

**PENINGKATAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
MELALUI PELAYANAN PRIMA DAN KEPUASAN
PELAYANAN DI KANTOR KPPBC TIPE MADYA
PABEAN A SEMARANG.**

TESIS



Disusun oleh :
FANNY WIRAWAN
NIM 20402400637

**FAKULTAS EKONOMI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

TESIS

**PENINGKATAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
MELALUI PELAYANAN PRIMA DAN KEPUASAN
PELAYANAN DI KANTOR KPPBC TIPE MADYA
PABEAN A SEMARANG**

Disusun oleh:
FANNY WIRAWAN
NIM 20402400637

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
Dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian tesis Program Magister
Manajemen
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Semarang, November 2025

UNISSULA

جامعته سلطان أبجوج الإسلامية

Pembimbing

Prof. Dr. Heru Sulisty, SE, MSi
210493032

LEMBAR PENGUJIAN

**PENINGKATAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
MELALUI PELAYANAN PRIMA DAN KEPUASAN
PELAYANAN DI KANTOR KPPBC TIPE MADYA
PABEAN A SEMARANG**

Disusun oleh:
FANNY WIRAWAN
NIM 20402400637

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal
November 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing

Penguji I

Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE, M.Si
210493032

Penguji II

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen tanggal November 2025.

Ketua Program Pascasarjana

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

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fanny Wirawan
NIM : 20402400637
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “**Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Melalui Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelayanan di Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang**“, 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, November 2025

Pembimbing

Saya yang menyatakan,

Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE, MSi
210493032

Fanny Wirawan
NIM. 20402400637

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fanny Wirawan
NIM : 20402400637
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa tesis dengan judul: **Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Melalui Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelayanan di Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang** 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 ada pelanggaran 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, 20 Februari 2026

Yang menyatakan



Fanny Wirawan
NIM. 20402400637

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antarvariabel dalam model pelayanan publik, khususnya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan dan kepercayaan masyarakat. Populasi penelitian mencakup seluruh SDM di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang, baik ASN maupun Non-ASN, sebanyak 203 orang. Populasi tersebut dipilih karena kesesuaian dengan fokus penelitian serta kemudahan akses dalam memperoleh data. Penentuan ukuran sampel mengacu pada ketentuan minimal lima hingga sepuluh kali jumlah item pertanyaan. Dengan total 15 item pertanyaan, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah minimal 150 responden, sehingga penelitian ini melibatkan 150 masyarakat penerima layanan Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan convenience sampling yang dipilih berdasarkan pertimbangan efisiensi waktu, biaya, dan kemudahan dalam memperoleh responden sesuai kebutuhan penelitian. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5, dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Analisis data dilakukan dengan Partial Least Square (PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel dalam model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Selain itu, pelayanan prima terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Temuan lainnya mengonfirmasi bahwa kepuasan masyarakat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam membangun kepuasan sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi pelayanan.

Kata kunci : pelayanan prima; kepercayaan masyarakat; kepuasan masyarakat

ABSTRACT

This study is an associative explanatory research aimed at analyzing the relationships among variables within a public service model, particularly the influence of excellent service on public satisfaction and trust. The research population consists of all human resources at the Customs and Excise Supervision and Service Office Type Madya Pabean A Semarang, both civil servants (ASN) and non-civil servants (Non-ASN), totaling 203 individuals. This population was selected due to its relevance to the research focus and the accessibility of data collection. The sample size was determined based on the general rule requiring at least five to ten times the number of questionnaire items. With a total of 15 items, the minimum required sample was 150 respondents; therefore, this study involved 150 service users of the Customs and Excise Supervision and Service Office Type Madya Pabean A Semarang.

The sampling technique employed was non-probability sampling using a convenience sampling approach, selected based on considerations of time and cost efficiency and ease of reaching respondents aligned with the research needs. The research instrument used a 1–5 Likert scale ranging from Strongly Disagree to Strongly Agree. Data analysis was carried out using Partial Least Square (PLS) to test the relationships among variables in the research model.

The results indicate that excellent service has a positive and significant effect on public trust. In addition, excellent service is proven to have a positive and significant effect on public satisfaction. Further findings confirm that public satisfaction also has a positive and significant effect on public trust. Overall, this study emphasizes that improving service quality is a key factor in building satisfaction as well as strengthening public trust in service institutions.

Key words : excellent service; public trust; public satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan berbagai rahmat, anugrah, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta sahabat dan keluarganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Melalui Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelayanan Di Kantor Kppbc Tipe Madya Pabean A Semarang”.

Penyusunan Tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan derajat magister pada Program Pascasarjana (S-2) Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung.

Terselesaikannya 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. Heru Sulisty, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah dengan sangat sabar memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, memberikan bimbingan dengan penuh komunikatif, kesabaran, semangat dan keteladanan.
2. Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah dengan sabar memberikan ilmu yang bermanfaat dan sebagai inspirasi dalam pembelajaran.
3. Prof. Nurhidayati, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu serta membimbing penulis serta senantiasa memberikan masukan yang berperan besar dalam kelancaran penyelesaian tugas akhir ini.
4. Prof. Dr. Mutamimah, S.E., M.Si dan Dr. H. Moch Zulfa, MM selaku Dosen Penguji yang memberikan masukan serta arahan yang konstruktif.

5. Para Dosen pada Program Pascasarjana Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu kepada penulis.
6. Segenap pengurus dan staf karyawan Program Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah banyak membantu selama mengikuti pendidikan.
7. Istri tercinta Raras Renji dan anak-anak tersayang : Renata dan Safeeya yang selalu memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis sehingga dapat memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian tesis.
8. Kepala Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang dan semua pihak di KPPBC TMP A Semarang yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dan memberikan petunjuk serta saran dalam penyusunan tesis ini.
9. Rekan-rekan Kelas 80L MM yang telah bersama-sama berjuang dan belajar menyelesaikan studi S2 ini.
10. 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.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Semarang, November 2025
Penulis

Fanny Wirawan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGUJIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Kepuasan Masyarakat.....	8
2.2. Pelayanan Prima.....	10
2.3. Kepuasan Masyarakat.....	12
2.4. Hubungan Antar Variabel.....	13
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Jenis Penelitian.....	17
3.2. Populasi dan Sampel.....	17
3.3. Sumber Data.....	19
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5. Devinisi Operasional Variabel Dan Indikator.....	20
3.6. Tehnik Analisis.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	28
4.1. Deskripsi Responden.....	28

4.2.	Analisis Deskriptif Data Penelitian	31
4.3.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	34
4.4.	Pengujian Goodness of Fit	44
4.5.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	46
4.6.	Pembahasan	52
BAB V PENUTUP		57
5.1.	Kesimpulan Hasil Penelitian	57
5.2.	Implikasi Teoritis	58
5.3.	Implikasi Praktis	60
5.4.	Limitasi Hasil Penelitian	61
5.5.	Agenda Penelitian Mendatang	62
DAFTAR PUSTAKA		64
Lampiran I Kuestioner		69
Lampiran 2. Deskripsi Responden		54
Lampiran 3. Analisis Deskriptif Data Variabel Penelitian		54
Lampiran 4. Full Model PLS		56
Lampiran 5. Outer Model (Model Pengukuran)		57
Lampiran 6. Uji Kesesuaian Model (Goodness of fit)		59
Lampiran 7. Inner Model (Model Struktural)		60



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kepercayaan publik terhadap Pelayanan Prima menjadi salah satu indikator utama dalam menilai efektivitas suatu institusi publik, termasuk dalam lingkup kantor pelayanan bea dan cukai. Kepercayaan ini berperan penting dalam membangun hubungan yang lebih baik antara lembaga dan masyarakat. Pelayanan Prima yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membangun citra positif lembaga di mata publik. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memadai dapat merusak kepercayaan masyarakat dan mempengaruhi citra institusi tersebut. Oleh karena itu, mengukur Pelayanan Prima dan kepuasan publik sangatlah penting untuk menilai kinerja suatu lembaga, terutama lembaga publik seperti Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang.

Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang memegang peranan yang sangat penting dalam tugas pengawasan dan pelayanan di sektor bea dan cukai. Lembaga ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan administratif, tetapi juga sebagai pengawas yang menjaga kelancaran arus barang dan uang yang masuk dan keluar dari wilayah Indonesia, khususnya di Semarang. Dengan tanggung jawab yang besar tersebut, kantor ini dihadapkan pada tantangan untuk memberikan

pelayanan yang cepat, tepat, transparan, dan akuntabel. Pelayanan yang baik dalam hal kecepatan, keakuratan, dan kemudahan akan berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan masyarakat yang berinteraksi dengan lembaga ini.

Keberhasilan Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang dalam memberikan pelayanan yang berkualitas akan sangat bergantung pada bagaimana mereka dapat memenuhi harapan masyarakat. Masyarakat yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga ini. Kepercayaan publik ini, pada gilirannya, dapat memperkuat legitimasi lembaga dan mempererat hubungan antara lembaga dan masyarakat. Namun, jika Pelayanan Prima yang diberikan tidak memadai atau tidak sesuai dengan harapan masyarakat, maka tingkat kepuasan akan menurun dan kepercayaan publik terhadap lembaga ini akan terganggu.

Kepuasan masyarakat terhadap Pelayanan Prima di Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang menjadi hal yang sangat penting karena mencerminkan sejauh mana lembaga ini berhasil dalam menjalankan tugasnya dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai hubungan antara kepercayaan publik terhadap Pelayanan Prima dan tingkat kepuasan masyarakat di Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, serta bagaimana

hal tersebut berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dan citra publik lembaga.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pihak manajemen Kantor KPPBC Tipe Madya Pabean A Semarang dalam merumuskan strategi perbaikan dan inovasi layanan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pelayanan publik, yang pada akhirnya akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga ini.

Selain itu, kepuasan masyarakat menjadi indikator penting dalam menilai Pelayanan Prima yang diberikan (Alumran et al., 2020). Kepuasan masyarakat merupakan data dan informasi yang menggambarkan tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan hasil pengukuran kuantitatif dan kualitatif terhadap pendapat mereka tentang pelayanan yang diterima dari aparatur penyelenggara pelayanan publik. Membangun kepercayaan masyarakat bisa jadi sulit dalam situasi online saat ini dimana hampir semua pelayanan yang diberikan dilakukan dengan berbasis aplikasi (Lapuente & Van de Walle, 2020). Kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaat (Rahman et al., 2021).

Banyak faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Faktor-faktor tersebut meliputi: kepuasan

pelanggan, inovasi produk, dan kinerja organisasi (Fauzan Saputra & Antonio, 2021a).

Banyak faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Faktor-faktor tersebut meliputi: kepuasan pelanggan, inovasi produk, dan kinerja organisasi (Dian Hari Efendi et al., 2022).

Salah satu instrumen multidimensi yang paling umum digunakan untuk menilai kualitas layanan dari sudut pandang konsumen adalah model *Pelayanan Prima gap* (Prakash, 2019). Model ini mengukur kesenjangan Pelayanan Prima dari enam dimensi yaitu. berwujud, daya tanggap, keandalan, empati, jaminan, dan akses. Model SERVQUAL yang disarankan oleh Parasuraman et al (1985) adalah alat yang valid untuk mengukur kualitas layanan di berbagai sektor termasuk bisnis komersial atau industri, nirlaba, dan organisasi milik pemerintah.

Penelitian terkait peran *trust* dalam meningkatkan kepuasan konsumen masih sangat terbatas dan menyisakan beberapa kontroversi diantaranya adalah (Ata et al., 2021) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu penentu kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan online (Rahmawaty et al., 2021). Namun, hasil ini berbeda dengan temuan (Sudaryana, 2020) yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian, penelitian terkait Pelayanan Primaterhadap kepuasan juga masih menyisakan kontroversi. Kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan masyarakat (Herliani Putri Ratnaningsih et al., 2023), Sedangkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Pelayanan Prima tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Kasinem, 2020).

Kinerja pelayanan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen (Khoi, 2019). Sebuah organisasi yang berhasil dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya secara efektif cenderung membangun kepercayaan yang kuat dari masyarakat. Kualitas layanan yang konsisten, transparansi, dan kemampuan untuk memenuhi harapan masyarakat menjadi faktor-faktor kunci dalam membangun kepuasan masyarakat.

Kepercayaan masyarakat tidak hanya mempengaruhi persepsi terhadap kinerja saat ini, tetapi juga membentuk ekspektasi untuk masa depan. Organisasi yang dapat mempertahankan tingkat kinerja yang tinggi dan terus berkomitmen untuk meningkatkan layanan mereka akan lebih mungkin mempertahankan dan memperluas kepercayaan masyarakat seiring waktu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai peran kepercayaan dan Pelayanan Prima terhadap kepuasan masyarakat, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Peningkatan kepercayaan

masyarakat melalui kepuasan dan Pelayanan Prima di KPPBC TMP A Semarang." Pertanyaan penelitian yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh Pelayanan Prima terhadap kepercayaan masyarakat?
2. Bagaimanakah pengaruh Pelayanan Prima terhadap kepuasan masyarakat?
3. Bagaimanakah kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini berdasarkan uraian di atas adalah untuk :

1. Menganalisis dan mengetahui secara empiris Pelayanan Prima terhadap kepercayaan masyarakat.
2. Menganalisis dan mengetahui secara empiris Pelayanan Prima terhadap kepuasan masyarakat.
3. Menganalisis dan mengetahui secara empiris kepuasan masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Kontribusi Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur manajemen sumberdaya

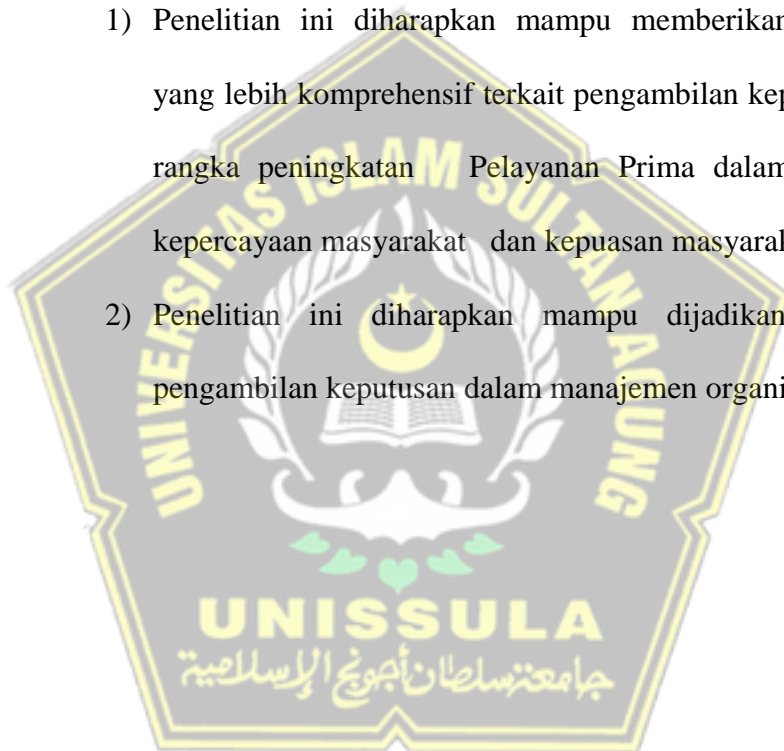
manusia khususnya terkait dengan peran Pelayanan Prima dalam peningkatan kepercayaan masyarakat dan kepuasan masyarakat.

2) Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya terkait tema yang sama.

b. Kontribusi Praktis

1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait pengambilan keputusan dalam rangka peningkatan Pelayanan Prima dalam peningkatan kepercayaan masyarakat dan kepuasan masyarakat.

2) Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan dasar bagi pengambilan keputusan dalam manajemen organisasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepuasan Masyarakat

Teori pertukaran sosial Blau didasarkan pada premis sentral: bahwa pertukaran sumber daya sosial dan material adalah bentuk fundamental dari interaksi manusia (Peter Blau, 1964). Salah satu alasan terjadinya pertukaran didasarkan adanya kepercayaan diantara dua pihak (Wang, 2020). Kepercayaan (*Trust*) adalah kesediaan suatu pihak untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pemberi kepercayaan (Buck et al., 2021). Kepercayaan adalah keadaan psikologis yang terdiri dari niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan positif dari niat atau perilaku orang lain (Kmieciak, 2020a).

Kepercayaan / *trust* dinyatakan sebagai “harapan yang masuk akal dan reaksi positif oleh orang lain dalam menanggapi upaya inovasi individu” (Clegg et al., 2002). Kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka/puas dan bertahan dalam menggunakan suatu produk atau merek (D. Y. Kim & Kim, 2021). Kepercayaan merupakan kesediaan suatu entitas (yaitu, pemberi kepercayaan) untuk menjadi rentan terhadap entitas lain (yaitu, yang diberi amanat) yang menunjukkan bahwa kepercayaan secara luas mengacu pada kesediaan seseorang untuk menjadi rentan terhadap aktor lain (Schilke et al., 2021). Kepercayaan merupakan

kunci untuk memahami dinamika hubungan sosial, sejauh hal itu sering dipandang sebagai perekat yang menyatukan masyarakat (Kmieciak, 2020b).

Tiga konsep kepercayaan adalah (a) *fiducia trust*, yang terkenal karena hubungan asimetris dan peluang yang menyertai penyimpangan; (b) *mutual trust*, yang berkembang di antara individu yang berulang kali berinteraksi satu sama lain; dan (c) *social trust*, yang tertanam di dalam institusi yang kita kenal bersama dan menerima begitu saja (Schilke et al., 2021).

Trust dapat disimpulkan sebagai keyakinan terhadap penyedia layanan publik mengenai kompetensi, integritas, dan niat baik mereka dalam memberikan perawatan. Empat faktor kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Competence, transparency, public interest, honesty* (Johnson, 1999).

- 1) *Competence*. mengukur penilaian responden apakah suatu institusi memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengevaluasi informasi secara akurat dan mengambil tindakan yang tepat.
- 2) *Transparency*/Transparansi, mengukur persepsi keterbukaan komunikasi dari suatu institusi.
- 3) *Public interest* / Kepentingan publik, mengukur sejauh mana responden menganggap suatu institusi bertindak tanpa bias ketika dihadapkan pada norma sosial yang bertentangan.
- 4) *Honesty* / Kejujuran, mengukur sejauh mana institusi jujur tentang risiko.

2.2. Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan atau organisasi tertentu untuk memberikan pelayanan maksimal dengan tujuan agar pelanggan atau masyarakat bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan (Karpen et al., 2015). Secara umum tujuan pelayanan prima yakni memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal (Ratna Sari et al., 2021).

Pelayanan prima adalah layanan yang diberikan kepada konsumen sebagai perpanjangan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan rumah sakit, pembelian dan pendistribusian secara efektif dan efisien (Sihotang et al., 2022). Pelayanan Prima merupakan kombinasi dari kualitas layanan et yang terdiri dari efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, privasi (Fauzan Saputra & Antonio, 2021b).

Parasuraman (Valarie A Zeithaml et al., 2000) 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 (Altuntas & Kansu, 2020). Lima dimensi kualitas layanan adalah

tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zeithaml et al., 2002).

1. *Tangibles* (bukti terukur), menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
2. *Reliability* (keandalan), merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.
4. *Assurance* (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
5. *Empathy* (empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.

Setiap karyawan perlu melayani pelanggan dengan sangat baik untuk budaya pelayanan yang baik secara keseluruhan dari organisasi/lembaga. Oleh karena itu, sikap layanan individu perlu dipertimbangkan untuk manajemen layanan dan inovasi. MyServEx enam dimensi yang diusulkan dan diuji dalam makalah ini mencakup dimensi terkait dan item TQM. Item TQM ditulis ulang agar sesuai dengan pengaturan layanan. Keenam dimensi MyServEx meliputi aspek: pelanggan/diri sendiri, pesaing, koordinasi, kinerja, jangka panjang, dan orientasi layanan (Ho Voon et al., 2021). Kemampuan SDM dalam melakukan pelayanan terhadap konsumennya juga dapat diukur dengan Konsep *excellent service* yang

didasari dengan konsep 3A yaitu; *attitude, attention, dan action* (Karpen et al., 2012).

Pelayanan Prima disimpulkan sebagai proses pengukuran dan evaluasi seberapa baik SDM dalam perusahaan melayani konsumen. Dalam penelitian ini diukur dengan Konsep *excellent service* yaitu *tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* (Zeithaml et al., 2002).

2.3. Kepuasan Masyarakat

Harapan konsumen atau pelanggan didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan di mata konsumen atau pelanggan (Okta Pradita et al., 2020), sementara persepsi konsumen atau pelanggan adalah persepsi tentang kinerja aktual yang diterima oleh konsumen atau pelanggan (W. Kim et al., 2020). Seorang konsumen atau pelanggan dianggap puas jika persepsi mereka tentang kinerja aktual sama dengan harapannya. Kepuasan seseorang adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan terjadi jika barang atau layanan yang dibeli sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas. Jika manfaat yang diperoleh melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas, namun jika manfaat yang dirasakan lebih rendah dari harapan, hal itu dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen.

Kepuasan kosumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Wulandari et al., 2022). Teori ini memegang harapan sebagai dasar, dan kepuasan dievaluasi sebagai proporsi dari perbedaan antara harapan dan pengalaman. Oleh karena itu, kepuasan menunjukkan hubungan terbalik dengan setiap ketidaksesuaian dari harapan, baik positif maupun negatif. Literatur tentang kepuasan konsumen menggambarkan kepuasan melalui sudut pandang keputusan subjektif konsumen, yang berkaitan dengan harapan dan pemahaman definitif mereka tentang produk atau layanan (Wulandari et al., 2022).

Sehingga disimpulkan kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang tentang pelayanan yang mereka terima dari penyedia layanan. Indikator kepuasan masyarakat berdasarkan indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) mencakup kemudahan prosedur, kejelasan persyaratan, kedisiplinan petugas, kemampuan petugas, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan lingkungan.

2.4. Hubungan Antar Variabel

2.4.1. Pengaruh *Pelayanan Prima* terhadap kepuasan masyarakat

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memprediksi kepercayaan secara signifikan (Alghfeli et al., 2020). Kemudian dalam penelitian lain dijelaskan bahwasannya Pelayanan Prima publik yang diberikan oleh pemerintah daerah (kota dan kabupaten) dan

mampu meningkatkan kepuasan warga dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah (Lanin & Hermanto, 2019). Pelayanan Prima terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi kepercayaan masyarakat (Purnomo & Qomariah, 2019). Pelayanan Prima yang baik memberikan dorongan kepada untuk menjalin hubungan yang kuat dengan penyedia jasa (Liga Surydana, 2017)..

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik layanan yang diberikan akan semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat. Maka hypothesis yang diajukan adalah :

H1 : Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik kepercayaan masyarakat.

2.4.2. Pengaruh Pelayanan Prima terhadap kepuasan masyarakat

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan bahwa Pelayanan Prima dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebagaimana Penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan (Rahmawati et al., 2022). Kemudian, penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang kuat dalam meningkatkan kepuasan masyarakat (Herliani Putri Ratnaningsih et al., 2023). Semua dimensi kualitas e-service berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Kurniawan & Purwanti Alwie, 2022). Pelayanan Prima memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan (Alfaruki et al., 2023).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik layanan yang diberikan akan semakin meningkatkan kepuasan. Sehingga dengan demikian maka hypothesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H2 : Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik kepuasan masyarakat.

2.4.3. Pengaruh kepuasan masyarakat pada kepercayaan masyarakat

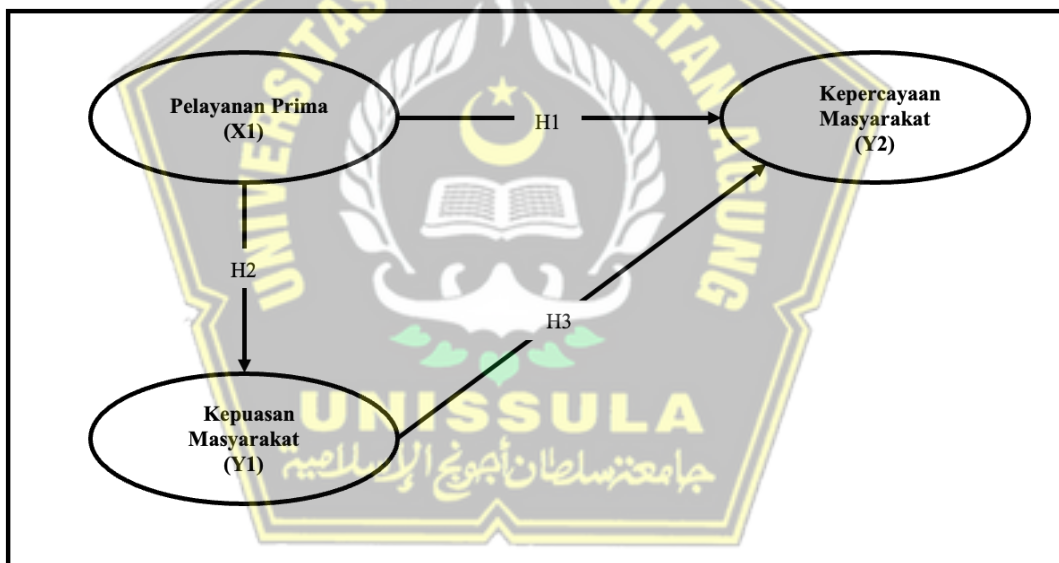
Kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka/puas dan bertahan dalam menggunakan suatu produk atau merek. Banyak faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Faktor-faktor tersebut meliputi: kepuasan pelanggan, inovasi produk, dan kinerja organisasi (Dian Hari Efendi et al., 2022).

Kepuasan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Marwanah & Shihab, 2022). Kemudian, kepuasan konsumen diketahui berpengaruh signifikan terhadap *publik trust* (Sany Ayu Citra et al., 2021). Kepuasan masyarakat memiliki hubungan yang kuat dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat (Lanin & Hermanto, 2019). Kemudian masyarakat juga ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan masyarakat (Gozgor, 2022). Sehingga hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : Semakin tinggi kepercayaan masyarakat maka akan semakin tinggi kepuasan masyarakat.

2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanatori asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengujian hipotesis dengan maksud untuk membenarkan atau memperkuat hipotesis dengan harapan dapat memperkuat teori yang dijadikan landasan. Dalam hal ini adalah menguji pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan Masyarakat dan Kepuasan Masyarakat.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Sampel adalah besaran karakteristik tertentu dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh SDM di Kantor Pengawasan dan Pelayanan *Bea dan Cukai* Tipe Madya Pabean A Semarang baik ASN maupun Non ASN sebanyak 203 SDM. Populasi ini di pilih karena kesesuaian dengan variable dan tema penelitian serta kemudahan untuk mendapatkan data penelitian.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diperlukan untuk mewakili keseluruhan populasi (Ghozali, 2018). Penting untuk memastikan bahwa sampel mencerminkan karakteristik populasi guna mengurangi kesalahan yang terkait dengan pengambilan sampel. Menurut (Hair et al., 2020) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Hair, 2021).

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 15 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $15 \times 10 = 150$ sampel. Sehingga responden pada penelitian ini adalah 150 masyarakat penerima jasa Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang.

Teknik pengambilan sample menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling* (Hair, 2021). *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel sedangkan *Convenience sampling* adalah teknik di mana sampel dipilih berdasarkan ketersediaannya, yaitu sampel diambil karena mudah ditemukan pada tempat dan waktu tertentu (Hair, 2021). Pemilihan teknik *convenience sampling* pada penelitian ini didasarkan

pada pertimbangan efisiensi waktu dan biaya, memudahkan peneliti dalam proses pengumpulan data.

1.3. Sumber Data

Sumber data penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data utama Merupakan data yang diperoleh langsung dari objek (Widodo, 2017). Data utama dari studi ini meliputi: Pelayanan Prima, Kepercayaan Masyarakat dan Kepuasan Masyarakat. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, data tersebut meliputi jumlah pegawai, banyak pelayanan yang diberikan serta bahan referensi yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

1.4. 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 cara menyerahkan lembar kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden terkait pernyataan dalam variabel penelitian Pelayanan Prima, Kepercayaan Masyarakat dan Kepuasan Masyarakat. Pengukuran variabel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner pribadi (*Personality Questionnaires*). Pengumpulan data

dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup. Interval pernyataan dalam penelitian ini adalah 1 – 5 dengan jangkar pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS).

<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 hasil penelitian terdahulu yang sejenis guna mendukung penelitian.
- b. Literature, yang berupa beberapa referensi dari beberapa buku yang sesuai dengan variabel penelitian sehingga dapat mendukung penelitian.

1.5. Devinisi Operasional Variabel Dan Indikator

Berikut definisi operasional variabel yang diteliti adalah Pelayanan Prima, Kepercayaan Masyarakat dan Kepuasan Masyarakat. Adapun masing - masing indikator nampak pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Devinisi Operasional Variabel Dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Kepercayaan masyarakat terhadap penyedia layanan mengenai	1) <i>Competence</i> , 2) <i>Transparency</i> , 3) <i>Public interest</i> , 4) <i>Honesty</i>	(Johnson, 1999)

	integritas, dan niat baik mereka dalam memberikan pelayanan.		
2	Pelayanan Prima proses pengukuran dan evaluasi seberapa baik SDM dalam melakukan pelayanan publik	1) <i>tangibility</i> , 2) <i>reliability</i> , 3) <i>responsiveness</i> , 4) <i>assurance</i> , 5) <i>emphaty</i>	(Parasuraman et al., 1985)
3	Kepuasan masyarakat tingkat perasaan seseorang tentang pelayanan yang mereka terima dari penyedia layanan publik	1) kemudahan prosedur, 2) kejelasan persyaratan, 3) kedisiplinan petugas, 4) kemampuan petugas, 5) kecepatan pelayanan, 6) kenyamanan lingkungan.	(Afrashtehfar et al., 2020)

3.6. Tehnik Analisis

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 kevalidan/teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. PLS merupakan metode analisis yang powerful, 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 struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruknya) 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 Ghazali 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). Berikut ini rumus untuk menghitung AVE:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n SLF_i^2}{\sum_{i=1}^n SLF_i^2 + \sum_{i=1}^n e_i}$$

Keterangan :

AVE : Rerata persentase skor varian yang diekstrasi dari seperangkat variabel laten yang di estimasi melalui loading standarize indikatornya dalam proses iterasi algoritma dalam PLS.

λ : Melambangkan standarize loading factor dan i adalah jumlah indikator.

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 (1995)

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 menginterpretasi 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).

1) *Composite reliability*

Merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk 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 konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

2) *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 dilakukan pengujian yang berbeda. Uji indikator formatif yaitu:

a. Uji *Significance of weight*

Nilai *weight* indikator formatif dengan kontruknya harus signifikan.

b. Uji Multikolinieritas

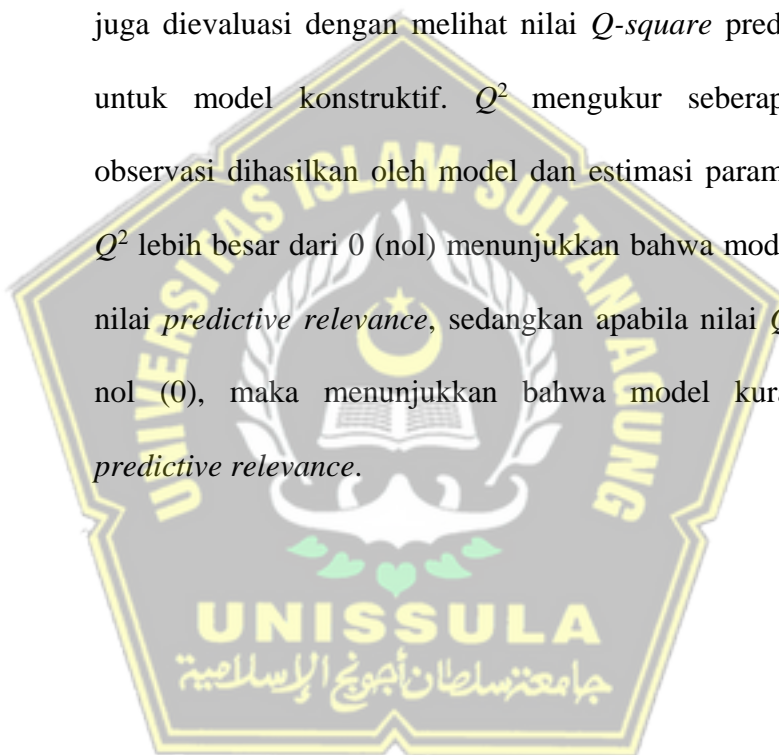
Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multikolinieritas dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5 – 10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multikolinieritas.

4. 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 kontruk 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*.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1. Deskripsi Responden

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat penerima jasa Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang. Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada tanggal 6 sampai 19 Oktober 2025. Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh seluruh kuesioner lengkap dan layak untuk diolah lebih lanjut. Selanjutnya tahap awal dilakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden dengan tujuan menyajikan ringkasan sistematis mengenai karakteristik demografis serta atribut lain yang melekat pada diri responden. Hasil analisis deskriptif terhadap responden akan dipaparkan berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan sebagai berikut.

4.1.1. Jenis Kelamin

Karakteristik masyarakat yang menjadi responden penelitian ini dapat dipaparkan berdasarkan faktor jenis kelamin sebagai berikut.

Tabel 4.1
Data Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	103	68.7
Perempuan	47	31.3
Total	150	100.0

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025.

Berdasarkan Tabel 4.1, terlihat bahwa mayoritas responden merupakan laki-laki sebanyak 103 (68,7%), sedangkan perempuan berjumlah 47 (31,3%). Dominasi responden laki-laki ini dapat mencerminkan bahwa pengguna layanan pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang sebagian besar berasal dari sektor usaha atau aktivitas kepabeanan yang memang banyak dikelola oleh pelaku usaha laki-laki, seperti logistik, ekspor-impor, maupun usaha perdagangan skala menengah. Proporsi ini memberikan gambaran bahwa persepsi dan pengalaman layanan Bea Cukai dalam penelitian ini lebih banyak diwakili oleh kelompok laki-laki, sehingga preferensi layanan, pola komunikasi, dan gaya pelayanan yang dirasakan kemungkinan mengikuti karakteristik umum pengguna dominan tersebut.

4.1.2. Usia

Karakteristik masyarakat yang menjadi responden penelitian ini dapat dipaparkan berdasarkan faktor tingkat usia sebagai berikut.

Tabel 4.2
Data Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
21 - 30 tahun	56	37.3
31 - 40 tahun	58	38.7
41 - 50 tahun	22	14.7
51 - 60 tahun	14	9.3
Total	150	100.0

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025.

Sajian data dalam Tabel 4.2, memperlihatkan bahwa distribusi usia responden cukup merata, dengan dominasi usia produktif. Kelompok 31–40 tahun

mendominasi dengan 58 (38,7%), disusul usia 21–30 tahun sebanyak 56 (37,3%), kemudian usia 41–50 tahun sebanyak 22 (14,7%), dan terakhir kelompok 51–60 tahun sebanyak 14 (9,3%). Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna layanan Bea dan Cukai di Semarang didominasi oleh masyarakat usia produktif yang aktif menjalankan usaha, kegiatan kepebeanaan, atau administrasi perusahaan. Rentang usia produktif cenderung memiliki harapan tinggi terhadap kecepatan, akurasi, dan kepastian layanan publik. Oleh karena itu, tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka menjadi indikator penting terhadap kinerja pelayanan Bea Cukai, mengingat kelompok usia ini memiliki frekuensi dan kebutuhan layanan yang relatif tinggi.

4.1.3. Pendidikan Terakhir

Karakteristik masyarakat yang menjadi responden penelitian ini dapat dipaparkan berdasarkan faktor pendidikan terakhir sebagai berikut.

Tabel 4.3
Data Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA/SMK	70	46.7
Diploma	24	16.0
S1	51	34.0
S2	5	3.3
Total	150	100.0

Sumber : Hasil pengolahan data, 2025.

Tingkat pendidikan responden seperti ditampilkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pengguna layanan memiliki latar belakang pendidikan yang beragam. Kelompok terbesar adalah lulusan SMA/SMK sebanyak 70 (46,7%), diikuti oleh S1 sebanyak 51 (34,0%), kemudian Diploma 24 (16,0%), dan S2 sebanyak 5

(3,3%). Dominasi lulusan SMA/SMK menunjukkan bahwa layanan Bea dan Cukai tidak hanya digunakan oleh kalangan profesional atau akademisi, tetapi juga oleh pelaku usaha operasional seperti pengusaha UMKM, jasa titipan, pekerja logistik, hingga individu yang mengurus dokumen kepabeanan secara langsung. Sementara itu, proporsi pengguna berpendidikan tinggi (S1 dan S2) menggambarkan keterlibatan staf perusahaan, manajer logistik, eksportir, atau konsultan yang terbiasa dengan administrasi perdagangan internasional. Variasi tingkat pendidikan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan Bea Cukai harus mampu menjangkau berbagai kelompok dengan kemampuan pemahaman administratif yang berbeda.

4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner berupa tanggapan responden terhadap variabel dalam penelitian ini. Informasi mengenai kecenderungan responden dalam menanggapi indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dapat dilihat melalui analisis deskriptif. Penjelasan data dilakukan dengan memberikan bobot penilaian pada setiap pernyataan dalam kuesioner.

Penilaian responden dalam kuesioner diberikan dalam skala liker 1-5, yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Cukup Setuju (CS) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Selanjutnya, dari skala tersebut, data akan dikelompokkan menjadi tiga kategori. Untuk menentukan kriteria skor setiap kelompok dapat dihitung sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

Skor tertinggi = 5

Skor terendah = 1

Range = Skor tertinggi – skor terendah = 5 - 1 = 4

Interval kelas = Range / banyak kategori = 4/3 = 1,33

Berdasarkan besaran interval kelas tersebut, maka kriteria dari ketiga kategori tersebut, 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. Hasil perhitungan setiap indikator secara lengkap disajikan berikut:

Tabel 4.4.
Deskripsi Variabel Penelitian

No	Variabel dan indikator	Mean	Standar Deviasi
1	Pelayanan Prima	3.97	
	a. <i>tangibility</i> ,	4.01	0.87
	b. <i>reliability</i> ,	3.95	0.88
	c. <i>responsiveness</i> ,	4.00	0.85
	d. <i>assurance</i> ,	3.92	0.87
	e. <i>emphaty</i>	3.95	0.88
2	Kepuasan masyarakat	4.13	
	a. kemudahan prosedur,	4.17	0.74
	b. kejelasan persyaratan,	4.14	0.71
	c. kedisiplinan petugas,	4.07	0.70
	d. kemampuan petugas,	4.15	0.75
	e. kecepatan pelayanan,	4.11	0.71
	f. kenyamanan lingkungan.	4.17	0.72
3	Kepercayaan masyarakat	4.11	
	a. <i>Competence</i> ,	4.21	0.74
	b. <i>Transparency</i> ,	4.11	0.68
	c. <i>Public interest</i> ,	4.12	0.71
	d. <i>Honesty</i>	4.01	0.77

Sajian data pada Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Pelayanan Prima sebesar 3,97 termasuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa masyarakat menilai kualitas pelayanan yang diberikan Bea

Cukai Semarang sudah baik dan sesuai harapan. Indikator dengan nilai tertinggi adalah tangibility ($X1_1 = 4,01$), menunjukkan bahwa aspek bukti fisik seperti sarana prasarana, fasilitas layanan, kelengkapan ruang pelayanan, dan penampilan petugas dinilai paling baik oleh masyarakat. Hal ini memperlihatkan bahwa lingkungan layanan yang nyaman dan representatif mampu meningkatkan persepsi positif terhadap kinerja instansi. Sebaliknya, indikator dengan nilai terendah adalah assurance ($X1_4 = 3,92$). Meskipun tetap dalam kategori tinggi, nilai ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih menginginkan peningkatan pada aspek jaminan kepastian layanan, seperti kesesuaian informasi, kepastian waktu proses, serta rasa aman dalam berinteraksi dengan petugas. Secara keseluruhan, penilaian yang konsisten tinggi pada seluruh indikator menunjukkan bahwa pelayanan Bea Cukai Semarang secara umum sudah profesional, cepat, dan mampu memenuhi ekspektasi penerima layanan.

Rata-rata Kepuasan Masyarakat sebesar 4,13, termasuk kategori tinggi, menunjukkan bahwa masyarakat merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Indikator dengan nilai tertinggi adalah kemudahan prosedur dan kenyamanan lingkungan, masing-masing memiliki nilai mean 4,17. Hal ini mengindikasikan bahwa prosedur pelayanan dianggap mudah dipahami dan tidak berbelit, sementara suasana ruang pelayanan dinilai nyaman, tertib, dan mendukung proses pelayanan yang efektif. Sementara itu, indikator dengan nilai terendah adalah kedisiplinan petugas dengan nilai mean 4,07. Meskipun masih kategori tinggi, nilai ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih mengharapkan peningkatan pada aspek ketepatan waktu, konsistensi petugas dalam menjalankan

tugas, serta kepatuhan terhadap standar operasional pelayanan. Temuan ini memperlihatkan bahwa Bea Cukai Semarang telah mampu membangun kualitas pelayanan yang memuaskan, tetapi tetap perlu menjaga stabilitas kedisiplinan agar mutu pelayanan tidak bervariasi.

Rata-rata Kepercayaan Masyarakat sebesar 4,11, yang tergolong kategori tinggi, menunjukkan bahwa masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap integritas, kinerja, dan komitmen pelayanan Bea Cukai Semarang. Indikator dengan nilai tertinggi adalah competence ($Y2_1 = 4,21$), yang berarti masyarakat menilai petugas memiliki kompetensi yang baik, mampu memberikan layanan sesuai aturan, memahami prosedur kepabeanan, serta memberikan penjelasan yang jelas dan meyakinkan. Indikator dengan nilai terendah adalah honesty ($Y2_4 = 4,01$). Meskipun masih kategori tinggi, temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat masih menginginkan jaminan lebih terkait transparansi proses, integritas petugas, dan bebas dari potensi penyalahgunaan wewenang. Secara umum, nilai tinggi pada seluruh indikator mencerminkan bahwa Bea Cukai telah berhasil membangun citra institusi yang profesional, bersih, dan dipercaya publik.

4.3. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan menggunakan bantuan program Smart PLS 4.1.0. Menurut Ghozali (2021), SEM-PLS merupakan metode analisis berbasis variance yang dapat digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk laten baik yang bersifat reflektif maupun

formatif. Metode ini tidak mensyaratkan distribusi data normal dan cocok digunakan pada ukuran sampel relatif kecil atau model dengan struktur kompleks. Kelebihan utama PLS-SEM adalah kemampuannya menangani model dengan banyak indikator dan variabel laten sekaligus, serta tetap memberikan hasil estimasi yang stabil meskipun data tidak memenuhi asumsi klasik statistik parametrik.

Hair, et al (2021) menegaskan bahwa evaluasi PLS-SEM berfokus pada dua aspek utama:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model*), yang mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas indikator.
2. Evaluasi Model Struktural (*Structural Model*), yang menilai kekuatan hubungan antar konstruk melalui nilai path coefficient, t-statistics, dan p-values untuk menguji hipotesis.

Dalam penelitian ini 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

Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara skor item dengan skor komponen yang dihitung menggunakan PLS. Suatu indikator dinyatakan memiliki validitas konvergen yang tinggi jika nilai faktor loading lebih dari 0,7 dengan konstruksi yang diukur untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan nilai loading factor

antara 0,6 - 0,7 untuk penelitian yang bersifat exploratory masih dapat diterima serta nilai Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari 0,5.

Evaluasi validitas konvergen (*convergent validity*) pada masing-masing variabel laten, dapat disajikan pada bagian nilai outer loading yang menggambarkan kekuatan indikator dalam menjelaskan variabel laten. Hasil uji validitas konvergen tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Evaluasi Validitas Konvergen Pelayanan Prima (X1)

Pengukuran variabel Pelayanan Prima pada penelitian ini merupakan refleksi dari lima indikator. Nilai loading faktor masing-masing indikator variabel Pelayanan Prima menunjukkan evaluasi model pengukuran outer model. Berikut ditampilkan besaran outer loading bagi konstruk Pelayanan Prima.

Tabel 4.5
Hasil Estimasi Nilai Loading Faktor Indikator Variabel Pelayanan Prima (X1)

Kode	Indikator	Outer loadings	Keterangan
X11	Tangibility,	0.946	Valid
X12	Reliability,	0.955	Valid
X13	Responsiveness,	0.915	Valid
X14	Assurance,	0.948	Valid
X15	Emphaty	0.935	Valid

Sajian data atas menunjukkan seluruh indikator variabel Pelayanan Prima (X1) memiliki nilai loading faktor pada kisaran 0,915 – 0,955. Oleh karena nilai loading tersebut berada di atas angka 0,700, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Pelayanan Prima (X1) mampu dijelaskan secara

baik atau secara convergent dapat disebut valid oleh indikator *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*.

2. Evaluasi Validitas Konvergen Variabel Kepuasan masyarakat

Pengukuran variabel Kepuasan masyarakat pada penelitian ini merupakan refleksi dari enam indikator. Nilai loading faktor masing-masing indikator variabel Kepuasan masyarakat menunjukkan evaluasi model pengukuran outer model. Berikut ditampilkan besaran outer loading bagi konstruk Kepuasan masyarakat.

Tabel 4.6
Hasil Estimasi Nilai Loading Faktor Indikator Variabel Kepuasan masyarakat (Y1)

Kode	Indikator	Outer loadings	Keterangan
Y11	Kemudahan prosedur,	0.839	Valid
Y12	Kejelasan persyaratan,	0.845	Valid
Y13	Kedisiplinan petugas,	0.866	Valid
Y14	Kemampuan petugas,	0.879	Valid
Y15	Kecepatan pelayanan,	0.865	Valid
Y16	Kenyamanan lingkungan.	0.850	Valid

Data yang disajikan di atas menunjukkan seluruh indikator variabel Kepuasan masyarakat (Y1) memiliki nilai loading faktor pada kisaran 0,839 – 0,879. Oleh karena nilai loading tersebut berada di atas angka 0,700, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Kepuasan masyarakat (Y1) mampu dijelaskan secara baik atau secara convergent dapat disebut valid oleh indikator Kemudahan prosedur, Kejelasan persyaratan, Kedisiplinan petugas, Kemampuan petugas, Kecepatan pelayanan, dan Kenyamanan lingkungan.

3. Evaluasi Validitas Konvergen Variabel Kepercayaan masyarakat

Variabel Kepercayaan masyarakat pada penelitian ini diukur dari refleksi empat indikator. Evaluasi model pengukuran (outer model) diidentifikasi dari nilai loading faktor dari setiap indikator variabel Kepercayaan masyarakat Berikut ditampilkan besaran nilai loading bagi variabel Kepercayaan masyarakat.

Tabel 4.7
Hasil Estimasi Nilai Loading Faktor Indikator Variabel Kepercayaan masyarakat (Y2)

Kode	Indikator	Outer loadings	Keterangan
Y2_1	<i>Competence,</i>	0.787	Valid
Y2_2	<i>Transparency,</i>	0.880	Valid
Y2_3	<i>Public interest,</i>	0.910	Valid
Y2_4	<i>Honesty</i>	0.864	Valid

Tabel di atas memperlihatkan besarnya loading faktor setiap indikator untuk variabel Kepercayaan masyarakat (Y2) diperoleh pada kisaran 0,787 – 0,910. Oleh karena nilai loading tersebut berada di atas angka 0,700, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Kepercayaan masyarakat (Y2) mampu dijelaskan secara baik dan valid oleh indikator *Competence*, *Transparency*, *Public interest*, dan *Honesty*.

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen pada masing-masing variabel, dapat dikatakan seluruh indikator yang digunakan dalam model penelitian ini dinyatakan valid, sehingga dapat dipakai sebagai ukuran bagi variabel yang digunakan pada penelitian ini.

4.3.2. Discriminant Validity

Untuk pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan tiga cara yaitu: 1) melihat kriteria Fornell Lacker Criterion yang diketahui dari ukuran *square root of average variance extracted* (AVE) atau akar AVE, 2) melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), dan 3) memeriksa *cross loading*. Hasil pengujian pada masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fornell Lacker Criterion

Pengujian Fornell Lacker Criterion yaitu menguji validitas indikator dengan membandingkan nilai akar *Average Variance Extract* (AVE) dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya.

Tabel 4.8
Nilai Fornell Lacker Criterion

	Kepercayaan masyarakat	Kepuasan masyarakat	Pelayanan Prima
Kepercayaan masyarakat	0.862		
Kepuasan masyarakat	0.811	0.857	
Pelayanan Prima	0.731	0.614	0.940

Keterangan: Nilai yang dicetak tebal adalah nilai akar AVE.

Ketentuan terpenuhinya Uji Fornell-Larcker Criterion yaitu dengan syarat jika akar dari *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar daripada korelasi antar konstruk. Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai akar AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini menandakan bahwa konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria validitas diskriminan yang tinggi, yang berarti hasil analisis data dapat diterima karena nilai yang menggambarkan hubungan antar konstruk berkembang, dan nilai akar AVE memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk. Ini

menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur seluruh konstruk atau variabel laten dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan

2. Hasil Uji *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 4.9
 Nilai Uji Discriminant Validity dengan kriteria *Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
Kepuasan masyarakat <-> Kepercayaan masyarakat	0.890
Pelayanan Prima <-> Kepercayaan masyarakat	0.788
Pelayanan Prima <-> Kepuasan masyarakat	0.645

Sumber: hasil olah data dengan smartPLS 4 (2025)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai-nilai dalam matrik HTMT tidak ada yang melebihi angka 0,9. Artinya, model menunjukkan bahwa evaluasi validitas diskriminan dapat diterima. Dari hasil pengujian validitas diskriminan, dapat

diketahui bahwa syarat uji *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)* telah terpenuhi sehingga semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity* yang baik artinya hasil analisis data dapat diterima.

3. *Cross Loading*

Analisis terhadap cross loading dilakukan untuk melihat besarnya korelasi indikator dengan konstruk laten. Tabel *cross-loading* berikut ini menampilkan hasil dari analisis korelasi konstruk dengan indikatornya sendiri atau dengan indikator lainnya.

Tabel 4.11
 Nilai Korelasi Konstruk dengan Indikator (*Cross Loading*)

	Kepercayaan masyarakat	Kepuasan masyarakat	Pelayanan Prima
X1_1	0.657	0.579	0.946
X1_2	0.711	0.588	0.955
X1_3	0.638	0.535	0.915
X1_4	0.706	0.591	0.948
X1_5	0.718	0.590	0.935
Y1_1	0.757	0.839	0.577
Y1_2	0.674	0.845	0.541
Y1_3	0.667	0.866	0.483
Y1_4	0.722	0.879	0.551
Y1_5	0.659	0.865	0.481
Y1_6	0.680	0.850	0.515
Y2_1	0.787	0.652	0.674
Y2_2	0.880	0.671	0.566
Y2_3	0.910	0.692	0.621
Y2_4	0.864	0.768	0.649

Sumber: hasil olah data dengan smartPLS 4 (2025)

Pengujian diskriminasi validitas dianggap valid apabila nilai korelasi konstruk dengan indikatornya sendiri lebih besar daripada dengan konstruk lainnya, dan jika semua nilai korelasi konstruk dengan indikatornya sendiri dan konstruk lainnya menunjukkan nilai yang positif. Semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria validitas discriminant yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel cross-loading. Atas dasar tersebut, maka hasil analisis data dapat diterima bahwa data memiliki validitas discriminant yang baik.

4.3.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Reliabel menunjukkan bahwa indikator penelitian yang digunakan sesuai dengan kondisi obyek penelitian sebenarnya. Pengukuran uji reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan tiga metode, yaitu :

- a. *Composite Reliability*. Indikator-indikator sebuah konstruk memberikan hasil yang baik yaitu apabila mampu memberikan nilai *composite reliability* bernilai lebih dari 0,70.
- b. *Average Variance Extracted (AVE)*. Kriteria AVE yang berada di atas 0,5 menunjukkan indikator yang membentuk variabel penelitian dikatakan reliabel, sehingga dapat dipergunakan dalam analisis lebih lanjut dalam penelitian.

c. *Cronbach alpha*. Kriteria skor *cronbach alpha* yang lebih dari 0,70 memiliki arti bahwa reliabilitas konstruk yang diteliti tergolong baik (Ghozali, 2014).

Nilai-nilai *composite reliability*, *cronbach's alpha*, dan *AVE* untuk masing-masing konstruk penelitian ini tersaji seluruhnya dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Kepercayaan masyarakat	0.883	0.920	0.743
Kepuasan masyarakat	0.928	0.943	0.735
Pelayanan Prima	0.967	0.974	0.884

Sumber: Olah data Smart PLS 4.1.0 (2025)

Hasil uji reliabilitas masing-masing struktur ditunjukkan pada tabel di atas. Temuan menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* masing-masing konstruk lebih dari 0,7, selanjutnya nilai reliabilitas komposit (*Composite reliability*) masing-masing konstruk lebih dari 0,7, dan nilai AVE masing-masing konstruk lebih dari 0,5,. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang tinggi.

Berdasarkan hasil pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, dan reliabilitas variabel penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat ditarik yaitu indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel laten, seluruhnya dapat dinyatakan sebagai indikator pengukur yang valid dan reliabel.

4.3.4. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas perlu dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Multikolinieritas merupakan kondisi di mana terdapat korelasi yang tinggi atau

sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas dapat menyebabkan ketidaktepatan estimasi parameter mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel hasil. 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
Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	1.606
Pelayanan Prima -> Kepercayaan masyarakat	1.606
Pelayanan Prima -> Kepuasan masyarakat	1.000

Sumber: Olah data Smart PLS 4.1.0 (2025)

Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF seluruh variabel berada di bawah nilai 5. Artinya, dalam model yang terbentuk tidak terdapat adanya masalah multikolinieritas. Dengan demikian analisis dapat dilanjutkan dengan pengujian hipotesis.

4.4. Pengujian Goodness of Fit

Uji Kriteria Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk mengevaluasi model struktural dan model pengukuran. Pengujian GoF dilakukan untuk menguji kebaikan pada model struktural atau *inner model*. Penilaian *inner model* berarti mengevaluasi hubungan antara konstruk laten melalui pengamatan hasil estimasi koefisien parameter jalan dan tingkat signifikansinya (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, uji *goodness of fit* model struktural dievaluasi dengan mempertimbangkan R-square (R²) dan Q² (model relevansi prediktif). Q² menentukan seberapa baik model menghasilkan nilai observasi. Koefisien determinasi (R²) dari semua variabel endogen menentukan Q². Besaran Q²

memiliki nilai dalam rentang dari 0 hingga 1 dan menunjukkan bahwa semakin dekat dengan nilai 1 bermakna semakin baik model yang dibentuk.

4.4.1. R-square (R²)

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R²) untuk kedua variabel endogen.

Tabel 4.14
Nilai Koefisien Determinasi (*R-Square*)

	R-square
Kepercayaan masyarakat	0.744
Kepuasan masyarakat	0.377

Sumber: Olah data Smart PLS 4.1.0 (2025)

Tabel 4.14 di atas memperlihatkan adanya nilai koefisien determinasi (*R-square*) yang diperoleh pada model variabel Kepercayaan masyarakat sebesar 0,744. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel Kepercayaan masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel Pelayanan Prima dan Kepuasan masyarakat sebesar 74,4%, sedangkan sisanya 25,6% diperoleh dari pengaruh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Koefisien determinasi (*R-square*) pada model variabel Kepuasan masyarakat bernilai 0,377. Artinya Kepuasan masyarakat dapat dipengaruhi oleh Pelayanan Prima sebesar 37,7 % dan sisanya 62,3% diperoleh oleh pengaruh dari variabel lainnya yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

4.4.2. Q-Square (Q²)

Nilai Q-Square (Q²) merupakan salah satu uji dalam melihat kebaikan model struktural, yaitu menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai predictive relevance dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model

kurang memiliki *predictive relevance*. Nilai Q² sebesar 0,02; 0,15; dan 0,35 menunjukkan lemah, moderate dan kuat (Ghozali & Latan, 2015). Nilai Q-Square untuk model struktural penelitian ini dapat diperoleh dari hasil perhitungan *blindfolding* PLS sebagai berikut:

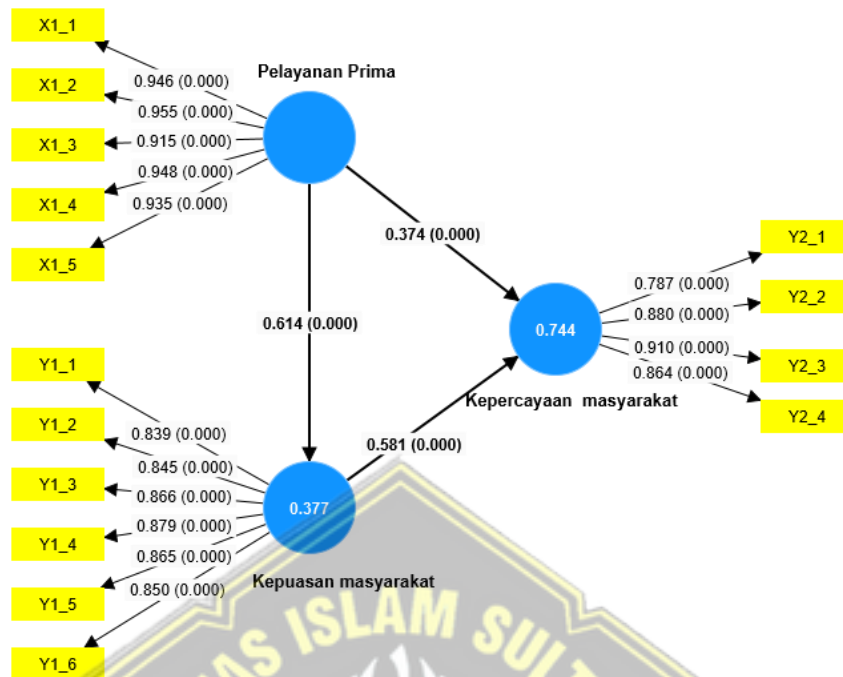
Tabel 4.17
Nilai Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Kepercayaan masyarakat	600.000	274.569	0.542
Kepuasan masyarakat	900.000	656.960	0.270

Perhitungan Q-square (Q²) dihasilkan nilai Q square sebesar 0,542 untuk variabel Kepercayaan masyarakat. Nilai tersebut lebih besar dari 0,35, artinya model memiliki *predictive relevance* yang kuat. Pada variabel Kepuasan masyarakat didapatkan nilai Q square sebesar 0,270. Nilai tersebut lebih besar dari 0,15, artinya model memiliki *predictive relevance* yang cukup kuat. Kedua nilai Q² berada di atas 0, menunjukkan bahwa model struktur mempunyai kesesuaian yang baik atau fit dengan data. Artinya, nilai estimasi parameter yang dihasilkan model sesuai dengan nilai observasi.

4.5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pada analisis model struktural atau inner model dapat dilakukan pengujian hipotesis melalui uji statistik t (*T Statistics*). Dalam hal ini pengolahan data digunakan dengan berbantuan perangkat lunak *SmartPLS* v4.1.0. Hasil pengolahan data tersebut tampak pada gambar berikut:



Gambar 4.1.
Inner Model SEM-PLS
 Sumber: Hasil pengolahan data dengan *Smart PLS 4.0* (2025)

Hasil uji dapat dilihat dari output model struktural pada signifikansi *loading factor* yang menjelaskan pengaruh konstruk Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan masyarakat melalui mediasi Kepuasan masyarakat sebagai variabel intervening.

4.5.1. Analisis Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau tidak. Prosedur pengujian dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel, dengan asumsi bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel. Nilai t tabel untuk taraf signifikansi 5% adalah 1,96. Tabel berikut menunjukkan hasil uji pengaruh antar variabel dengan menggunakan analisis *Partial Least Square*.

Tabel 4.18
Path Coefficients Pengaruh Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	0.581	0.582	0.056	10.472	0.000
Pelayanan Prima -> Kepercayaan masyarakat	0.374	0.373	0.057	6.578	0.000
Pelayanan Prima -> Kepuasan masyarakat	0.614	0.616	0.053	11.513	0.000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan *Smart PLS 4.1.0* (2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan di atas, selanjutnya dapat dijelaskan pengujian untuk setiap hipotesis penelitian, yaitu:

1. Pengujian Hipotesis 1

Pada pengujian hipotesis 1 diperoleh nilai original sample estimate pengaruh pelayanan prima terhadap Kepercayaan masyarakat sebesar 0,374. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Pelayanan Prima berpengaruh positif terhadap Kepercayaan masyarakat. Hasil ini juga diperkuat oleh nilai uji t yang diperoleh sebesar $6,578 > t$ tabel 1,96 serta nilai signifikansi $p(0,000) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa " *Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik kepercayaan masyarakat* " dapat **diterima**.

2. Pengujian Hipotesis 2:

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai original sample estimate pengaruh pelayanan prima terhadap Kepuasan masyarakat sebesar 0,614.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa Pelayanan Prima memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan masyarakat. Nilai uji t sebesar $11,513 > t$ tabel 1,96 serta nilai signifikansi $p (0,000) < 0,05$, sehingga terbukti terdapat pengaruh positif dan signifikan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan masyarakat. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa "*Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik kepuasan masyarakat*" dapat **diterima**.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai original sample estimate pengaruh Kepuasan masyarakat terhadap Kepercayaan masyarakat sebesar 0,518, yang berarti Kepuasan masyarakat berpengaruh positif terhadap Kepercayaan masyarakat. Hasil tersebut diperkuat dengan nilai uji t sebesar $10,472 > t$ tabel 1,96 serta nilai signifikansi $p (0,000) < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa Kepuasan masyarakat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa "*Semakin tinggi kepuasan masyarakat maka akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat*" dapat **diterima**.

Ringkasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan secara menyeluruh pada tabel 4.19.

Tabel 4.19
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

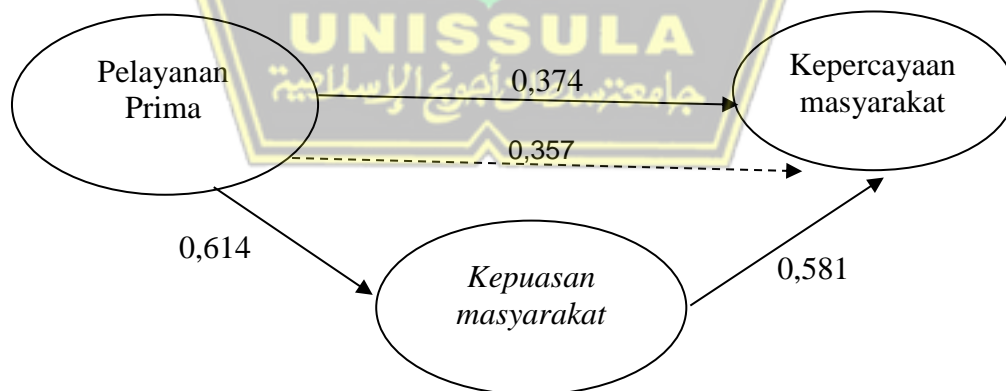
Hipotesis	Nilai t	Nilai p	Kesimpulan
H1 <i>semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik Kepercayaan masyarakat</i>	6.578	0.000	Diterima

H2 <i>semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik kepuasan masyarakat</i>	11.513	0.000	Diterima
H3 <i>semakin tinggi kepuasan masyarakat maka akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat</i>	10.472	0.000	Diterima

Keterangan: Hipotesis diterima apabila $t > 1,96$ dan $p \text{ value} < 0,05$
 Sumber : Hasil pengolahan data dengan *Smart PLS 4.1.0* (2025)

4.5.2. Analisis Pengaruh Tidak Langsung Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan masyarakat melalui mediasi Kepuasan masyarakat

Pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dalam hal ini dilakukan untuk melihat pengaruh yang diberikan oleh variabel Pelayanan Prima terhadap variabel Kepercayaan masyarakat secara tidak langsung melalui variabel intervening, yaitu variabel Kepuasan masyarakat. Pengaruh tersebut digambarkan pada diagram jalur berikut:



Gambar 4.2.
Koefisien Jalur Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan masyarakat melalui Kepuasan masyarakat

Keterangan :

- > pengaruh langsung
- - - - -> pengaruh tidak langsung

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung dari hasil perhitungan dengan smartPLS dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.16
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Original sample	T statistics	P values	Keterangan
Pelayanan Prima -> Kepuasan masyarakat -> Kepercayaan masyarakat	0.357	8.107	0.000	Signifikan

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *Smart PLS 4.1.0* (2025)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur pengaruh mediasi Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan masyarakat melalui Kepuasan masyarakat adalah sebesar 0,357. Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan masyarakat melalui peningkatan Kepuasan masyarakat masyarakat. Pengaruh ini diperkuat oleh nilai uji t sebesar $8,107 > t$ tabel 1,96 dan nilai signifikansi $p (0,000) < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh mediasi tersebut signifikan. Artinya, pelayanan prima memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat melalui Kepuasan masyarakat.

Pelayanan prima yang diberikan oleh Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang berperan penting dalam membentuk kepuasan masyarakat, karena kualitas layanan yang cepat, ramah, transparan, dan profesional mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pengguna jasa. Ketika masyarakat merasa bahwa prosedur jelas, petugas responsif, serta tidak ada hambatan dalam proses

pelayanan, mereka akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan ini selanjutnya menjadi dasar munculnya kepercayaan masyarakat, karena pengalaman positif yang konsisten membuat mereka menilai bahwa Bea Cukai adalah instansi yang kredibel, adil, serta dapat diandalkan. Dengan demikian, pelayanan prima tidak hanya berdampak langsung dalam meningkatkan pengalaman layanan, tetapi juga secara tidak langsung memperkuat kepercayaan masyarakat melalui peningkatan kepuasan sebagai variabel mediasi.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh pelayanan prima terhadap Kepercayaan masyarakat

Penelitian ini membuktikan pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan masyarakat. Hasil ini juga diperkuat oleh Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memprediksi kepercayaan secara signifikan (Alghfeli et al., 2020).

Pelayanan Prima pada penelitian ini diukur dari refleksi lima indikator yaitu indikator *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*. Lima aspek ini terbukti mampu meningkatkan Kepercayaan masyarakat yang pada penelitian ini diukur dari refleksi empat indikator yaitu indikator *Competence*, *Transparency*, *Public interest*, dan *Honesty*.

Variabel Pelayanan Prima menunjukkan bahwa *Reliability* merupakan indikator dengan nilai outer loading tertinggi, sedangkan pada Variabel Kepercayaan Masyarakat, indikator dengan nilai tertinggi adalah *Public*

Interest. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat reliabilitas layanan maka semakin besar pula minat dan perhatian publik terhadap institusi tersebut. Artinya, pelayanan yang dapat diandalkan membangun persepsi positif masyarakat, sehingga masyarakat merasa yakin bahwa layanan yang diberikan stabil, akurat, dan dapat dipercaya, yang pada akhirnya meningkatkan ketertarikan publik untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Di sisi lain, indikator dengan nilai outer loading terendah pada Pelayanan Prima adalah Responsiveness, sementara indikator dengan nilai terendah pada Kepercayaan Masyarakat adalah Competence. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan responsivitas berkontribusi pada peningkatan persepsi kompetensi institusi. Artinya, semakin cepat dan tanggap pelayanan diberikan, semakin kuat pula keyakinan masyarakat bahwa aparatur memiliki kemampuan, pengetahuan, dan profesionalisme yang memadai. Dengan demikian, responsivitas yang baik bukan hanya meningkatkan kualitas interaksi layanan, tetapi juga memperkuat pencitraan kompetensi lembaga di mata publik.

4.6.2. Pengaruh pelayanan prima terhadap Kepuasan masyarakat

Penelitian ini membuktikan pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan masyarakat. Hasil ini juga diperkuat oleh Penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan (Rahmawati et al., 2022).

Pelayanan Prima pada penelitian ini diukur dari refleksi lima indikator

yaitu indikator *Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*. Lima aspek ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan masyarakat yang dalam penelitian ini diukur dari enam indikator yaitu indikator Kemudahan prosedur, Kejelasan persyaratan, Kedisiplinan petugas, Kemampuan petugas, Kecepatan pelayanan, dan Kenyamanan lingkungan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa indikator utama yang paling merepresentasikan variabel Pelayanan Prima adalah *Reliability*, sementara variabel Kepuasan Masyarakat paling kuat tercermin melalui indikator *Kemampuan petugas*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin konsisten, tepat, dan dapat diandalkannya layanan yang diberikan, maka semakin baik pula kompetensi dan profesionalisme petugas dalam memberikan pelayanan. Dengan kata lain, pelayanan yang dapat dipercaya akan mendorong petugas untuk bekerja lebih terampil, akurat, dan efektif sehingga menghasilkan tingkat kepuasan masyarakat yang lebih tinggi. Artinya, reliabilitas bukan hanya menjadi standar kualitas layanan, tetapi juga menjadi fondasi yang memperkuat performa petugas dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat.

Sementara itu, indikator dengan kontribusi paling rendah dalam variabel Pelayanan Prima adalah *Responsiveness*, dan pada variabel Kepuasan Masyarakat adalah *Kemudahan prosedur*. Hubungan ini menunjukkan bahwa ketika kemampuan petugas untuk merespons secara cepat, tanggap, dan proaktif meningkat, maka persepsi masyarakat

terhadap kemudahan menjalani prosedur pelayanan juga akan ikut membaik. Dengan kata lain, peningkatan ketanggapan petugas dapat mengurangi persepsi kerumitan prosedur, mempercepat alur pelayanan, dan membuat masyarakat merasa proses yang dijalani lebih sederhana dan tidak membebani. Artinya, meskipun kontribusi keduanya paling rendah, peningkatan responsiveness tetap memiliki potensi signifikan untuk memperbaiki persepsi kemudahan prosedur dan memperkuat pengalaman pelayanan secara keseluruhan.

4.6.3. Pengaruh Kepuasan masyarakat terhadap Kepercayaan masyarakat

Penelitian ini membuktikan Kepuasan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan masyarakat. Hasil ini juga diperkuat oleh Penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kepuasan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Marwanah & Shihab, 2022).

Kepuasan masyarakat dalam penelitian ini diukur dari enam indikator yaitu indikator Kemudahan prosedur, Kejelasan persyaratan, Kedisiplinan petugas, Kemampuan petugas, Kecepatan pelayanan, dan Kenyamanan lingkungan. Lima aspek ini terbukti mampu meningkatkan Kepercayaan masyarakat yang pada penelitian ini diukur dari refleksi empat indikator yaitu indikator *Competence, Transparency, Public interest*, dan *Honesty*.

Kepuasan masyarakat menunjukkan nilai outer loading tertinggi pada indikator Kemampuan petugas, sementara variabel Kepercayaan masyarakat memiliki nilai outer loading tertinggi pada indikator Public

interest. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan petugas secara langsung memperkuat minat dan perhatian publik terhadap institusi. Artinya, semakin tinggi kompetensi petugas dalam memberikan pelayanan, semakin besar pula kepercayaan dan ketertarikan masyarakat untuk berinteraksi serta mengandalkan layanan tersebut.

Di sisi lain, indikator dengan nilai outer loading terendah dalam variabel Kepuasan masyarakat adalah Kemudahan prosedur, sedangkan pada variabel Kepercayaan masyarakat yang terendah adalah indikator Competence. Hubungan ini menunjukkan bahwa penyederhanaan prosedur pelayanan dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kompetensi institusi. Artinya, semakin mudah prosedur pelayanan diakses dan dipahami, semakin kuat pula keyakinan masyarakat bahwa institusi memiliki kemampuan profesional yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan publik.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkap bahwa pelayanan prima tidak hanya berdampak pada peningkatan kepuasan masyarakat, tetapi juga berkontribusi secara langsung maupun melalui jalur tidak langsung dalam memperkuat kepercayaan publik. Dengan demikian, peningkatan mutu pelayanan menjadi langkah strategis bagi institusi publik untuk membangun hubungan yang lebih solid, dapat dipercaya, dan berkelanjutan dengan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan prima memegang peranan penting dalam membentuk penilaian dan persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh institusi publik. Adapun simpulan pembuktian hipotesis adalah :

1. Pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin besar pula keyakinan masyarakat terhadap kompetensi dan integritas institusi.
2. Pelayanan prima juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Artinya, peningkatan kualitas layanan secara langsung meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat sebagai penerima layanan.
3. Kepuasan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman

pelayanan yang memuaskan menjadi fondasi penting dalam membangun kepercayaan publik, karena masyarakat menilai institusi sebagai pihak yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka secara konsisten.

5.2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat keterkaitan antara pelayanan prima, kepuasan masyarakat, dan kepercayaan publik dalam satu model hubungan yang saling memengaruhi. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak hanya berdampak pada kepuasan, tetapi juga membentuk kepercayaan yang lebih mendalam terhadap institusi. Penelitian ini memberikan implikasi terhadap teori manajemen sumberdaya penelitian diantaranya adalah :

1. Temuan penelitian ini secara teoritis memperkuat pemahaman bahwa pelayanan prima merupakan determinan penting dalam membentuk kepercayaan masyarakat. Hasil yang menunjukkan bahwa ketika layanan dapat diandalkan, masyarakat membangun persepsi positif dan menilai institusi sebagai pihak yang stabil, akurat, dan pantas dipercaya. Penelitian ini juga memperluas pemahaman mengenai peran responsiveness dalam pelayanan publik. Meskipun memiliki nilai kontribusi terendah, temuan bahwa responsivitas meningkatkan persepsi kompetensi institusi memberikan dukungan teoritis terhadap pandangan bahwa kemampuan petugas untuk merespons dengan cepat dan tepat merupakan sinyal penting dari profesionalisme. Responsiveness, meskipun

sering dianggap elemen operasional, terbukti memiliki implikasi strategis dalam membentuk citra kompetensi lembaga.

2. Temuan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat memberikan kontribusi teoritis pada literatur service quality yang menempatkan reliabilitas sebagai fondasi kepuasan pelanggan. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat model yang menyatakan bahwa layanan yang konsisten, tepat, dan dapat diandalkan tidak hanya meningkatkan kualitas persepsi masyarakat, tetapi juga mendorong profesionalisme petugas. Dengan demikian, kepuasan terbentuk bukan hanya dari keterpenuhan kebutuhan masyarakat, tetapi juga melalui pengalaman terhadap performa petugas yang semakin kompeten dan menekankan pada simplifikasi proses pelayanan dan peningkatan evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan.
3. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat berpengaruh positif terhadap kepercayaan masyarakat menjelaskan bahwa peningkatan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan tidak hanya menghasilkan pengalaman pelayanan yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan minat dan perhatian publik terhadap institusi. Penelitian ini menegaskan bahwa penyederhanaan prosedur merupakan komponen kunci yang meningkatkan persepsi kompetensi organisasi. Dengan prosedur yang lebih mudah diakses dan dipahami, masyarakat menilai institusi sebagai lebih profesional dan mampu memenuhi kebutuhan publik secara efektif.

5.3. Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari temuan ini menegaskan perlunya strategi peningkatan yang terfokus pada area terlemah dari setiap variabel sekaligus mempertahankan kekuatan yang telah ada. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh, memperkuat kepuasan masyarakat, dan pada akhirnya membangun kepercayaan publik yang lebih kokoh terhadap institusi. Dengan demikian untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat maka Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Semarang diharapkan dapat :

1. Pada variabel Pelayanan Prima, indikator dengan kontribusi tertinggi adalah Reliability, sedangkan kontribusi terendah terdapat pada Responsiveness. Secara praktis, temuan ini mengarahkan manajemen untuk mempertahankan standar reliabilitas yang sudah berjalan baik, terutama terkait konsistensi, ketepatan, dan kemampuan petugas dalam memenuhi janji layanan. Di sisi lain, peningkatan signifikan perlu difokuskan pada penguatan responsivitas petugas melalui pelatihan kesiapan, peningkatan waktu tanggap, sistem antrian yang lebih cepat, serta mekanisme monitoring respons pelayanan agar kemampuan petugas dalam merespons kebutuhan masyarakat dapat meningkat secara nyata.
2. Pada variabel Kepuasan Masyarakat, indikator dengan nilai outer loading tertinggi adalah Kemampuan Petugas dan yang terendah adalah Kemudahan Prosedur. Hal ini memberi implikasi bahwa kemampuan

petugas dalam memberikan pelayanan sudah berada pada tingkat yang memadai dan perlu terus dipertahankan melalui program pengembangan kompetensi secara berkala. Sementara itu, penyederhanaan dan percepatan prosedur menjadi area prioritas untuk ditingkatkan. Institusi perlu meninjau ulang alur pelayanan agar lebih ringkas, memperluas penggunaan teknologi digital untuk meminimalkan birokrasi, serta menyediakan panduan layanan yang jelas, mudah diakses, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

5.4. Limitasi Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil dan dalam mengarahkan penelitian selanjutnya.

1. Beberapa indikator dalam penelitian ini menunjukkan nilai outer loading yang relatif rendah, seperti Responsiveness, Kemudahan Prosedur, dan Competence. Nilai yang rendah ini dapat dipengaruhi oleh persepsi responden yang bervariasi, kondisi pelayanan yang tidak seragam, atau faktor teknis dalam pengisian kuesioner.
2. Penelitian ini menggunakan metode survei yang mengandalkan persepsi masyarakat sebagai sumber data utama. Pendekatan ini rentan terhadap bias subjektivitas, misalnya bias pengalaman pribadi, bias ingatan, atau bias harapan terhadap institusi. Hal ini dapat memengaruhi tingkat akurasi dalam merepresentasikan kondisi pelayanan yang sesungguhnya.

3. Penelitian ini dilakukan dalam konteks institusi dan wilayah tertentu sehingga hasilnya mungkin tidak dapat secara langsung digeneralisasikan ke institusi pelayanan publik lainnya yang memiliki karakteristik, budaya organisasi, atau standar layanan yang berbeda.
4. Desain penelitian yang bersifat potong lintang (cross-sectional) hanya menangkap kondisi pada satu titik waktu sehingga tidak dapat menjelaskan perubahan atau perkembangan kualitas pelayanan, kepuasan, maupun kepercayaan masyarakat dalam jangka panjang.

5.5. Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan limitasi penelitian yang ada maka agenda penelitian selanjutnya disarankan untuk :

1. Melakukan pengujian kembali terhadap indikator-indikator yang memiliki nilai outer loading rendah, seperti Responsiveness, Kemudahan Prosedur, dan Competence. Agenda ini dapat melibatkan perbaikan instrumen pengukuran, eksplorasi indikator baru, atau pendekatan kualitatif untuk menggali secara lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya kontribusi indikator tersebut.
2. Memperluas cakupan lokasi dan konteks institusi untuk meningkatkan daya generalisasi hasil penelitian. Melibatkan berbagai jenis unit pelayanan publik dengan karakteristik yang berbeda akan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor penentu kepuasan dan kepercayaan masyarakat.

3. Menggunakan desain longitudinal untuk memantau perubahan reliabilitas, responsivitas, kepuasan, dan kepercayaan masyarakat dari waktu ke waktu. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami pola dinamika hubungan antarvariabel dan mengetahui bagaimana intervensi manajerial berdampak dalam jangka panjang.
4. Mengintegrasikan metode campuran (mixed methods) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih kaya. Survei kuantitatif dapat dilengkapi dengan wawancara atau observasi untuk menangkap realitas pelayanan secara lebih faktual dan kontekstual.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrashtehfar, K. I., Assery, M. K. A., & Bryant, S. R. (2020). Patient Satisfaction in Medicine and Dentistry. In *International Journal of Dentistry* (Vol. 2020). Hindawi Limited. <https://doi.org/10.1155/2020/6621848>
- Alfaruki, D., Apep Mustofa, M., Faroji, R., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki dengan Kepuasan Sebagai Intervening Variabel. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik* (Vol. 1, Issue 1).
- 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>
- Altuntas, S., & Kansu, S. (2020). An innovative and integrated approach based on SERVQUAL, QFD and FMEA for service quality improvement: A case study. *Kybernetes*, 49(10), 2419–2453. <https://doi.org/10.1108/K-04-2019-0269>
- Alumran, A., Hanadi Almutawa, & Zainab al Zain. (2020). Comparing public and private hospitals' service quality. *Journal of Public Health : From Theory to Practice*, 29(1), 839–845.
- Ata, S., Baydas, A., & Yasar, M. E. (2021). The Relationship Between Determinants of Shopping Sites and Customer E-Trust, Purchase Intention, Satisfaction, and Repurchase. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 324–349. <https://doi.org/10.37880/cumuiibf.979417>
- 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>
- Clegg, C. W., Unsworth, K. L., And Epitropaki, O., Parker, & Giselle. (2002). Implicating trust in the innovation process. In *Journal of Occupational and Organizational Psychology* (Vol. 75, Issue 4). <http://eprints.qut.edu.au>
- Dian Hari Efendi, Abadi Sanosra, Eko Budi Satoto, & Nurul Qomariah. (2022). Increasing Community Trust and Satisfaction Based on Organizational Performance and Local Government Innovation. *JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES*, 5(9). <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i9-20>
- Fauzan Saputra, M., & Antonio, F. (2021a). THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY (AN EMPIRICAL STUDY ON ONLINE SYARIAH BANKING IN INDONESIA). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 8(2), 533–554.
- Fauzan Saputra, M., & Antonio, F. (2021b). THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS

IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY (AN EMPIRICAL STUDY ON ONLINE SYARIAH BANKING IN INDONESIA). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 8(2), 533–554.

- Ghozali. (2018). *Metode penelitian*. 35–47.
- Gozgor, G. (2022). Global Evidence on the Determinants of Public Trust in Governments during the COVID-19. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 559–578. <https://doi.org/10.1007/s11482-020-09902-6>
- Hair, J. F. (1995). *MultiVariate Data Analysis*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Hair, J. F. (2021). Next-generation prediction metrics for composite-based PLS-SEM. *Industrial Management and Data Systems*, 121(1), 5–11. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0505>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- 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>
- Ho Voon, B., C Voon, J. E., & Kiat Teo, A. (2021). Individual Service Excellence for Better Performance: Evidences from MUET Students. *Journal of Creative Practices in Language Learning and Teaching (CPLT)*, 9(2), 126–139.
- Johnson, B. B. (1999). Exploring dimensionality in the origins of hazard-related trust. *Journal of Risk Research*, 2(4), 325–354. <https://doi.org/10.1080/136698799376763>
- Karpen, I. O., Bove, L. L., & Lukas, B. A. (2012). Linking Service-Dominant Logic and Strategic Business Practice: A Conceptual Model of a Service-Dominant Orientation. In *Journal of Service Research* (Vol. 15, Issue 1, pp. 21–38). <https://doi.org/10.1177/1094670511425697>
- Karpen, I. O., Bove, L. L., Lukas, B. A., & Zyphur, M. J. (2015). Service-dominant orientation: Measurement and impact on performance outcomes. *Journal of Retailing*, 91(1), 89–108. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.10.002>
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–340.
- Khoi, B. H. (2019). The Relationship between Service Quality, Satisfaction, Trust and Customer Loyalty A Study of Convenience Stores in Vietnam. In *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems* (Vol. 11).
- Kim, D. Y., & Kim, H. Y. (2021). Trust me, trust me not: A nuanced view of influencer marketing on social media. *Journal of Business Research*, 134, 223–232. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.024>

- Kim, W., Kim, H., & Hwang, J. (2020). Sustainable growth for the self-employed in the retail industry based on customer equity, customer satisfaction, and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(August 2019). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101963>
- Kmieciak, R. (2020a). 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>
- Kmieciak, R. (2020b). 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.
- Lanin, D., & Hermanto, N. (2019). The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 377–392. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2017-0151>
- Lapuente, V., & Van de Walle, S. (2020). The effects of new public management on the quality of public services. *Governance*, 33(3), 461–475. <https://doi.org/10.1111/gove.12502>
- Liga Surydana. (2017). Service Quality, Customer Value and Patient Satisfaction on Public Hospital in Bandung District, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 187–192. <http://www.econjournals.com>
- Marwanah, S., & Shihab, M. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen . *Marwanah, Siti, and Muchsin Saggaf Shihab. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen." Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan 4.7 (2022): 2804-2822., 4(7), 2804–2822.*
- Okta Pradita, S., Sitio, A., & Pradita, S. O. (2020). *THE IMPACT OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON BUYING DECISIONS AND ITS IMPLICATION ON CONSUMER SATISFACTION (CASE STUDY AT PT IMI)*. 1(3). <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- 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>
- Peter Blau. (1964). *Exchange and power in social life* . Wiley.
- 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>
- Purnomo, S., & Qomariah, N. (2019). Improve Community Satisfaction and Trust in the Public Service Mal of Banyuwangi District. *Prosiding CELSciTech 4* , 40–47.
- Rahman, R. A., Zahari, M. S. M., Hanafiah, M. H., & Mamat, M. N. (2021). Effect of Halal Food Knowledge and Trust on Muslim Consumer Purchase

- Behavior of Syubhah Semi-Processed Food Products. *Journal of Food Products Marketing*, 27(6), 319–330. <https://doi.org/10.1080/10454446.2021.1994079>
- Rahmawati, C., Fitriani, D., Haira, F., & Panorama, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PALEMBANG). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1073–1088. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.123>
- Rahmawaty, S., Rustandi Kartawinata, B., & Indra Wijaksana, T. (2021). The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Gopay Users in Bandung). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 7–11.
- Ratna Sari, D., Kartikasari, D., & Herya Ulfah, N. (2021). Impact of Effective Communication on the Quality of Excellent Service and Patient Satisfaction in the Outpatient Department. *KnE Life Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kls.v0i0.8883>
- 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.
- Sihotang, M., Hadinegoro, R., Sulastrri, E., Rochmad, I., Cahyono, Y., & Purwanto, A. (2022). *HOSPITALS CUSTOMER E-LOYALTY: HOW THE ROLE OF E-SERVICE QUALITY, E-RECOVERY SERVICE QUALITY AND E-SATISFACTION ?* (Vol. 1, Issue 1).
- Sudaryana, Y. (2020). *Master of Management Studies Program PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR POS INDONESIA (PERSERO) KOTA TANGERANG*. 4(1), 447. <https://doi.org/10.25157/mr.v4i1.2954>
- Valarie A Zeithaml, A Parasuraman, & Leonard L Berry. (2000). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. *Journal of Marketing*.
- Wang, Y. (2020). Leadership Behavior, Trust and Job Performance-Based on Social Exchange Theory. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN*, 9, 44–48. <https://doi.org/10.35629/8028-0906054448>
- Wulandari, M., Sriwahyuni, S., & Gunawan, D. (2022). QUALITY MANAGEMENT OF HEALTH SERVICES ON PATIENT SATISFACTION AT MONTELLA PRIVATE HOSPITAL WEST ACEH DISTRICT. *Medical Research, Nursing, Health and Midwife Participation*, 2(3). <https://medalionjournal.com/>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 30, Issue 4, pp. 362–375). <https://doi.org/10.1177/009207002236911>

