas pelayanan yang disediakan dan citra yang dimiliki oleh institusi (Embi & Widiasari, 2013). Ketika masyarakat merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterima, mereka cenderung lebih positif terhadap institusi tersebut (Ratnaningsih et al., 2023). Kepuasan ini tidak hanya mencakup kepuasan langsung terhadap layanan, tetapi juga rasa percaya diri bahwa institusi tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Selain itu, citra positif juga dapat memperkuat loyalitas masyarakat terhadap institusi, sehingga mereka lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan yang ditawarkan meskipun ada pilihan lain yang tersedia (Thalib, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kontroversi studi (*research gap*) dan fenomena diatas, maka rumusan masalah dalam studi ini adalah “bagaimana peran kualitas layanan dan citra institusi Polantas dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat?” Kemudian pertanyaan penelitian (*question research*) adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan masyarakat?
2. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap kepercayaan masyarakat?
3. Bagaimana pengaruh citra institusi terhadap kepuasan masyarakat?
4. Bagaimana pengaruh citra institusi terhadap kepercayaan masyarakat?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis secara empiris pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan masyarakat.
2. Menganalisis secara empiris pengaruh *Service Quality* terhadap kepercayaan masyarakat.
3. Menganalisis secara empiris pengaruh citra institusi terhadap kepuasan masyarakat.

4. Menganalisis secara empiris pengaruh citra institusi terhadap kepercayaan masyarakat.
5. Menganalisis secara empiris pengaruh kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan-tujuan di atas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Ikut serta dalam pengembangan pengetahuan yang menjelaskan peran kualitas layanan dan citra institusi dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk melengkapi kepentingan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pimpinan dalam pengambilan keputusan tentang cara meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat di institusi Polantas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Public Trust* / kepercayaan masyarakat

Kepercayaan (*trust*) adalah dasar dari sebuah hubungan. Sebuah hubungan antara dua pihak atau lebih hanya dapat terbentuk jika masing-masing saling percaya (Coyle-Shapiro et al., 2018). Kepercayaan ini tidak secara otomatis diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun dari awal dan dibuktikan seiring waktu (Zhangming Zhou, 2021).

Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa setiap orang tidak memiliki niat buruk terhadap dirinya (Hartanto et al., 2021). Individu memiliki indikator kepercayaan diri untuk mempercayai orang lain, yang didasarkan pada sensitivitas dan kemampuan untuk membedakan antara perasaan dapat dipercaya dan tidak dapat dipercaya (Buck et al., 2021). Pada dasarnya, setiap orang dianggap dapat dipercaya sampai ada suatu hal yang menyebabkan individu tersebut tidak lagi dapat dipercaya (Schilke et al., 2021).

Menurut Kmieciak (2020) kepercayaan adalah konsep yang bersifat relasional, bukan individual. Kepercayaan tidak berkaitan dengan kepentingan atau keuntungan pribadi, melainkan merupakan konsep yang mencakup harmoni, jaminan, dan kesejahteraan bagi individu dan komunitas (Schilke et al., 2021). Kepercayaan ini dikembangkan mulai dari keluarga, melalui hubungan yang erat antara orang tua dan anak, dan

kemudian berkembang di lingkungan kerabat dan teman dekat (Morgan & Shelby D. Hunt, 1994).

Kepercayaan pada instansi publik diartikan sebagai sikap keyakinan dari satu pihak terhadap keandalan, ketahanan, dan integritas institusi yang menyelenggarakan pelayanan public (Hartanto et al., 2021). Keyakinan ini didasarkan pada harapan bahwa institusi tersebut akan memberikan hasil yang positif dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pihak yang mempercayainya (Kurniawati & Ramli, 2024).

Kepercayaan ini dapat diidentifikasi melalui kesamaan norma dan nilai (*share norms and values*), kesediaan untuk mendukung (*willingness to endorse*), dan persepsi terhadap efektivitas institusi tersebut (*perceived efficacy*) (Adam et al., 2009). Menurut (Mayer et al., 1995) tingkat kepercayaan seseorang dapat dinilai melalui tiga dimensi utama, yaitu: kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).

Sehingga dengan demikian, kepercayaan masyarakat terhadap Satlantas Polresta Banyumas dapat didefinisikan sebagai kepercayaan pada petugas polisi lalu lintas Polresta Banyumas dalam memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat terkait keamanan, keselamatan, dan ketertiban di jalan raya. Indikator yang digunakan adalah kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) (Mayer et al., 1995).

2.2. *Service Quality* / Kualitas Layanan

Menurut (Restiani & Ardiansyah, 2023) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana yaitu, Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Luk & Layton, 2005). Kualitas pelayanan menurut bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan bisa di wujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Prakash, 2019).

Menurut Restiani & Ardiansyah (2023) terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang di terima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang di harapkan maka jasa dapat dikatakan baik atau positif (Munarko, 2022). Jika *Perceived service* melebihi *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal . Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan para ahli diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa efektif, efisien, dan responsif pelayanan yang diberikan oleh Satlantas

Polresta Banyumas dalam memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat terkait keamanan, keselamatan, dan ketertiban di jalan raya.

Parasuraman et al., (1985) sebagaimana dituliskan ulang oleh Restiani & Ardiansyah (2023) mengembangkan skala bernama SERVQUAL yang merupakan skala paling terkenal untuk mengukur *Service Quality*. Model SERVQUAL merepresentasikan kualitas layanan sebagai ketidaksesuaian antara harapan pelanggan atas penawaran layanan dan persepsi pelanggan atas layanan yang diterima. Lima dimensi kualitas layanan adalah *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

2.3. Citra Institusi

Dalam menghadapi persaingan dan komersialisasi yang semakin ketat organisasi harus menghadapinya dengan strategi yang memperhatikan reputasi dan image yang baik akan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (Schultz, 2017). Salah satu cara yang diakui dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang semakin kompleks adalah melalui citra institusi (Almeida & Coelho, 2019; An Tran et al., 2015; Putu et al., 2018).

Budiastuti et al (2022) mendefinisikan citra institusi sebagai keseluruhan impresi tentang suatu organisasi yang terbentuk dalam pikiran masyarakat. Sebuah institusi harus membangun kepribadiannya sendiri secara independen, terutama produk, dan layanan yang dimilikinya (Chun et al., 2019). Hal ini dapat dimanfaatkan oleh institusi untuk meningkatkan tingkat kredibilitas dan reputasi yang dimilikinya (Kaur & Singh, 2018).

Syahrini & Ahmad Fadili (2022) dalam perspektif yang lebih luas, mendefinisikan citra sebagai akumulasi dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Obyek tersebut dapat berupa individu, organisasi, atau kelompok individu. Jika obyeknya adalah sebuah organisasi, maka keseluruhan keyakinan, gambaran, dan kesan seseorang tentang organisasi tersebut disebut sebagai citra.

Citra suatu organisasi mencerminkan nilai-nilai individu dan kelompok masyarakat yang memiliki hubungan dengan organisasi tersebut (Engkur & Rianti Nia, 2019). Agustin Setyawati et al (2018) menguraikan bahwa Citra Institusi terdiri dari empat elemen kunci: Kepribadian, Reputasi, Nilai, dan Identitas Perusahaan. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa citra institusi kepolisian Satuan Lalu Lintas adalah persepsi publik mengenai keandalan, integritas, dan profesionalisme dalam pelayanan lalu lintas, yang mencakup penegakan hukum, pencegahan pelanggaran, serta pemberian pelayanan kepada masyarakat.

2.4. Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan suatu badan usaha karena masyarakat adalah konsumen dari produk yang dihasilkan (Kurniawan & Purwanti Alwie, 2022). Menurut Larono (2020) kepuasan masyarakat adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dari produk atau layanan dengan harapan. Sucahyo & Solovida

(2022) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat di mana performa produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan ekspektasi mereka. Sedangkan Akbar & Sundoyo, (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap barang atau jasa setelah digunakan, dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

Kepuasan masyarakat didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap barang atau jasa setelah akuisisi dan penggunaannya (Hermawan et al., 2016). Sedangkan menurut Kepmen PAN Nomor 25 Tahun 2004, kepuasan masyarakat adalah pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Mengacu kepada Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 14 Tahun 2017, terdapat sembilan unsur yang digunakan sebagai indikator kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik. Kesembilan unsur tersebut adalah:

1. Persyaratan teknis maupun administratif yang harus dipenuhi masyarakat dalam pengurusan suatu jenis layanan;
2. Sistem, mekanisme, dan prosedur baku yang telah dirancang oleh pemberi layanan dan harus dijalani oleh penerima layanan;
3. Waktu penyelesaian, yaitu jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan;

4. Biaya/tarif yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan/atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya telah ditetapkan;
5. Spesifikasi jenis layanan, yaitu hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
6. Kompetensi pelaksana, yaitu kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan pengalaman;
7. Perilaku pelaksana, yaitu sikap petugas dalam memberikan pelayanan;
8. Penanganan pengaduan, saran, dan masukan, yaitu tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjutnya;
9. Sarana dan prasarana, di mana sarana adalah segala sesuatu (benda bergerak) yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan, sedangkan prasarana adalah segala sesuatu (benda tidak bergerak) yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses.

Kepuasan masyarakat terhadap Satuan Lalu Lintas (Satlantas) adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh publik terhadap kualitas layanan, penegakan hukum, dan interaksi yang dilakukan oleh Satlantas dalam mengelola dan mengawasi lalu lintas yang memenuhi harapan masyarakat. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini menyimpulkan dari Sembilan unsur kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 14 Tahun 2017 yaitu :

1. Kepuasan pada kemudahan persyaratan teknis maupun administratif yang harus dipenuhi
2. Kepuasan pada kemudahan sistem, mekanisme, dan prosedur baku
3. Kepuasan pada kompetensi pelaksana,
4. Penanganan pengaduan, saran, dan masukan
5. Sarana dan prasarana.

2.5. Hubungan Antar Variabel dan Hasil penelitian Terdahulu

2.5.1. Pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan masyarakat

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurhidayat et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat di kantor Balai Desa Purwosari Kecamatan Kaliwiro. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh langsung, di mana kualitas pelayanan berkontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat (Firmansyah & Rosy, 2021). Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mayasari, 2020) membuktikan bahwa secara sebagian, kepercayaan dan kualitas pelayanan administrasi public memiliki pengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Secara keseluruhan, berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Temuan temuan tersebut memperkuat pemikiran terkait

pentingnya meningkatkan kualitas layanan sebagai upaya untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah

H1 : Semakin tinggi kualitas pelayanan akan semakin tinggi kepuasan Masyarakat

2.5.2. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer trust*.

Kualitas pelayanan yang tidak tepat berarti kurangnya kepercayaan, loyalitas dan kepuasan pelanggan (Park et al., 2012). Kualitas layanan merupakan factor pemengaruh dalam peningkatan kepercayaan masyarakat (Sany Ayu Citra et al., 2021). Kualitas layanan yang tidak memadai mengakibatkan menurunnya kepercayaan masyarakat (Alghfeli et al., 2020; Boonlertvanich, 2019).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, hypothesis yang diajukan adalah :

H2 : Semakin baik kualitas pelayanan akan semakin baik kepercayaan masyarakat terhadap institusi

2.5.3. Pengaruh citra institusi terhadap kepuasan masyarakat

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan citra institusi berkontribusi pada peningkatan kepuasan mahasiswa, seperti yang diungkapkan oleh (Ratnasari, 2016a). Selanjutnya, temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Agustin Setyawati et al (2018) mengindikasikan bahwa

citra institusi RS memiliki dampak yang signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan masyarakat sebagai pasien.

Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Engkur & Rianti Nia, 2019) membuktikan bahwa secara parsial, citra institusi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan non-BPJS di Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka Putih. Temuan dari penelitian (Nasution et al., 2022) menunjukkan bahwa citra institusi dan loyalitas memiliki dampak yang cukup penting terhadap kepuasan mahasiswa yang berarti persepsi dan kesetiaan terhadap institusi tempat mereka belajar memengaruhi tingkat kepuasan mereka secara signifikan.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Agustin Setyawati et al., 2018) menunjukkan bahwa citra institusi juga memiliki dampak yang signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pasien. Ini menegaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap institusi pelayanan kesehatan mempengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh institusi tersebut.

Secara keseluruhan, temuan temuan tersebut menunjukkan pentingnya citra institusi dalam memengaruhi kepuasan masyarakat, baik dalam konteks jasa maupun pelayanan publik. Peningkatan citra institusi dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat.

Oleh karena itu, hypothesis yang diajukan adalah :

H3 : Semakin baik citra institusi akan semakin baik kepuasan masyarakat

2.5.4. Pengaruh citra institusi terhadap kepercayaan masyarakat

Citra institusi memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan masyarakat (Bingöl et al., 2013). Ketika suatu institusi memiliki citra yang positif, mencerminkan integritas, transparansi, dan profesionalisme, masyarakat akan lebih cenderung untuk mempercayainya (Susetyo et al., 2022). Citra yang baik menunjukkan bahwa institusi tersebut dapat diandalkan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan efektif dan sesuai harapan (Setyawati et al., 2018).

Beberapa temuan penelitian sebelumnya menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap organisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan mereka terhadap institusi tersebut (Ratnasari, 2016b; Riza Bahtiar Sulistyan et al., 2017; Syahrini & Ahmad Fadili, 2022).

Citra positif dari institusi seperti Satuan Lalu Lintas akan memperkuat keyakinan masyarakat bahwa institusi tersebut mampu menjaga ketertiban lalu lintas, menangani pelanggaran secara adil, dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Dengan demikian, citra institusi yang kuat berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat, yang pada gilirannya mendukung hubungan yang harmonis dan efektif antar institusi dan publik. Sehingga hypothesis yang diajukan adalah :

H4 : Semakin baik citra institusi akan semakin baik kepercayaan Masyarakat

2.5.5. Pengaruh kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat

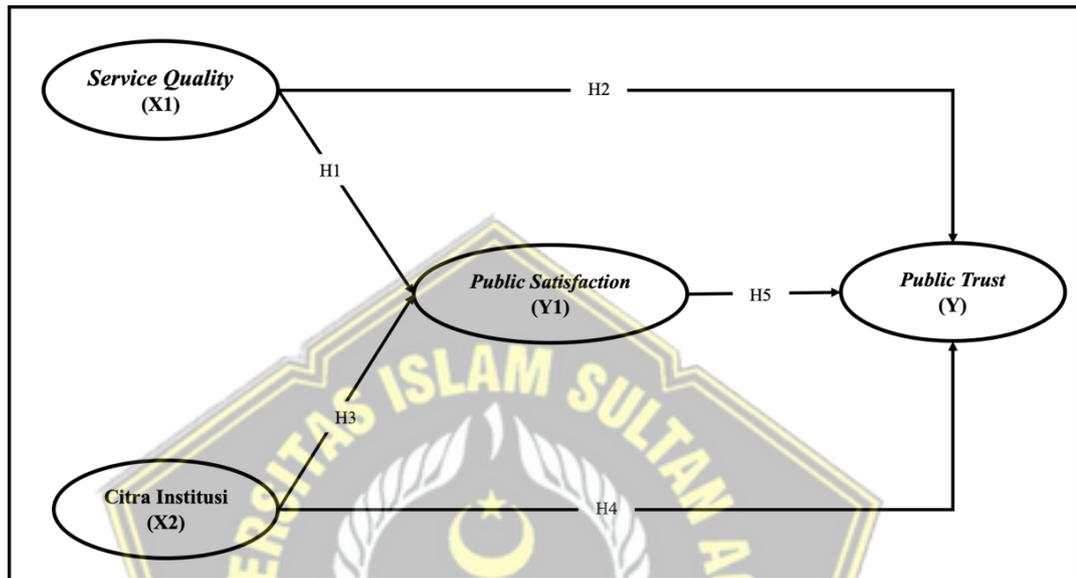
Kepuasan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu institusi atau layanan (Hwang et al., 2022). Ketika masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diterima, mereka cenderung membangun kepercayaan yang lebih kuat terhadap institusi tersebut. Kepuasan masyarakat timbul dari pengalaman positif, seperti pelayanan yang efisien, responsif, dan sesuai dengan harapan (Lamsal & Kumar Gupta, 2022). Sebagai contoh, jika masyarakat merasa bahwa layanan publik yang mereka terima memenuhi standar tinggi dan memberikan manfaat yang diharapkan, mereka akan lebih percaya bahwa institusi tersebut dapat diandalkan dan bertindak dalam kepentingan mereka. Dengan kepuasan yang tinggi, kepercayaan masyarakat terhadap institusi akan meningkat, menciptakan hubungan yang lebih solid dan mendukung (Watson et al., 2023).

Sehingga dengan demikian hypothesis yang diajukan adalah :

H5 : Semakin baik kepuasan masyarakat akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat

2.6. Model Empirik Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka maka model empiric penelitian ini Nampak pada Gambar 2.1 :



Gambar 2.1 : Model Empirik Penelitian

Model empiric tersebut menggambarkan bahwa ketika kualitas layanan dan citra lembaga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan publik, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah merupakan tipe penelitian eksplanatory research yang bersifat asosiatif, yaitu bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengujian hipotesis dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis dengan harapan, yang pada akhirnya dapat memperkuat teori yang dijadikan sebagai pijakan. Dalam hal ini adalah menguji pengaruh kualitas layanan; citra institusi, kepuasan masyarakat dan kepercayaan masyarakat.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna layanan Satlantas Polresta Banyumas.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili keseluruhan obyek yang diteliti. Penarikan sampel ini didasarkan bahwa dalam suatu penelitian ilmiah tidak ada keharusan atau tidak mutlak semua populasi harus diteliti secara keseluruhan tetapi dapat dilakukan sebagian saja dari populasi tersebut. Menurut Hair et al., (2014) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau

lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 17 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $17 \times 10 = 170$ sampel. Sehingga responden pada penelitian ini adalah 170 masyarakat pengguna layanan Satlantas Banyumas.

Menurut Sugiyono (2017:81), teknik pengambilan sampel merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan, yang dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan *probability sampling*. *Probability sampling*, menurut Sugiyono (2017:82), adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Teknik *probability sampling* mencakup *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *area (cluster) sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan *simple random sampling*. Sugiyono (2017:82) menjelaskan bahwa *Simple Random Sampling* adalah pengambilan sampel secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data pada studi ini mencakup data primer dan skunder. Data primer data yang diperoleh langsung dari obyeknya (Widodo, 2017). Data primer studi adalah mencakup : kualitas layanan; citra institusi, kepuasan masyarakat dan kepercayaan masyarakat. Data skunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden yaitu terkait variable penelitian yaitu kualitas layanan; citra institusi, kepuasan masyarakat dan kepercayaan masyarakat.

Pengukuran variable penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara personal (*Personality Questionnaires*). Data dikumpulkan dengan menggunakan angket tertutup. Interval pernyataan dalam penelitian ini adalah 1-5 dengan pernyataan jankarnya Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS).

Pengambilan data yang diperoleh melalui kuesioner dilakukan dengan menggunakan pengukuran *interval* dengan ketentuan skornya adalah sebagai berikut :

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	----------------------

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung terkait dengan hasil penelitian. Adapun data sekunder diperoleh berupa :

- a. Jurnal, diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu guna mendukung penelitian.
- b. Literature berupa beberapa referensi dari beberapa buku dalam mendukung penelitian.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian ini mencakup kualitas layanan; citra institusi, kepuasan masyarakat dan kepercayaan masyarakat. Adapun masing-masing indikator Nampak pada table 3.1.

Table 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kepercayaan masyarakat adalah kepercayaan pada petugas Polisi Satlantas akan kemampuan, kebaikan hati dan integritas dalam memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.	1. kemampuan (<i>ability</i>), 2. kebaikan hati (<i>benevolence</i>), 3. integritas (<i>integrity</i>).	(Mayer et al., 1995)
2.	<i>Service Quality</i> adalah Upaya unyuk memenuhi kebutuhan Masyarakat melalui tindakan nyata, keandalannya, daya tanggap, memberikan jaminan, serta perhatian terhadap Masyarakat.	1. <i>tangibility</i> , 2. <i>reliability</i> , 3. <i>responsiveness</i> , 4. <i>assurance</i> , 5. <i>emphaty</i> .	Valarie A. Zeithaml et al (2000)
3.	Citra institusi adalah persepsi publik mengenai kepribadian, reputasi dan nilai integritas, serta profesionalisme dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.	1. Kepribadian, 2. Reputasi, 3. Nilai, 4. Identitas institusi.	(Engkur & Rianti Nia, 2019)
4.	Kepuasan masyarakat terhadap Satuan Lalu Lintas (Satlantas) tingkat kepuasan yang dirasakan oleh publik terhadap kepuasan pada kemudahan persyaratan, sistem, kompetensi pelaksana, mekanisme serta prosedur, penanganan pengaduan serta sarana prasarana yang memenuhi harapan masyarakat.	1. Kepuasan pada kemudahan persyaratan teknis maupun administratif yang harus dipenuhi 2. Kepuasan pada kemudahan sistem, mekanisme, dan prosedur baku 3. Kepuasan pada kompetensi pelaksana, 4. Penanganan pengaduan, saran, dan masukan 5. <u>Sarana dan prasarana</u>	Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 14 Tahun 2017

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari obyek penelitian (Umar, 2012). Dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan analisa non statistic untuk menganalisis data kualitatif, yaitu dengan membaca tabel-tabel, grafik / angka-angka berdasarkan hasil jawaban responden terhadap variabel penelitian kemudian dilakukan uraian dan penafsiran.

3.6.2 Analisis Uji *Partial Least Square*

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS merupakan pendekatan alternative yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kuasalita/teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. PLS merupakan metode analisis yang powerfull, karena tidak didasarkan pada banyak asumsi.

Tujuan penggunaan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten, variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana

inner model (model structural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruksinya) dispesifikasi. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen (kedua variabel laten dan indikator) diminimumkan.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS (Partial Least Square) dapat dikategorikan sebagai berikut: Kategori pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (*loading*). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, PLS (*Partial Least Square*) menggunakan proses iterasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

1. Menghasilkan *weight estimate*.
2. Menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*.
3. Menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (konstanta).

3.6.3 Analisa model *Partial Least Square*

Dalam metode PLS (*Partial Least Square*) teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang dihitung dengan PLS. ukuran refleksif individual dikatakan

tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70% dengan kontruk yang diukur. Namun menurut Chin (1998) dalam Ghozali dan Hengky (2015) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan kontruk. Jika korelasi kontruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran kontruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan kontruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Metode lain untuk menilai *Discriminant Validity* adalah membandingkan nilai Root Of Average Variance Extracted (AVE) setiap kontruk dengan korelasi antara kontruk dengan kontruk lainnya dalam model. Jika nilai AVE setiap kontruk lebih besar daripada nilai korelasi antara kontruk dengan kontruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *Discriminant Validity* yang baik (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghozali dan Hengky, 2015).

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(e_i)}$$

3. Validitas Konvergen

Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengyjur kontruk yang mana memounyai korelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item atau skor jomponen dengan skor kontruk) indikator-indikator yang mengukur kontruk tersebut. (Hair et al, 2016) mengemukakan bahwa rule of thumb yang biasanya digunakan untuk membuat pemeriksaan awal dari matrik faktor adalah ± 30 dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, untuk loading ± 40 dianggap lebih baik, dan untuk loading > 0.50 dianggap signifikan secara praktis. Dengan demikian semakin tinggi nilai faktor *loading*, semakin penting peranan loading dalam menginterpetasi matrik faktor.

Rule of thumb yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* > 0.7 , *cummunality* > 0.5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.5 (Chin, 1995 dalam Abdillah & Hartono, 2015). Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap kontruk dengan korelasi antara kontruk dengan kontruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap kontruk lebih besar daripada korelasi antara kontruk dengan kontruk lainnta dalam model (Chin, Gopan & Salinsbury, 1997 dalam Abdillah & Hartono, 2015). AVE dapat dihitung dengan rumus berikut:

Merupakan model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan kontruk. Jika korelasi kontruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut metode lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted (AVE)*.

4. *Composite reliability*

Merupakan indikator untuk mengukur suatu kontruk yang dapat dilihat pada *view latent variabel coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability* terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan *cronbach's alpha*. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa kontruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

5. *Cronbach's Alpha*

Merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari *composite reliability*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.7 . Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Sedangkan untuk indikator formatif dilakukukan pengujian yang berbeda. Uji indikator formatif yaitu:

a. *Uji Significance of weight*

Nilai *weight* indikator formatif dengan kontruknya harus signifikan.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multikolinieritas dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5 – 10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multikolinieritas.

6. Analisa Inner Model

Analisa inner model biasanya juga disebut dengan (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur structural (Stone, 1974; Geisser, 1975). Dalam pengevaluasian inner model dengan PLS (*Partial Least Square*) dimulai dengan cara melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Kemudian dalam penginterpretasiannya sama dengan interpretasi pada regresi.

Perubahan nilai pada *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independent tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Selain melihat nilai (R^2), pada model PLS (*Partial Least Square*) juga dievaluasi dengan melihat nilai *Q-square* prediktif relevansi untuk model

konstruktif. Q^2 mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai Q^2 lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan apabila nilai Q^2 kurang dari nol (0), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

Merupakan spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), disebut juga inner relation, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest diskala *zeromeans* dan unit varian sama dengan satu sehingga parameter konstanta dapat dihilangkan dari model inner model yang diperoleh adalah :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Z = b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Z + e$$

Weight Relation, estimasi nilai kasus variabel laten, inner dan outer model memberikan spesifikasi yang diikuti dalam estimasi algoritma PLS. Setelah itu diperlukan definisi *weight relation*.

Estimasi variabel laten adalah linier agregasi dari indikator yang nilai *weight*-nya didapat dengan prosedur estimasi PLS seperti dispesifikasi oleh *inner* dan *outer* model dimana variabel laten endogen (dependen) adalah η dan variabel laten eksogen adalah ξ (independent), sedangkan ζ merupakan residual dan β dan γ adalah matriks koefisien jalur (*path coefficient*)

Inner model diukur menggunakan *R-square* variable laten eksogen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. *Q Square predictive relevante* untuk model konstruk, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, sebaliknya jika nilai *Q-square* ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevante*. Perhitungan *Q-Square* dilakukan dengan rumus :

$$Q^2 = 1 - (1-R1^2)(1-R2^2) \dots (1-Rp^2)$$

Dimana $(1-R1^2)(1-R2^2) \dots (1-Rp^2)$ adalah *R-square* eksogen dalam model persamaan. Dengan asumsi data terdistribusi bebas (*distribution free*), model struktural pendekatan prediktif PLS dievaluasi dengan *R-Square* untuk konstruk endogen (dependen), *Q-square* test untuk relevansi prediktif, *t*-statistik dengan tingkat signifikansi setiap koefisien path dalam model struktural.

7. Pengujian Hipotesis

Uji *t* digunakan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh masing masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat.

Langkah langkah pengujiannya adalah :

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji
2. Uji hipotesis menggunakan Uji *t* pada $\alpha = 0,05$ dan $Df = (\alpha;n-k)$
3. Kriteria pengujian, hipotesis diterima bila t hitung $>$ t tabel, atau p -value $<$ 0.05)

8. Evaluasi Model.

Model pengukuran atau *outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composit reliability* untuk blok indikator. Model struktur alat auinner model dievaluasi dengan melihat presentase varian yang dijelaskanya itu dengan melihat R^2 untuk konstruk laten eksogen dengan menggunakan ukuran *Stone Gaisser Q Square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t-statistik yang didapat melalui prosedur *bootstrapping*.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Deskripsi identitas responden menunjukkan gambaran umum tentang responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu masyarakat pengguna layanan Satlantas Polresta Banyumas. Data responden diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian pada tanggal 17-27 Novemer 2024 kepada sebanyak 170 masyarakat yang sedang menggunakan layanan Satlantas Polresta Banyumas. Gambaran karakteristik responden dapat disajikan sesuai karakteristik responden jenis kelamin, usia, serta tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Total Sampel n=170	
		Jumlah	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin		
	Pria	113	66.5
	Wanita	57	33.5
2.	Usia		
	21 - 30 tahun	48	28.2
	31 - 40 tahun	65	38.2
	41 - 50 tahun	32	18.8
	51 - 60 tahun	25	14.7
3.	Pendidikan Terakhir		
	SMA/SMK	81	47.6
	Diploma	26	15.3
	Sarjana S1	61	35.9
	Pascasarjana S2	2	1.2

Data deskripsi responden pada Tabel 4.1 di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden adalah pria yaitu sebanyak 113 responden (66,5%), sedangkan responden wanita sebanyak 57 responden (33,5%). Apabila dilihat dari segi usia, jumlah responden terbanyak adalah usia 31 -40 tahun yaitu sebanyak 65 responden (38,2%). Pendidikan terakhir yang dimiliki responden adalah setara SMA/SMK yaitu sebanyak 81 responden (47,6%).

4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Pada bagian ini, analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Analisis ini dilakukan untuk memperoleh persepsi tentang kecenderungan responden untuk menanggapi item-item indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut dan untuk menentukan status variabel yang diteliti di lokasi penelitian.

Deskripsi variabel dikelompokkan menjadi 3 kategori, yaitu: kategori rendah, skor = 1,00 – 2,33 , kategori sedang, skor = 2,34 – 3,66 dan kategori tinggi/baik, dengan skor 3,67 – 5,00. Deskripsi variabel secara lengkap terlihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

No	Variabel dan indikator	Mean	Standar Deviasi
a	<i>Service Quality</i>		
	<i>1. Tangibility</i>	3.900	3.900
	<i>2. Reliability</i>	3.794	3.794
	<i>3. Responsiveness</i>	3.794	3.794
	<i>4. Assurance</i>	3.782	3.782
	<i>5. Emphaty</i>	3.782	3.782
	Mean Variabel	3.811	

b	Citra Institusi		
	1. Kepribadian	3.747	0.800
	2. Reputasi	3.806	0.865
	3. Nilai	3.747	0.871
	4. Identitas Organisasi	3.729	0.820
	Mean Variabel	3.757	
c	Kepuasan Masyarakat		
	1. Kepuasan pada kemudahan persyaratan teknis maupun administratif yang harus dipenuhi	3.788	0.937
	2. Kepuasan pada kemudahan system, mekanisme, dan prosedur baku	3.777	1.007
	3. Kepuasan pada kompetensi pelaksana	3.788	0.992
	4. Penanganan pengaduan, saran, dan masukan	3.718	0.925
	5. Sarana dan prasarana	3.859	0.852
	Mean Variabel	3.786	
d	Kepercayaan Masyarakat		
	1. Kemampuan (<i>ability</i>)	3.700	0.922
	2. Kebaikan hati (<i>benevolence</i>)	3.729	0.915
	3. Integritas (<i>integrity</i>)	3.635	0.895
	Mean Variabel	3.688	

Pada Tabel 4.2 diketahui bahwa hasil deskripsi data pada variabel *Service Quality* didapatkan dengan nilai *mean* tertinggi adalah indikator *Tangibility* (3,900) dan dua indikator dengan *mean* terendah yaitu indikator *Assurance* dan *Emphaty* (3,782). Kemudian, nilai *mean* data variabel *Service Quality* secara keseluruhan sebesar 3,811 terletak pada rentang kategori tinggi (3,67 – 5,00). Artinya, bahwa responden berpandangan bahwa atasan memiliki *Service Quality* yang baik. Pada variabel Citra Institusi secara keseluruhan diperoleh nilai *mean* sebesar 3,757 terletak pada rentang kategori baik (3,67 – 5,00). Artinya, bahwa citra institusi Polri menurut pandangan responden termasuk baik. Hasil deskripsi data pada variabel Citra Institusi didapatkan dengan nilai *mean* tertinggi adalah Reputasi (3,806) dan terendah pada Identitas Organisasi (3,729).

Pada variabel Kepuasan Masyarakat secara keseluruhan diperoleh nilai mean sebesar 3,786 terletak pada rentang kategori tinggi/baik (3,67 – 5,00). Artinya, bahwa responden merasa puas dengan pelayanan Satlantas Polresta Banyumas. Hasil deskripsi data pada variabel Kepuasan Masyarakat didapatkan dengan nilai *mean* tertinggi adalah indikator Sarana dan prasarana (3,859) dan terendah pada indikator Penanganan pengaduan, saran, dan masukan (3,718).

Pada variabel Kepercayaan Masyarakat secara keseluruhan diperoleh nilai mean sebesar 3,688 terletak pada rentang kategori tinggi/baik (3,67 – 5,00). Artinya, bahwa secara umum masyarakat pengguna layanan Satlantas Polresta Banyumas masih memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap institusi Kepolisian. Hasil deskripsi data pada variabel Kepercayaan Masyarakat didapatkan dengan nilai *mean* tertinggi adalah indikator Kebaikan hati (*benevolence*) (3,729) dan terendah pada indikator Integritas (*integrity*) (3,635).

4.3. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam analisis PLS, evaluasi mendasar yang dilakukan yaitu evaluasi model pengukuran (*outermodel*) dengan tujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur variabel laten. Kriteria validitas diukur dengan *convergent* dan *discriminant validity*, sedangkan kriteria reliabilitas konstruk diukur dengan *composite reliability*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Cronbach Alpha*.

4.3.1. *Convergent Validity*

Evaluasi model pengukuran variabel laten dengan indikator reflektif dianalisis dengan melihat *convergent validity* setiap indikator. Pengujian *convergent validity* pada PLS dapat dilihat dari nilai loading faktor (*outer loading*) setiap indikator terhadap variabel latennya. Nilai *outer loading* di atas 0,70 sangat direkomendasikan (Ghozali, 2011).

1. Evaluasi Model Pengukuran Variabel *Service Quality*

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel *Service Quality* direfleksikan melalui lima indikator. Evaluasi *outer model* atau model pengukuran dapat dilihat dari nilai *outer loading* dari setiap indikator variabel Citra Institusi sebagai berikut:

Tabel 4.3
Outer Loading Konstruk *Service Quality*

No	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
X1_1	<i>Tangibility</i>	0.750	Valid
X1_2	<i>Reliability</i>	0.846	Valid
X1_3	<i>Responsiveness</i>	0.778	Valid
X1_4	<i>Assurance</i>	0.818	Valid
X1_5	<i>Emphaty</i>	0.785	Valid

Tabel di atas menunjukkan di mana seluruh nilai loading faktor indikator *Service Quality* memiliki nilai lebih besar dari batas kritis 0,700. Dengan demikian variabel *Service Quality* (X1) mampu dibentuk atau dijelaskan dengan baik atau dapat dikatakan valid secara *convergent* oleh indikator *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*.

2. Evaluasi Model Citra Institusi

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel Citra Institusi direfleksikan melalui empat indikator. Evaluasi outer model atau model pengukuran dapat dilihat dari nilai outer loading dari setiap indikator variabel Citra Institusi sebagai berikut:

Tabel 4.4
Outer Loading Konstruk Citra Institusi

No	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
X2_1	Kepribadian	0.752	Valid
X2_2	Reputasi	0.888	Valid
X2_3	Nilai	0.903	Valid
X2_4	Identitas organisasi	0.742	Valid

Tabel dan gambar di atas menunjukkan di mana seluruh nilai loading faktor indikator Citra Institusi memiliki nilai lebih besar dari batas kritis 0,700. Dengan demikian variabel Citra Institusi (X2) mampu dibentuk atau dijelaskan dengan baik atau dapat dikatakan valid secara convergent oleh indikator Kepribadian, Reputasi, Nilai, dan Identitas organisasi.

3. Evaluasi Model Pengukuran Variabel Kepuasan Masyarakat

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel Kepuasan Masyarakat direfleksikan melalui lima indikator. Evaluasi outer model atau model pengukuran dapat dilihat dari nilai outer loading dari setiap indikator variabel Kepuasan Masyarakat sebagai berikut :

Tabel 4.5
Outer Loading Konstruk Kepuasan Masyarakat

No	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Y1_1	Kepuasan pada kemudahan persyaratan teknis maupun administratif yang harus dipenuhi	0.869	Valid
Y1_2	Kepuasan pada kemudahan system, mekanisme, dan prosedur baku	0.889	Valid
Y1_3	Kepuasan pada kompetensi pelaksana	0.892	Valid
Y1_4	Penanganan pengaduan, saran, dan masukan	0.870	Valid
Y1_5	Sarana dan prasarana	0.788	Valid

Tabel di atas menunjukkan di mana seluruh nilai loading faktor indikator Kepuasan Masyarakat memiliki nilai lebih besar dari batas kritis 0,700. Dengan demikian variabel Kepuasan Masyarakat (Y1) mampu dibentuk atau dijelaskan dengan baik atau dapat dikatakan valid secara convergent oleh indikator Kepuasan pada kemudahan persyaratan teknis maupun administratif yang harus dipenuhi, Kepuasan pada kemudahan system, mekanisme, dan prosedur baku, Kepuasan pada kompetensi pelaksana, Penanganan pengaduan, saran, dan masukan, dan Sarana dan prasarana.

4. Evaluasi Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Masyarakat

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel Kepercayaan Masyarakat direfleksikan melalui tiga indikator. Evaluasi outer model atau model pengukuran dapat dilihat dari nilai outer loading dari setiap indikator variabel Kepercayaan Masyarakat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Outer Loading Konstruk Kepercayaan Masyarakat

No	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Y2_1	Kemampuan (ability)	0.918	Valid
Y2_2	Kebaikan Hati (benevolence)	0.845	Valid
Y2_3	Integritas (integrity)	0.911	Valid

Tabel di atas menunjukkan di mana seluruh nilai loading faktor indikator Kepercayaan Masyarakat memiliki nilai lebih besar dari batas kritis 0,700. Dengan demikian variabel Kepercayaan Masyarakat mampu dibentuk atau dijelaskan dengan baik atau dapat dikatakan valid secara convergent oleh indikator Kemampuan (*ability*), Kebaikan Hati (*benevolence*), dan Integritas (*integrity*).

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen pada masing-masing variabel, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian ini.

4.3.2. *Discriminant Validity*

Discriminant validity yaitu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel laten berbeda dengan konstruk atau variabel lain secara teori dan terbukti secara empiris melalui pengujian statistik. Validitas diskriminan diukur dengan Fornell Lacker Criterion, HTMT, serta *Cross loading*. Hasil pengujian pada masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian Kriteria *Fornell Lacker Criterion*

Pengujian validitas menggunakan kriteria *Fornell-Larcker Criterion* dilakukan dengan melihat nilai akar *Average Variance Extract* (AVE) dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya. Uji ini terpenuhi jika akar AVE lebih besar daripada korelasi antar variabel.

Tabel 4.7
Nilai Uji Discriminant Validity dengan kriteria *Fornell-Larcker Criterion*

	Citra institusi	Kepercayaan masyarakat	Kepuasan masyarakat	<i>Service Quality</i>
Citra institusi	0.824			
Kepercayaan masyarakat	0.529	0.892		
Kepuasan masyarakat	0.490	0.741	0.863	
<i>Service Quality</i>	0.585	0.644	0.645	0.796

Keterangan: Nilai yang dicetak tebal adalah nilai akar AVE.

Dari Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai akar AVE lebih tinggi dari nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa konstruk dalam model yang diestimasi telah memenuhi kriteria *discriminant validity* yang tinggi, artinya hasil analisis data dapat diterima karena nilai yang menggambarkan hubungan antar konstruk berkembang. Hal ini dapat berarti bahwa seluruh konstruk memiliki *discriminant validity* yang baik. Dengan demikian instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur seluruh konstruk atau variabel laten dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

2. Pengujian Kriteria *Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*

Pengujian validitas menggunakan kriteria *Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)* dilakukan dengan melihat matrik HTMT. Kriteria HTMT yang diterima adalah dibawah 0,9 yang mengindikasikan evaluasi validitas diskriminan diterima.

Tabel 4.8
Nilai Uji Discriminant Validity dengan kriteria *Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*

	Citra institusi	Kepercayaan masyarakat	Kepuasan masyarakat	<i>Service Quality</i>
Citra institusi				
Kepercayaan masyarakat	0.608			

Kepuasan masyarakat	0.544	0.832		
<i>Service Quality</i>	0.683	0.743	0.724	

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai-nilai dalam matrik HTMT tidak lebih dari 0,9. Artinya, model menunjukkan bahwa evaluasi validitas diskriminan dapat diterima. Dari hasil pengujian validitas diskriminan, dapat diketahui bahwa syarat uji *Fornell-Larcker Criterion* dan *HTMT* telah terpenuhi sehingga semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity* yang baik artinya hasil analisis data dapat diterima.

3. Pengujian Kriteria *Cross Loading*

Hasil analisis mengenai korelasi konstruk dengan indikatornya sendiri atau korelasi konstruk dengan indikator yang lain dapat disajikan pada bagian tabel *cross loading*.

Tabel 4.9
Nilai *Cross Loading*

	Citra institusi	Kepercayaan masyarakat	Kepuasan masyarakat	<i>Service Quality</i>
X1_1	0.507	0.492	0.444	0.750
X1_2	0.492	0.550	0.590	0.846
X1_3	0.443	0.487	0.507	0.778
X1_4	0.437	0.554	0.552	0.818
X1_5	0.459	0.472	0.457	0.785
X2_1	0.752	0.404	0.345	0.358
X2_2	0.888	0.506	0.505	0.570
X2_3	0.903	0.474	0.432	0.533
X2_4	0.742	0.332	0.292	0.445
Y1_1	0.379	0.693	0.869	0.491
Y1_2	0.463	0.631	0.889	0.621
Y1_3	0.448	0.621	0.892	0.600
Y1_4	0.387	0.660	0.870	0.504

Y1_5	0.431	0.592	0.788	0.561
Y2_1	0.451	0.918	0.664	0.536
Y2_2	0.508	0.845	0.642	0.619
Y2_3	0.455	0.911	0.676	0.565

Pengujian *discriminant validity* dengan cara ini dikatakan valid jika nilai korelasi konstruk dengan indikatornya sendiri lebih besar daripada dengan konstruk lainnya serta semua nilai korelasi konstruk dengan indikatornya sendiri dan konstruk lainnya menunjukkan nilai yang positif. Dari hasil pengolahan data yang tersaji pada tabel *cross loading* dapat diketahui bahwa syarat tersebut telah terpenuhi sehingga semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity* yang baik artinya hasil analisis data dapat diterima.

4.3.3. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan 3 (tiga) cara yaitu *composite reliability*, *Cronbach's Alpha*, dan *AVE* antar konstruk dengan indikator-indikatornya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Citra institusi	0.842	0.894	0.680
Kepercayaan masyarakat	0.871	0.921	0.796
Kepuasan masyarakat	0.913	0.935	0.744
<i>Service Quality</i>	0.855	0.896	0.634

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Tabel 4.10 menunjukkan derajat yang mengindikasikan common latent (*unobserved*), sehingga dapat menunjukkan indikator blok yang mengukur konsistensi internal dari indikator pembentuk konstruk, nilai batas yang diterima untuk tingkat *Composite reliability* adalah 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Kemudian nilai AVE > 0,5 maka indikator yang digunakan dalam penelitian reliabel, dan dapat digunakan untuk penelitian sebagaimana dijelaskan Ghozali bahwa lebih baik nilai pengukuran AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali & Latan, 2015).

Nilai koefisien *cronbach alpha* berkisar antara 0,00 sampai dengan 1,00, dengan tolok ukur $\geq 0,7$ yang dijadikan rujukan agar sebuah alat ukur memiliki reliabilitas yang baik. Hasil ini menunjukkan uji reliabilitas masing-masing konstruk terbukti dapat dinyatakan baik. Sesuai penjelasan kriteria reliabilitas yang disebutkan Ghozali & Latan (2015), maka hasil dari uji reliabilitas dengan kriteria *cronbach alpha*, *composite reliability* dan AVE masing-masing konstruk dinyatakan baik dapat digunakan dalam proses analisis untuk menunjukkan hubungan antar konstruk. Artinya, memiliki seluruh konstruk dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk proses penelitian selanjutnya.

4.4. Evaluasi Kesesuaian Model (*Goodness of fit*)

Analisis PLS merupakan analisis SEM berbasis varians dengan tujuan pada pengujian teori model yang menitikberatkan pada studi prediksi. Beberapa ukuran untuk menyatakan model yang diajukan dapat diterima yaitu R square, dan Q square (Hair et al., 2019).

6. R square

R square menunjukkan besarnya variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen atau endogen lainnya dalam model. Interpretasi R square menurut Chin (1998) yang dikutip (Abdillah, W., & Hartono, 2015) adalah 0,19 (pengaruh rendah), 0,33 (pengaruh sedang), dan 0,67 (pengaruh tinggi). Berikut hasil koefisien determinasi (R^2) dari variabel endogen disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Nilai R-Square

	R-square
Kepercayaan masyarakat	0.609
Kepuasan masyarakat	0.435

Koefisien determinasi (R-square) yang didapatkan dari model Kepuasan Masyarakat sebesar 0,435 artinya variabel Kepuasan Masyarakat dapat dijelaskan 43,5% oleh variabel *Service Quality* dan Citra Institusi. Sedangkan sisanya 56,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai R square tersebut (0,435) berada di atas nilai 0,33, artinya variabel *Service Quality* dan Citra Institusi memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Kepuasan Masyarakat .

Nilai R square Kepercayaan Masyarakat sebesar 0,609 artinya Kepercayaan Masyarakat dapat dijelaskan 60,97% oleh variabel *Service Quality*, Citra Institusi, dan Kepuasan Masyarakat, sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai R square tersebut (0,609) berada di atas nilai 0,33, artinya variabel *Service Quality*, Citra Institusi, dan

Kepuasan Masyarakat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap Kepercayaan Masyarakat.

7. Q square

Q-Square (Q^2) menggambarkan ukuran akurasi prediksi, yaitu seberapa baik setiap perubahan variabel eksogen/endogen mampu memprediksi variabel endogen. *Q-Square predKepuasan Masyarakat ive relevance* untuk model struktural merupakan ukuran seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Ukuran Q square di atas 0 menunjukkan model memiliki *predKepuasan Masyarakat ive relevance* atau kesesuaian prediksi model yang baik. Nilai Q square dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu kecil, sedang dan besar, nilai Q square 0,02 – 0,15 dinyatakan kecil, nilai Q square 0,15 – 0,35 dinyatakan sedang dan nilai Q square $>0,35$ dinyatakan besar (Mirza Soetirto et al., 2023).

Hasil perhitungan nilai Q-Square untuk model struktural penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Nilai Q-square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1 - \frac{SSE}{SSO})$
Kepercayaan masyarakat	510.000	267.964	0.475
Kepuasan masyarakat	850.000	580.311	0.317

Nilai Q-square (Q^2) untuk variabel Kepuasan Masyarakat sebesar 0,317 berada pada rentang nilai 0,15 – 0,35, sehingga akurasi prediksi terhadap variabel Kepuasan Masyarakat termasuk cukup baik. Pada variabel Kepercayaan Masyarakat diperoleh nilai Q-square sebesar 0,475 yang

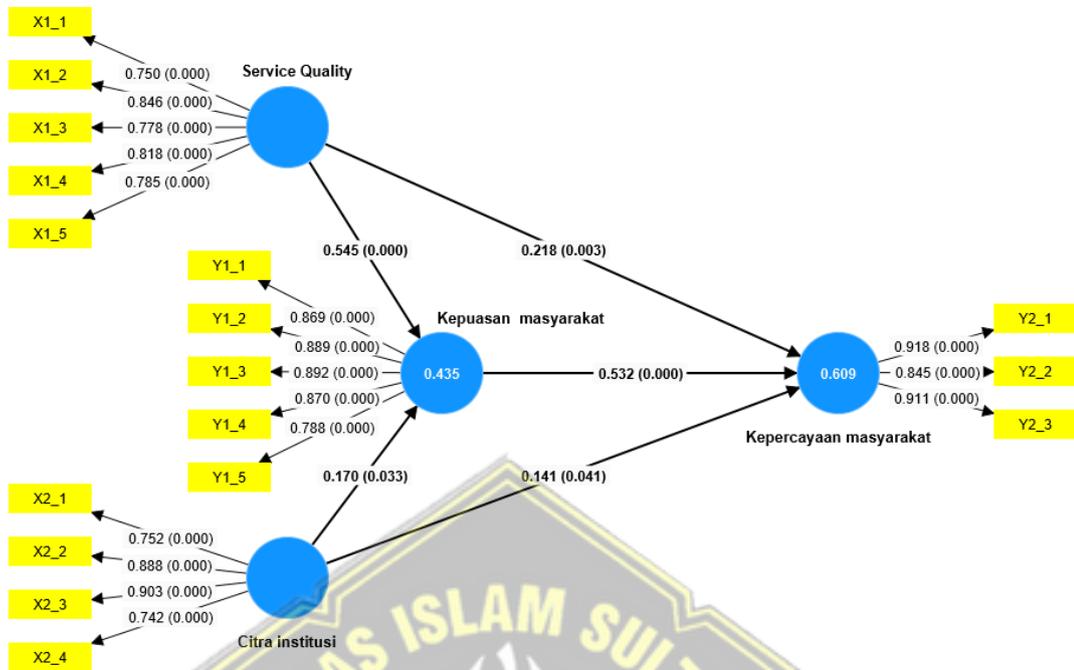
menunjukkan nilai Q square berada di atas nilai 0,35, sehingga akurasi prediksi terhadap variabel Kepercayaan Masyarakat termasuk baik.

Kedua nilai Q square berada di atas nilai 0, sehingga dapat dikatakan model memiliki *predictive relevance*. Artinya, nilai estimasi parameter yang dihasilkan model sesuai dengan nilai observasi atau dinyatakan model struktural *fit* dengan data atau memiliki kesesuaian yang baik.

4.5. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural (*inner model*) adalah melihat hubungan antara konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikansinya (Ghozali, 2011). Prosedur tersebut dilakukan sebagai langkah dalam pengujian hipotesis penelitian yang telah diajukan. Pengujian diperoleh hasil output dari model struktur konstruk *loading factor* yang akan menjelaskan pengaruh konstruk *Service Quality*, Citra Institusi, Kepuasan Masyarakat Kepercayaan Masyarakat.

Pengolahan data digunakan dengan menggunakan alat bantu software *Smart PLS v4.1.0*. Hasil pengolahan data tersebut tampak pada gambar berikut:



Gambar 4.5.
Full Model SEM-PLS

Sumber: Pengolahan data primer dengan *Smart PLS* 4.1.0 (2024)

1.1.1. Uji Multikolinieritas

Sebelum dilakukan uji hipotesis, perlu dilakukan pengujian multikolinieritas. Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Collinierity. Statistics* (VIF) pada inner VIF. Values. Apabila inner VIF < 5 menunjukkan tidak ada multikolinieritas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas

	VIF
Citra institusi -> Kepercayaan masyarakat	1.573
Citra institusi -> Kepuasan masyarakat	1.522
Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	1.770
<i>Service Quality</i> -> Kepercayaan masyarakat	2.048
<i>Service Quality</i> -> Kepuasan masyarakat	1.522

Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF seluruh variabel berada di bawah nilai 5. Artinya, dalam model yang terbentuk tidak dapat adanya masalah multikolinieritas.

1.1.2. Analisis Pengaruh antar Variabel

Pada bagian ini disajikan hasil pengujian hipotesis penelitian yang telah diajukan pada bab sebelumnya. Untuk menentukan suatu hipotesis diterima atau tidak dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan syarat jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Nilai t tabel untuk taraf signifikansi 5% = 1,96. Untuk lebih jelasnya pada bagian di bawah ini.

Hasil pengujian pengaruh masing-masing variabel penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.14 Path Coefficients

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
Citra institusi -> Kepercayaan masyarakat	0.141	2.044	0.041	Diterima
Citra institusi -> Kepuasan masyarakat	0.170	2.139	0.033	Diterima
Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	0.532	8.370	0.000	Diterima
Service Quality -> Kepercayaan masyarakat	0.218	3.024	0.003	Diterima
Service Quality -> Kepuasan masyarakat	0.545	8.272	0.000	Diterima

Sumber: Pengolahan data primer dengan *Smart PLS 4.1.0* (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan PLS di atas, selanjutnya dapat disajikan hasil pengujian masing-masing hipotesis yang diajukan di bab sebelumnya, sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1:

H1: Semakin tinggi Service Quality akan semakin tinggi kepuasan masyarakat.

Pada pengujian hipotesis 1 diperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,545. Nilai tersebut membuktikan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat yang hasilnya juga diperkuat dari hasil uji t yang diperoleh nilai $t_{hitung} (8,272) > t_{tabel} (1,96)$ dan $p (0,000) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap Kepuasan Masyarakat. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ”*Semakin tinggi Service Quality akan semakin tinggi kepuasan masyarakat*” dapat **diterima**.

2. Pengujian Hipotesis 2:

H2: Semakin baik Service Quality akan semakin baik kepercayaan masyarakat terhadap institusi

Pada pengujian hipotesis 2 diperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,218. Nilai tersebut membuktikan *Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Masyarakat yang hasilnya juga diperkuat dari hasil uji t yang diperoleh nilai $t_{hitung} (3,024) > t_{tabel} (1,96)$ dan $p (0,003) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh signifikan *Service Quality* terhadap Kepercayaan Masyarakat. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ”

Semakin baik Service Quality akan semakin baik kepercayaan masyarakat terhadap institusi” dapat **diterima**.

3. Pengujian Hipotesis 3:

H3: Semakin baik citra institusi akan semakin baik kepuasan masyarakat

Pada pengujian hipotesis 3 diperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,170. Nilai tersebut membuktikan Citra Institusi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini juga diperkuat dari hasil uji t yang diperoleh nilai $t_{hitung} (2,139) > t_{tabel} (1,96)$ dan $p (0,033) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan Citra Institusi terhadap Kepuasan Masyarakat. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *”Semakin baik citra institusi akan semakin baik kepuasan masyarakat ”* dapat **diterima**.

4. Pengujian Hipotesis 4:

H4: Semakin baik citra institusi akan semakin baik kepercayaan masyarakat

Pada pengujian hipotesis 4 diperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,141. Nilai tersebut membuktikan Citra Institusi berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Masyarakat. Temuan tersebut diperkuat dengan hasil uji t yang diperoleh nilai $t_{hitung} (2,044) > t_{tabel} (1,96)$ dan $p (0,041) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan Citra Institusi terhadap Kepercayaan Masyarakat. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *”Semakin baik citra institusi akan semakin baik kepercayaan masyarakat ”* dapat **diterima**.

5. Pengujian Hipotesis 5:

H5: Semakin baik kepuasan masyarakat akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat

Pada pengujian hipotesis 5 diperoleh nilai *original sample estimate* sebesar 0,532. Nilai tersebut membuktikan Kepuasan Masyarakat berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Masyarakat yang hasilnya juga diperkuat dari hasil uji t yang diperoleh nilai $t_{hitung} (8,370) > t_{tabel} (1,96)$ dan $p (0,000) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Masyarakat terhadap Kepercayaan Masyarakat. Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan bahwa ” *Semakin baik kepuasan masyarakat akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat* ” dapat **diterima**.

1.1.3. Analisis Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dilakukan untuk melihat pengaruh yang diberikan oleh variabel *Service Quality* dan Citra Institusi terhadap variabel Kepercayaan Masyarakat melalui variabel intervening, yaitu variabel Kepuasan Masyarakat. Hasil uji pengaruh tidak langsung dapat ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.16
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
<i>Service Quality</i> -> Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	0.290	5.290	0.000	Signifikan
Citra institusi -> Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	0.091	2.080	0.038	Signifikan

Sumber : Olah data hasil penelitian, 2024

Sesuai hasil uji pada tabel di atas, diketahui bahwa besarnya pengaruh tidak langsung *Service Quality* terhadap Kepercayaan Masyarakat melalui Kepuasan Masyarakat adalah 0,290 dengan nilai t hitung sebesar 5.290 dan $p=0,000$ ($p<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Masyarakat secara signifikan memediasi pengaruh *Service Quality* terhadap Kepercayaan Masyarakat. Artinya, *Service Quality* yang baik mampu meningkatkan Kepuasan Masyarakat, selanjutnya kepuasan dalam diri masyarakat akan berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian.

Temuan lainnya diketahui bahwa besarnya pengaruh tidak langsung Citra Institusi terhadap Kepercayaan Masyarakat melalui Kepuasan Masyarakat adalah 0,091 dengan nilai t hitung sebesar 2,080 dan nilai signifikansi $p=0,038$ ($p<0,05$). Hasil dari pengujian tersebut berarti bahwa Kepuasan Masyarakat secara signifikan memediasi pengaruh Citra Institusi terhadap Kepercayaan Masyarakat. Artinya, adanya citra institusi yang baik akan memberikan kepuasan bagi masyarakat terhadap institusi kepolisian. Selanjutnya, kepuasan masyarakat tersebut menumbuhkan kepercayaan masyarakat pada kinerja kepolisian.

1.2. Pembahasan

1.2.1. Pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan masyarakat.

Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat yang semakin tinggi *Service Quality* akan semakin tinggi

kepuasan masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurhidayat et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

Variabel *Service Quality* direfleksikan melalui lima indikator utama, yaitu *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, yang masing-masing menggambarkan aspek kualitas layanan. Sementara itu, variabel Kepuasan Masyarakat direfleksikan oleh lima indikator, yaitu: kepuasan terhadap kemudahan persyaratan teknis maupun administratif, kepuasan terhadap kemudahan sistem, mekanisme, dan prosedur baku, kepuasan terhadap kompetensi pelaksana, penanganan pengaduan, saran, dan masukan, serta sarana dan prasarana.

Dari hasil analisis, indikator *Service Quality* dengan nilai loading tertinggi adalah *Reliability*, sedangkan indikator *Kepuasan Masyarakat* dengan nilai loading tertinggi adalah Kepuasan pada kompetensi pelaksana. Temuan ini menunjukkan adanya korelasi positif antara *Reliability* dan Kepuasan pada kompetensi pelaksana, yang berarti semakin tinggi tingkat keandalan (*reliability*) layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan masyarakat terhadap kompetensi pelaksana layanan. Artinya, masyarakat merasa lebih puas ketika layanan yang diberikan dapat diandalkan, tepat waktu, dan konsisten, terutama jika pelaksana menunjukkan kompetensi yang sesuai dengan harapan.

Sebaliknya, indikator *Service Quality* dengan nilai loading terendah adalah *Tangibility*, sementara indikator *Kepuasan Masyarakat* dengan nilai

loading terendah adalah Sarana dan prasarana. Korelasi positif antara kedua indikator ini mengindikasikan bahwa peningkatan aspek *tangibility* seperti fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat terhadap sarana dan prasarana yang disediakan. Artinya, meskipun aspek ini memiliki pengaruh yang relatif lebih kecil dibandingkan indikator lain, perbaikan fasilitas fisik dan infrastruktur tetap penting untuk mendukung kepuasan masyarakat secara keseluruhan.

1.2.2. Pengaruh *Service Quality* terhadap kepercayaan masyarakat terhadap institusi

Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat yang artinya semakin baik *Service Quality* akan semakin baik kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sany yang menyatakan kualitas layanan merupakan factor pemengaruh dalam peningkatan kepercayaan masyarakat (Sany Ayu Citra et al., 2021).

Variabel *Service Quality* direfleksikan melalui lima indikator utama, yaitu *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Sementara itu, variabel *Kepercayaan Masyarakat* direfleksikan melalui tiga indikator, yakni *Ability* (kemampuan), *Benevolence* (kebaikan hati), dan *Integrity* (integritas).

Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator *Service Quality* dengan nilai *loading* tertinggi adalah *Reliability*, sedangkan indikator *Kepercayaan Masyarakat* dengan nilai *loading* tertinggi adalah *Ability*. Hal ini mengindikasikan adanya korelasi positif yang kuat antara *Reliability* dan *Ability*. Dengan kata lain, semakin tinggi keandalan (*Reliability*) dalam memberikan layanan, semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan (*Ability*) penyedia layanan. Artinya, aspek keandalan dalam memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan berkontribusi signifikan terhadap persepsi masyarakat akan kompetensi penyedia layanan.

Sebaliknya, indikator *Service Quality* dengan nilai *loading* terendah adalah *Tangibility*, sementara pada variabel *Kepercayaan Masyarakat* indikator terendah adalah *Benevolence*. Meskipun demikian, hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif antara *Tangibility* dan *Benevolence*. Aspek *tangibility* tercermin seperti fasilitas fisik, peralatan, atau penampilan personel. Semakin baik aspek-aspek nyata (*Tangibility*) dari layanan maka semakin tinggi pula persepsi masyarakat terhadap kebaikan hati (*Benevolence*) dari penyedia layanan. Artinya, elemen fisik atau material dari layanan dapat memperkuat kepercayaan masyarakat melalui aspek empati atau perhatian yang ditunjukkan oleh penyedia layanan.

1.2.3. Pengaruh citra institusi terhadap kepuasan masyarakat

Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat yang artinya bahwa semakin baik citra institusi akan

semakin baik kepuasan masyarakat. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustin Setyawati et al (2018) mengindikasikan bahwa citra institusi RS memiliki dampak yang signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan masyarakat sebagai pasien.

Variabel Citra Institusi tercermin melalui empat indikator utama, yaitu Kepribadian, Reputasi, Nilai, dan Identitas Organisasi. Sementara itu, variabel Kepuasan Masyarakat direfleksikan oleh lima indikator, yaitu kemudahan persyaratan teknis maupun administratif, kemudahan sistem, mekanisme, dan prosedur baku, kompetensi pelaksana, penanganan pengaduan, saran, dan masukan, serta sarana dan prasarana.

Indikator Nilai pada variabel Citra Institusi memiliki nilai loading tertinggi, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap citra institusi secara keseluruhan. Di sisi lain, indikator Kepuasan pada kompetensi pelaksana mencatat nilai loading tertinggi pada variabel Kepuasan Masyarakat, menunjukkan bahwa kompetensi pelaksana menjadi faktor penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat. Hasil ini mengindikasikan adanya korelasi positif antara Nilai dan Kepuasan pada kompetensi pelaksana. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai yang ditanamkan dan dirasakan dari sebuah institusi, semakin tinggi pula kepuasan masyarakat terhadap kompetensi pelaksana. Artinya, institusi yang mampu memprioritaskan nilai-nilai positif cenderung lebih dipercaya dan dihargai oleh masyarakat melalui kinerja para pelaksananya.

Sebaliknya, indikator dengan nilai loading terendah pada variabel Citra Institusi adalah Identitas Organisasi, sedangkan pada variabel Kepuasan Masyarakat adalah Sarana dan Prasarana. Hasil menunjukkan adanya hubungan positif antara Identitas Organisasi dan Kepuasan pada Sarana dan Prasarana. Dengan kata lain, semakin kuat identitas organisasi yang terbangun, semakin tinggi pula kepuasan masyarakat terhadap ketersediaan dan kualitas sarana serta prasarana yang disediakan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cenderung menghubungkan kepercayaan dan identitas yang melekat pada sebuah institusi dengan persepsi terhadap fasilitas yang ditawarkan. Artinya, penguatan identitas organisasi dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat, terutama dalam aspek sarana dan prasarana.

1.2.4. Pengaruh citra institusi terhadap kepercayaan masyarakat

Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat yang artinya semakin baik citra institusi akan semakin baik kepercayaan masyarakat. Hasil ini mengkonfirmasi temuan sebelumnya yang menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap organisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan mereka terhadap institusi tersebut (Syahrini & Ahmad Fadili, 2022).

Variabel Citra Institusi direpresentasikan melalui empat indikator utama, yaitu Kepribadian, Reputasi, Nilai, dan Identitas Organisasi, sementara variabel Kepercayaan Masyarakat direfleksikan oleh tiga indikator, yaitu Kemampuan (ability), Kebaikan Hati (benevolence), dan

Integritas (*integrity*). Analisis menunjukkan bahwa di antara indikator Citra Institusi, Nilai memiliki nilai loading tertinggi, sedangkan pada Kepercayaan Masyarakat, indikator Kemampuan (*ability*) menempati posisi tertinggi. Temuan ini mengindikasikan adanya korelasi positif antara Nilai dalam Citra Institusi dan Kemampuan (*ability*) dalam Kepercayaan Masyarakat. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat Nilai yang dirasakan, maka semakin meningkat pula persepsi masyarakat terhadap Kemampuan (*ability*), yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya institusi untuk terus memperkuat nilai-nilai yang mereka anut dalam rangka meningkatkan kompetensi yang diakui oleh masyarakat.

Di sisi lain, indikator dengan nilai loading terendah untuk Citra Institusi adalah Identitas Organisasi, sedangkan pada Kepercayaan Masyarakat, indikator dengan nilai loading terendah adalah Kebaikan Hati (*benevolence*). Hasil ini menunjukkan adanya korelasi positif antara Identitas Organisasi dan Kebaikan Hati (*benevolence*). Dengan kata lain, semakin kuat Identitas Organisasi, semakin tinggi pula persepsi masyarakat terhadap Kebaikan Hati (*benevolence*). Hal ini menegaskan bahwa identitas organisasi yang jelas dan autentik dapat memperkuat rasa empati serta kepedulian masyarakat terhadap institusi. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat identitas organisasi yang konsisten dan relevan harus menjadi fokus strategis bagi institusi dalam membangun kepercayaan publik.

1.2.5. Pengaruh kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat

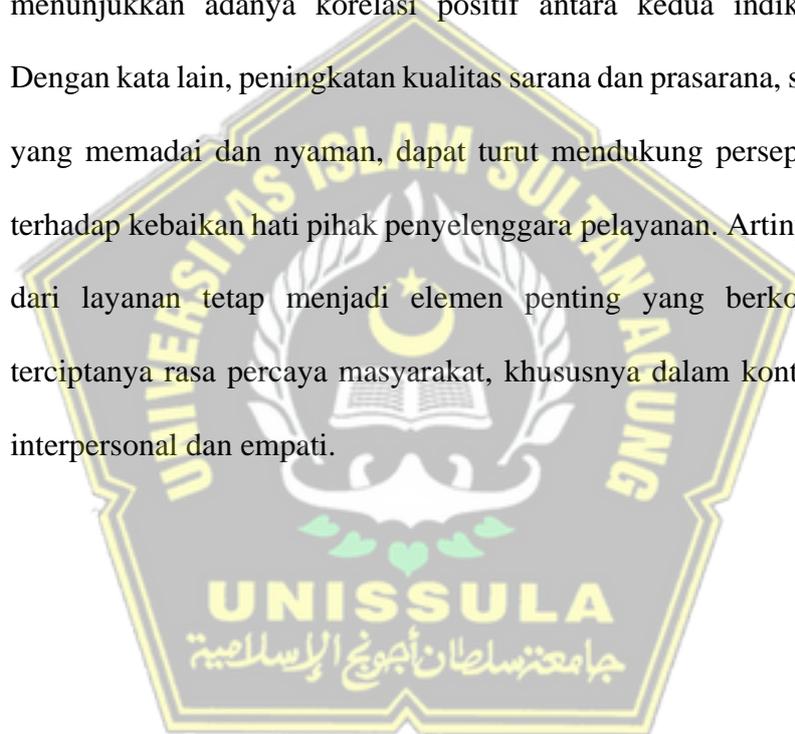
Kepuasan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat yang artinya semakin baik kepuasan masyarakat akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat. Hasil ini mengkonfirmasi temuan sebelumnya yang menegaskan bahwa kepuasan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu institusi atau layanan (Hwang et al., 2022).

Variabel Kepuasan Masyarakat direpresentasikan melalui lima indikator utama, yaitu: kemudahan persyaratan teknis dan administratif yang harus dipenuhi, kemudahan sistem, mekanisme, dan prosedur baku, kepuasan terhadap kompetensi pelaksana, penanganan pengaduan, saran, dan masukan, serta kualitas sarana dan prasarana. Sementara itu, variabel Kepercayaan Masyarakat mencakup tiga indikator, yakni kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).

Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator kepuasan terhadap kompetensi pelaksana memiliki nilai loading tertinggi dalam variabel Kepuasan Masyarakat. Demikian pula, indikator kemampuan (*ability*) memiliki nilai loading tertinggi dalam variabel Kepercayaan Masyarakat. Korelasi positif antara kedua indikator ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepuasan masyarakat terhadap kompetensi pelaksana, semakin besar pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan yang dimiliki. Artinya, keahlian dan kinerja yang profesional dari pelaksana dapat menjadi

faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan.

Di sisi lain, indikator kepuasan terhadap sarana dan prasarana memiliki nilai loading terendah dalam variabel Kepuasan Masyarakat, sementara indikator kebaikan hati (*benevolence*) memiliki nilai loading terendah dalam variabel Kepercayaan Masyarakat. Meski demikian, analisis juga menunjukkan adanya korelasi positif antara kedua indikator tersebut. Dengan kata lain, peningkatan kualitas sarana dan prasarana, seperti fasilitas yang memadai dan nyaman, dapat turut mendukung persepsi masyarakat terhadap kebaikan hati pihak penyelenggara pelayanan. Artinya, aspek fisik dari layanan tetap menjadi elemen penting yang berkontribusi pada terciptanya rasa percaya masyarakat, khususnya dalam konteks hubungan interpersonal dan empati.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh kualitas layanan dan citra institusi terhadap kepuasan masyarakat serta dampaknya terhadap kepercayaan masyarakat. Jawaban atas pertanyaan penelitian adalah :

1. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat yang semakin tinggi *Service Quality* akan semakin tinggi kepuasan masyarakat.
2. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat yang artinya semakin baik *Service Quality* akan semakin baik kepercayaan masyarakat terhadap institusi.
3. Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat yang artinya bahwa semakin baik citra institusi akan semakin baik kepuasan masyarakat.
4. Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat yang artinya semakin baik citra institusi akan semakin baik kepercayaan masyarakat.
5. Kepuasan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat yang artinya semakin baik kepuasan masyarakat akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat.

5.2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini membuktikan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, yang berarti semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula kepuasan masyarakat. Masyarakat merasa puas ketika layanan dapat diandalkan, tepat waktu, dan konsisten, serta pelaksana menunjukkan kompetensi yang sesuai dengan harapan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perbaikan dalam aspek fasilitas fisik dan infrastruktur dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat. Hal ini menggarisbawahi pentingnya investasi dalam aspek fisik untuk mendukung kepuasan secara keseluruhan.

Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat, yang berarti semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan berkontribusi signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang kompetensi penyedia layanan. Peningkatan aspek fisik dari layanan dapat memperkuat persepsi masyarakat terhadap empati dan perhatian penyedia layanan. Hal ini menegaskan pentingnya elemen fisik dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, yang berarti bahwa semakin baik citra institusi, semakin tinggi pula kepuasan masyarakat. Temuan ini mengindikasikan bahwa institusi yang

memprioritaskan nilai-nilai positif cenderung lebih dihargai masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Kemudian, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat menghubungkan kekuatan identitas organisasi dengan persepsi terhadap fasilitas dan layanan yang ditawarkan.

Citra Institusi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat, yang berarti semakin baik citra institusi, semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut. Hasil analisis menggarisbawahi pentingnya institusi dalam memperkuat nilai-nilai yang mereka anut untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kompetensinya. Identitas organisasi yang jelas dan autentik dapat memperkuat rasa empati dan perhatian masyarakat terhadap institusi. Upaya untuk memperkuat identitas organisasi menjadi kunci strategis dalam membangun kepercayaan publik.

Kepuasan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Masyarakat, yang berarti semakin tinggi kepuasan masyarakat, semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap institusi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat terhadap kompetensi pelaksana berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan yang dimiliki oleh institusi. Selain itu hasil juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas dapat memperkuat persepsi masyarakat terhadap empati dan perhatian penyedia layanan. Hal ini menekankan bahwa

aspek fisik dari layanan tetap penting dalam memperkuat rasa percaya masyarakat.

5.3. Implikasi Manajerial

1. Terkait variable *Service Quality*, indikator dengan nilai loading tertinggi pada *Service Quality* adalah *Reliability*, sedangkan yang terendah adalah *Tangibility*. Ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan *Service Quality*, penting untuk mempertahankan keandalan layanan (*Reliability*) dan meningkatkan aspek tangibilitas (*Tangibility*). Upaya ini dapat dilakukan dengan memastikan layanan yang diberikan selalu konsisten dan dapat diandalkan, serta memperbaiki aspek fisik seperti fasilitas dan penampilan staf agar lebih menarik dan mendukung kenyamanan pelanggan.
2. Terkait variable Citra Institusi, indikator dengan nilai loading tertinggi adalah Nilai, sedangkan yang terendah adalah Identitas Organisasi. Untuk meningkatkan Citra Institusi, perlu dipertahankan nilai-nilai positif yang ada dan memperkuat Identitas Organisasi. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun reputasi yang solid melalui implementasi nilai-nilai inti institusi, serta memperjelas dan menonjolkan identitas organisasi yang mencerminkan keunggulan dan tujuan bersama.
3. Terkait variable Kepuasan Masyarakat, indikator dengan nilai loading tertinggi pada Kepuasan Masyarakat adalah Kepuasan pada kompetensi pelaksana, sedangkan yang terendah adalah Sarana dan prasarana. Untuk meningkatkan kepuasan masyarakat, penting untuk mempertahankan kepuasan terkait

kompetensi pelaksana dan memperbaiki kualitas sarana dan prasarana. Upaya ini dapat dilakukan dengan melatih pelaksana agar lebih profesional, serta memperbaiki fasilitas dan infrastruktur guna memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat.

4. Terkait variable Kepercayaan Masyarakat, indikator dengan nilai loading tertinggi pada Kepercayaan Masyarakat adalah Kemampuan (*ability*), sedangkan yang terendah adalah Kebaikan Hati (*benevolence*). Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, penting untuk mempertahankan kemampuan pelayanan dan meningkatkan aspek kebaikan hati. Langkah-langkahnya meliputi peningkatan keterampilan dan kompetensi pelayanan yang profesional, serta menunjukkan perhatian dan empati yang tulus dari pihak penyedia layanan.

5.4. Limitasi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu :

1. Metodologi yang digunakan mengandalkan survei yang bersifat subjektif, sehingga hasilnya dapat dipengaruhi oleh bias responden dan keterbatasan persepsi individu.
2. Generalizabilitas hasil penelitian terbatas karena sampel yang digunakan mungkin tidak mewakili seluruh populasi, sehingga tidak semua hasil dapat digeneralisasikan ke berbagai konteks atau lokasi.
3. Penelitian ini hanya memfokuskan pada indikator utama yang mungkin mengabaikan aspek-aspek lain yang juga dapat memengaruhi *Service*

Quality, Citra Institusi, Kepuasan Masyarakat, dan Kepercayaan Masyarakat.

4. Data yang dikumpulkan bersifat temporal dan spesifik pada periode penelitian, sehingga dapat terpengaruh oleh perubahan jangka panjang atau faktor eksternal di luar periode studi.

5.5. Agenda Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menyarankan beberapa unsur perbaikan untuk penelitian di masa depan diantaranya yaitu :

1. Penggunaan metode yang lebih beragam, seperti pendekatan campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif, guna memberikan pemahaman yang lebih holistik.
2. Penelitian mendatang juga sebaiknya mempertimbangkan variabel tambahan yang dapat memengaruhi hubungan antara *Service Quality*, Citra Institusi, Kepuasan Masyarakat, dan Kepercayaan Masyarakat, seperti faktor eksternal, kebijakan pemerintah, atau pengaruh teknologi.
3. Penelitian longitudinal yang memantau variabel-variabel tersebut dalam jangka waktu lebih lama dapat memberikan wawasan tentang perubahan dan tren yang terjadi seiring waktu.
4. Penelitian juga dapat dilakukan di berbagai lokasi atau sektor industri untuk membandingkan apakah hubungan antar variabel berbeda dalam berbagai konteks.

Daftar Pustaka

- Agustin Setyawati, W., Rifa, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Madani, Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50–63.
- Akbar, A., & Sundoyo. (2021). SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT (SKM) MANFAAT PEMBERIAN LAPTOP UNTUK 1 RT DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA TAHUN 2020. *JEMI*, 21(1), 34–48.
- Alghfeli, A. H., Khalifa, G. S. A., Alareefi, N. A., Alkathiri, M. S., Alsaadi, T. A., & Alneadi, K. M. (2020). *The influence of Service Quality and Trust in Consultant on PMC performance in Public Sector* (Vol. 2, Issue 2). <https://www.city.edu.my/CUeJAR>
- Almeida, M. da G. M. C., & Coelho, A. F. M. (2019). The Antecedents of Corporate Reputation and Image and Their Impacts on Employee Commitment and Performance: The Moderating Role of CSR. *Corporate Reputation Review*, 22(1), 10–25. <https://doi.org/10.1057/s41299-018-0053-8>
- An Tran, M., Nguyen, B., & Bodoh Radley Yeldar, J. (2015). Exploring the corporate image formation process. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18(1), 86–114.
- Bingöl, D., Şener, İ., & Çevik, E. (2013). The Effect of Organizational Culture on Organizational Image and Identity: Evidence from a Pharmaceutical Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 222–229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.489>
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>
- Buck, C., Olenberger, C., Schweizer, A., Völter, F., & Eymann, T. (2021). Never trust, always verify: A multivocal literature review on current knowledge and research gaps of zero-trust. *Computers and Security*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2021.102436>
- Budiastuti, A., ABADI SANOSRA, & ARIK SUSBIANI. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA MELALUI KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember)*.
- Chun, R., Argandoña, A., Choirat, C., & Siegel, D. S. (2019). Corporate Reputation: Being Good and Looking Good. *Business and Society*, 58(6), 1132–1142. <https://doi.org/10.1177/0007650319826520>
- Coyle-Shapiro, Marjo-Riitta Diehl, & Jacqueline AM. (2018). *Social exchange theory: where is trust?. The Routledge Companion to Trust*. (Vol. 1). Routledge.
- Edi Kurniawan, Zulkarnain, & Purwanti Alwie, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Pada Media. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 350–359.

- Embi, M. A. bin, & Widyasari, R. (2013). TEORI DAN MODEL PENGUKURAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KEBERKESANAN SISTEM PELAYANAN PUBLIK. *TINGKAP*, IX(2), 178–192.
- Engkur, & Rianti Nia. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Non Bpjs Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka Putih Tahun 2019. *Jurnal Manajemen STEI*, 02(01).
- Firmansyah, A. C., & Rosy, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Pembuatan E-KTP di Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan)*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/joa>
- Hartanto, D., Dalle, J., Akrim, A., & Anisah, H. U. (2021). Perceived effectiveness of e-governance as an underlying mechanism between good governance and public trust: a case of Indonesia. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 23(6), 598–616. <https://doi.org/10.1108/DPRG-03-2021-0046>
- Herliani Putri Ratnaningsih, Yogi Suprayogi Sugandi, & Indra Aldila Wiradiputra. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUASAN DALAM PEMBUATAN E-KTP DI KECAMATAN COBLONG KOTA BANDUNG. *Journal Publicuho*, 6(1), 106–118. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i1.96>
- Hermawan, W., Budiman, D., & Hutagaol, P. (2016). ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DALAM PENDAFTARAN TANAH PERTAMA KALI PADA KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN BOGOR. In *Jur. Ilm. Kel. & Kons* (Vol. 9, Issue 1).
- Hwang, K. Y., Sung, H., & Shenkoya, T. (2022). *The Mediating and Combined Effects of Trust and Satisfaction in the Relationship between Collaboration and the Performance of Innovation in Industry-Public Research Institute Partnerships*. <https://doi.org/10.3390/s>
- Imam Suchyo, & Grace Tiana Solovida. (2022). Analisis Pengaruh Servicescape Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Tentang Pelayanan Pendaftaran Haji di Kota Semarang). *Jurnal Magisma*, X(2), 215–232.
- Kaur, A., & Singh, B. (2018). Measuring the Immeasurable Corporate Reputation. *Metamorphosis*, 17(1), 53–64. <https://doi.org/10.1177/0972622518778210>
- Kmiecziak, R. (2020). Trust, knowledge sharing, and innovative work behavior: empirical evidence from Poland. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0134>
- Kurniawan, E., & Purwanti Alwie, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Pada Media. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 350–359.
- Kurniawati, E., & Ramli, A. H. (2024). The Influence of Procedural Justice, Organizational Trust, and Organizational Commitment on Work Engagement. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 755–772. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2336>
- Lamsal, B. P., & Kumar Gupta, A. (2022). Citizen Satisfaction with Public Service: What Factors Drive? 78 Citizen Satisfaction with Public Service: What Factors

- Drive? *Policy & Governance Review*, 6(1), 78-89. <https://doi.org/10.30589/pgr>
- Larono, S. R. (2020). ANALISIS SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT PADA PELAYANAN PERIJINAN DI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU (DPMPTSP) KABUPATEN KEPULAUAN TALAUD. *Jemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–33.
- Luk, S. T. K., & Layton, R. (2005). Service skills and service quality: An empirical analysis. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 3(2), 33–60. https://doi.org/10.1300/J171v03n02_02
- Mayasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Desa Paulan, Colomadu, Karanganyar. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 36–44. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.181>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. In *Source: The Academy of Management Review* (Vol. 20, Issue 3).
- Morgan, R. M., & Shelby D. Hunt. (1994). The Commitment Trust Theory of Relations. *Journal of Marketing*, 58, 20–38.
- Munarko, A. (2022). *DETERMINANTS OF SERVICE QUALITY: Efficiency and Workspace*. 2(3), 136–144.
- Nashar. (2020). *Kualitas Pelayanan akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Vol. 1). Duta Media Publishing.
- Nasution, A. S., Nasution, Z., Meisa,), & Nasution, F. (2022). ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI MEDIASI KEPUASAN SISWA PADA LKP FIARA COMPUTER. *Jurnal EK&BI*, 5, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.457>
- Nurhidayat, A., Efendi, B., Fakultas, M., Unversitas, E., & Al-Qur'an Wonosobo, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PUBLIK, RESPONSIVITAS DAN DISIPLIN KERJA PEGAWAI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KANTOR BALAI DESA PURWOSARI KECAMATAN KALIWIRO KABUPATEN WONOSOBO. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2).
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *American Marketing Association*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Park, J., Lee, J., Lee, H., & Truex, D. (2012). Exploring the impact of communication effectiveness on service quality, trust and relationship commitment in IT services. *International Journal of Information Management*, 32(5), 459–468. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.02.005>
- Prakash, G. (2019). Understanding service quality: insights from the literature. In *Journal of Advances in Management Research* (Vol. 16, Issue 1, pp. 64–90). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/JAMR-01-2018-0008>
- Putu, D., Sanjaya, W., & Yasa, N. N. (2018). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Positive Word of Mouth and Corporate Image*. 20, 28–33. <https://doi.org/10.9790/487X-2007022833>

- Rahmasari, A., Wijayanto, G., Kornita, E., & Riau, U. (2022). The Influence Of Service Quality And Brand Image On Patient Decisions In Choosing Delivery At Zainab Mother And Child Hospital Pekanbaru With Trust As A Mediation Variable Pengaruh Service Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Persalinan Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Zainab Pekanbaru Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ratnasari, I. (2016a). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA YANG BERDAMPAK PADA WORD OF MOUTH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG). In *Value Journal of Management and Business* (Vol. 1, Issue 1). www.ptsonline.co.id
- Ratnasari, I. (2016b). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA YANG BERDAMPAK PADA WORD OF MOUTH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG). In *Value Journal of Management and Business* (Vol. 1, Issue 1). www.ptsonline.co.id
- Restiani, I., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Mahasiswa) di Perguruan Tinggi Bandung. *KarismaPro*, 14(1), 43–54. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v14i1.1072>
- Riza Bahtiar Sulistyan, Hafid Aditya Pradesa, & Kasno T. Kasim. (2017). PERAN MEDIASI KEPUASAN PELAYANAN DALAM PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP RETENSI MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7(1), 77–87.
- Sany Ayu Citra, B., Setiono, B., Haposan Pangaribuan, C., & Francisca Lies Ambarwati, M. (2021). The Influence of Service Quality on Public Satisfaction and Public Trust: A Study on Jakarta Public Health Services during COVID-19 Pandemic. In *Management, and Social Studies* (Vol. 1, Issue 1). www.jbms.site
- Schilke, O., Reimann, M., & Cook, K. S. (2021). Trust in Social Relations. *Annual Review of Sociology*, 47, 239-259.
- Schultz, M. (2017). Corporate Reputation from Within. *Corporate Reputation Review*, 20(3–4), 171–172. <https://doi.org/10.1057/s41299-017-0037-0>
- Setyawati, W. A., Rifa, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50-63.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4). <https://doi.org/10.55927/fjas.v1i4.1250>

- Syahrini, G., & Ahmad Fadili, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP KEPUASAN PASIEN PUSKESMAS ADIARSA KARAWANG. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2).
- Thalib, S. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA PENGIRIMAN JNE. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1).
- Valarie A. Zeithaml, A Parasuraman, & Leonard L. Berry. (2000). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. . *Journal of Marketing* .
- Watson, A., Soares Rodrigues, M., & Lee, J. (2023). Government performance, political trust, and satisfaction with democracy in Venezuela, 2016–2017. *Latin American Policy*, 14(2), 267–279. <https://doi.org/10.1111/lamp.12299>
- Zhangming Zhou. (2021). THE INFLUENCE OF PUBLIC TRUST IN LOCAL GOVERNMENT PERFORMANCE EVALUATION ON THE MENTAL PRESSURE OF THE AUDIENCE. *Psychiatria Danubina*, 33(7), 13–469.
- Zia Ibhar, M., Sari, N., Suryani, L., Cantika Putri, T., & Kunci Serqual Kepuasan Masyarakat Kepercayaan Masyarakat, K. (2022). *PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA KANTOR KELURAHAN MUNDAM KECAMATAN MEDANG KAMPAI* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.stia-lk-dumai.ac.id/index.php/>

