

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DESA BALAM JAYA PADA KANTOR KECAMATAN WAY KENANGA KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT

Fevi Lestiana dan Andri Irawan

Fakultas Ekonomi *Informatics and Business Institute (IBI)* Darmajaya, Bandar Lampung

ABSTRACT

District Office District Way Boxwood Bone Garlic is one example of a government agency must provide services to the community who require paperwork, letters and so on. District Office District Way Boxwood Bone Garlic as a government agency tasked with providing public services is always required to work optimally serve the community. In reality, not all employees Boxwood Way District Office can provide good service to the community, as well as employee morale, not every employee has a high morale. It certainly will affect people's satisfaction with services provided the District Office Boxwood Way.

The purpose of this study was to determine or measure the influence of community satisfaction with quality of service to the Village Balam Jaya at the District Office District Boxwood Bone Onion Way West Based on existing problems, the authors use a simple regression analysis the value of R, R² and adjusted R² std. Error. The value of correlation coefficient (R) which indicates the level of relationship between variables (0.752). Determininasi R² coefficient (R square) of 0.567. Shows that public satisfaction is influenced by the quality of service while the remaining 56.7% amounting to 43.3% influenced by other factors or variables not examined in this study. Gained 4.550 quality of service $t_{count} > t_{table}$ while $(dk = n-2 = 97-2 = 95)$ is equal to 1.658. So 4.550 $t_{count} > t_{table}$ 1.658, meaning that H_0 is rejected and accepted, the conclusion is there is influence between service quality to satisfaction Balam Jaya villagers who take care of population administration. If the view of probability (sig) of $0.000 < 0.05$ so H_0 rejected and H_a accepted.

Keyword : *public services, people's satisfaction*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi ini, kecamatan yang siap berkompetensi harus memiliki manajemen yang efektif. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perlu adanya suatu fasilitas yang memadai. Pelayanan merupakan salah satu pilihan dari strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan konsumen. Secara prinsip, ada tiga kunci memberikan pelayanan konsumen yang unggul. Pertama kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan data base yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segment pelanggan dan perubahan kondisi persaingan). Ketiga pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam pengembangan *relationship marketing*. Penyampaian layanan harus tepat waktu, akurat dengan memperhatikan dan keramahan. Karakteristik lingkungan dunia saat ini ditandai oleh perkembangan yang cepat dalam segala bidang. Persaingan bukan hanya mengenai seberapa tinggi tingkat produktifitas kecamatan dan seberapa rendah tingkat harga maupun jasa, namun lebih pada kualitas pelayanan atau jasa tersebut, kenyamanan, kemudahan, serta ketepatan dan kecepatan waktu dalam pencapaiannya.

Secara umum memasarkan daerah berarti mendesain suatu daerah agar mampu memenuhi dan memuaskan keinginan dan ekspektasi agar *taret market*-nya. *Taret market* suatu daerah yang pertama yaitu penduduk dan masyarakat daerah tersebut yang membutuhkan pelayanan publik yang memadai. Kedua, TTI (*traders, tourists, investors*) baik dari dalam maupun luar daerah. Ketiga, *talent* (SDM berkualitas), *developers* (pengembang), *organizers (event organizers)* disingkat menjadi TDO dan seluruh pihak yang memiliki kontribusi dalam membangun keunggulan bersaing daerah.

Kualitas pelayanan adalah salah satu variabel yang cukup penting dalam pelaksanaan tugas kemasyarakatan atau tugas pelayanan umum. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterimanya. Berdasarkan kondisi tersebut dapat dipahami bahwa kepuasan masyarakat dapat dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pegawai, sedangkan harga pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: *Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible*. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru. Kurangnya kualitas jasa dibidang ekonomi merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata.

Kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang merupakan salah satu contoh instansi yang harus memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan kelengkapan administrasi, surat-surat dan sebagainya. Kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang sebagai instansi pemerintah yang bertugas memberikan pelayanan umum senantiasa dituntut untuk bekerja secara optimal melayani masyarakat. Pada kenyataannya tidak semua pegawai Kantor Kecamatan Way Kenanga mampu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, demikian pula halnya dengan semangat kerja pegawai, tidak setiap pegawai memiliki semangat kerja yang tinggi. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan Kantor Kecamatan Way Kenanga.

Tabel Jumlah Masyarakat Desa Balam Jaya yang mengurus administrasi kependudukan

Bulan	Jumlah masyarakat yang mengurus administrasi KTP, KK dan AKTE			Jumlah
	KTP	KK	AKTE	
2005	245	218	156	619
2006	311	224	121	656
2007	256	174	188	618
2008	321	231	165	717
2009	335	226	168	729
2010	319	221	167	707
Jumlah				4046

Sumber data : Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang Barat 2011

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah masyarakat yang mengurus administrasi pada kantor Kecamatan Way Kenanga mengalami perubahan. Perubahan jumlah masyarakat dapat dilihat pada tahun 2008 dan 2009 yang menunjukkan peningkatan masyarakat untuk mengurus administrasi KTP, KK dan AKTE namun di tahun berikutnya yaitu tahun 2005 dan 2007 mengalami penurunan. dan pada tahun 2006, 2008 tidak mengalami peningkatan dan penurunan. Sedangkan di tahun 2010 mengalami kenaikan tetapi tidak seperti pada tahun 2009 dan 2008. Jadi pada tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2008 dan 2009 jumlah terbanyak masyarakat yang mengurus administrasi KK, KTP dan AKTE .

Beberapa masalah tersebut, tentunya akan mempengaruhi harga pelayanan Kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang dan pelayanan yang diberikan, sehingga akan menimbulkan rasa ketidakpuasan di kalangan masyarakat yang dilayani dan waktu pengurusan administrasi kependudukan menunggu terlalu lama dan setiap orang pembayarannya berbeda.

1.2. Rumusan masalah

Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat Desa Balam Jaya pada Kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang Barat

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengkaji keeratan hubungan pengaruh antara kualitas pelayanan dan Harga Pelayanan pada Kantor Kecamatan Way Keanga Kabupaten Tulang Bawang Barat terhadap kepuasan masyarakat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran Jasa

Pengertian pemasaran jasa menurut Rambat Lupioyadi (2006 : 6) merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produksi fisik dan konstruksi yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan pengonsumsi).

2.2 Pengertian Pelayanan

Menurut Philip Kotler (2000:40) menegemukakan pengertian pelayanan adalah sebagai berikut : Setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilihan suatu produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produksi fisik.

2.3 Pengertian Kualitas

Menurut Rambat Lupiyoadi – A. Hamdani (2006:175) kualitas adalah : Nilai yang diberikan pelanggan sangat kuat didasari oleh kualitas jasa. Adapun pengertian kualitas menurut ISO (International Organization for Standardization) yang merupakan standar internasional yang dibuat dengan sangat hati-hati dan telah menjadi kerangka acuan yang digunakan secara luas diseluruh dunia. Adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib. Jadi kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Rambat Lupioyadi (2006:182), dimensi kualitas jasa antara lain sebagai berikut :

1. *Tangible* (bukti langsung)
Bukti langsung adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan peranya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang dibeikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang diguakan (teknologi) serta penampilan karyawan.
2. *Reliability* (keandalan)
Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)
Ketanggapan adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)
Jaminan dan kepastian adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. *Empathy* (empati)
Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengetahuan dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Anita Rahayu (dalam Tjiptono, 2004 : 98) yang memfokuskan sumber-sumber pada kualitas jasa, ada empat sumber kualitas yang menentukan kualitas jasa, yaitu :

1. *Design quality*
Menjelaskan bahwa kualitas jasa ditentukan pada waktu pertama jasa desain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. *Product quality*
Menjelaskan bahwa kualitas jasa dapat ditentukan oleh kerjasama departemen manufaktur dan departemen pemasaran.
3. *Delivery quality*
Menjelaskan bahwa kualitas jasa dapat ditentukan oleh janji perusahaan kepada pelanggan.
4. *Relationship quality*
Menjelaskan bahwa kualitas jasa dapat ditentukan oleh hubungan profesional dan sosial antara perusahaan dengan *stakeholder* (pelanggan, pemasok, agen, dan pemerintah serta karyawan perusahaan).

Kualitas Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai keramah-tamahan dan kemudahan-kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pada perusahaan jasa, pelayanan merupakan strategi untuk meribit pangsa pasar dalam menghadapi persaingan. Karena pelayanan yang baik serta berkualitas kepada konsumen, maka konsumen akan merasa mendapat kepuasan dan dihargai sehingga akan tetap merasa senang untuk menjadi pelanggan perusahaan, demikian juga sebaliknya.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan merupakan suatu bentuk strategi karena pelayanan yang dikerjakan secara profesional akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan dan nama baik perusahaan. Jika diabaikannya pelayanan maka bisa menimbulkan rasa tidak puas di pihak pelanggan dan ini jelas akan merugikan pihak perusahaan.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

2.4 Pengertian Kepuasan Masyarakat

Menurut Kotler (2001 : 46) bahwa memberikan definisi kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Menurut Hendi Irawan (2000:3) kepuasan adalah :
Hasil penilaian dari pengonsumsi bahwa produksian atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Hendi Irawan (2000:37), terdapat lima faktor pendorong kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas Produk
Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produksian tersebut, ternyata kualitas produksianya baik.
2. Harga
Bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah merupakan sumber kepuasan yang penting. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
3. Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan sangat mengutamakan pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia.
4. Emosional Faktor
Pelanggan akan merasa bangga terhadap produksian yang digunakan dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi.
5. Biaya
Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produksian atau jasa yang diinginkan.

2.5 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (2000:45) ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran)
Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggan untuk memberikan saran dan keluhan. Banyak restoran dan hotel menyediakan formulir bagi tamu untuk melaporkan hal-hal yang mereka sukai. Rumah sakit dapat menepatkan kotak saran di koridor, menyediakan kartu komentar untuk diisi oleh pasien yang akan keluar, dan memperkerjakan staf khusus untuk menangani pasien.
2. *Customer satisfaction surveys* (Survei kepuasan pelanggan)
Penelitian menunjukkan bahwa walaupun para pelanggan tidak puas terhadap satu dari setiap empat pembelian, kurang dari 5% pelanggan yang tidak puas akan mengeluh. Kebanyakan pelanggan akan membeli lebih sedikit atau berganti pemasok daripada mengajukan keluhan. Bila karena itu, perusahaan-perusahaan tidak dapat menggunakan banyaknya sebagai ukuran pelanggan.
3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan)
Perusahaan-perusahaan dapat membayar orang-orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial guna melaporkan hasil temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami ketika membeli produk perusahaan dan produk pesaing.
4. *Lost Customer analysis* (analisis pelanggan yang hilang)
Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya. Ketika IBM kehilangan pelanggan, perusahaan itu

melakukan usaha yang mendalam untuk mempelajari kegagalan mereka. Bukan saja penting untuk melakukan wawancara keluar ketika pelanggan mulai berhenti membeli, tetapi juga harus memperhatikan tingkat kehilangan pelanggan. Dimana jika meningkat, jelas menunjukkan bahwa perusahaan gagal memuaskan pelanggannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler 2000:36). Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan sepenuhnya dapat dibedakan pada tiga taraf, yaitu:

1. Taraf pertama: Memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar pelanggan.
2. Taraf kedua: memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang dapat membuat mereka akan kembali lagi.
3. Taraf ketiga: melakukan lebih daripada apa yang diharapkan pelanggan.

Sumber : <http://www.smakristencilacap.com/arti-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran/pengertian-kepuasan-pelanggan>

Kepuasan Masyarakat Salah satu konsep dasar dalam memuaskan pelanggan, minimal mengacu pada :

1. Keistimewaan yang terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang dapat memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian dapat memberikan kepuasan dalam penggunaan produk itu.
2. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Acuan dari kualitas seperti dijelaskan diatas menunjukkan bahwa kualitas selalu berfokus pada kepentingan/kepuasan pelanggan (*Customer Focused Quality*), sehingga dengan demikian produk-produk didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kepemimpinan pelayan membahas realitas kekuasaan dalam kehidupan sehari-hari, yang meliputi legitimasi, kekangan etika dan hasil yang menguntungkan yang dapat dicapai melalui penggunaan kekuasaan yang semestinya. Larry Spears dalam karyanya *Greenleaf* mengidentifikasi sepuluh ciri khas pemimpin pelayan, yakni :

1. Mendengarkan
2. Empati
3. Menyembuhkan
4. Kesadaran
5. Bujukan atau persuasive
6. Konseptualisasi
7. Kemampuan meramalkan
8. Kemampuan melayani
9. Komitmen terhadap pertumbuhan manusia
10. Membangun Masyarakat

Kepemimpinan pelayan seperti yang dikemukakan diatas dapat bermakna terhadap masyarakat pelanggannya apabila aparatur pelayan (pemerintah) sungguh-sungguh memperhatikan beberapa dimensi atau atribut perbaikan kualitas jasa termasuk kualitas pelayanan, yang terdiri:

- a. Ketepatan waktu pelayanan
- b. Akurasi pelayanan
- c. Kesopanan, keramahan dalam memberikan pelayanan
- d. Tanggung jawab

- e. Kelengkapan
- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan
- g. Variasi model pelayanan
- h. Pelayanan pribadi
- i. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan
- j. Atribut pendukung pelayanan lainnya

Masyarakat (pelanggan) dapat terpuaskan dari pelayanan aparatur (pemerintah) hanya berorientasi pada kepuasan total pelanggan. Pelanggan membutuhkan komitmen dan tindakan nyata dalam memberikan pelayanan prima. Adapun kriteria yang mencirikan pelayanan sekaligus membedakannya dari barang adalah:

1. Pelayanan merupakan output tak berbentuk
2. Pelayanan merupakan output variabel, tidak standar
3. Pelayanan tidak dapat disimpan dalam inventori, tetapi dapat dikonsumsi dalam produksi
4. Terdapat hubungan langsung yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan
5. Pelanggan berpartisipasi dalam proses memberikan pelayanan
6. Keterampilan personil diserahkan atau diberikan secara langsung kepada pelanggan
7. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara massal
8. Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan
9. Perusahaan pada umumnya bersifat padat karya
10. Fasilitas pelayanan berada dekat lokasi pelanggan
11. Pengukuran efektivitas pelayanan bersifat subyektif
12. Pengendalian kualitas terutama dibatasi pada pengendalian proses
13. Option penetapan harga adalah lebih rumit

Peningkatan kualitas pelayanan pada masyarakat dalam menghadapi era globalisasi sangat memerlukan sebuah strategi, mulai dari strategi perancangan pelayanan prima dalam manajemen kualitas modern hingga kepada implementasi dari rancangan terhadap kualitas pelayanan.

Sumber: <http://leuwiliang-bogor.blogspot.com/2009/11/kepuasan-masyarakat-dalam-pelayanan.html>

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih dan penelitian ini mempunyai hubungan causal (sebab-akibat) yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan harga pelayanan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Balam Jaya pada kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang Barat

Sugiono (2005:72) Berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 4046 keseluruhan masyarakat yang mengurus administrasi kependudukan di kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang Barat yang ditunjukkan kepada kepala keluarganya. Dengan menggunakan rumus Slovin maka sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas ini untuk mengukur Kepuasan Masyarakat pada Kantor Kecamatan Way Kenanga pertanyaan atau pernyataan terdiri dari 28 item/butir pertanyaan.

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada lampiran dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Simpulan
Kualitas Pelayanan (X)				
P1	0,921	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P2	0,945	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P3	0,930	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P4	0,948	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P5	0,928	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P6	0,898	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P7	0,930	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P8	0,960	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P9	0,925	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P10	0,893	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2011

Dari hasil pengujian validitas pada tabel di atas dilihat bahwa 10 item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) pada $n = 30$. Sehingga dapat dikatakan bahwa 10 item pertanyaan tersebut valid untuk diunakan sebagai instrumen dalam penelitian atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel Uji Validitas Instrumen Kepuasan Masyarakat

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Simpulan
Kepuasan Masyarakat (Y)				
P11	0,868	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P12	0,923	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P13	0,934	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P14	0,925	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P15	0,936	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P16	0,936	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P17	0,905	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P18	0,905	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P19	0,914	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid
P20	0,914	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2011

Dari hasil pengujian validitas pada tabel di atas dilihat bahwa 10 item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) pada $n = 30$. Sehingga dapat dikatakan bahwa 10 item pertanyaan tersebut valid untuk diunakan sebagai instrumen dalam penelitian atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach* yang akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi koefesien r. Dari pengolahan data diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	10

Sumber : Hasil data diolah tahun 2011

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kepuasan Masyarakat Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	10

Sumber : Hasil data diolah tahun 2011

Berdasarkan koefisien alfa, selanjutnya dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r di bawah ini :

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Berdasarkan pada tabel di atas konsultasi pada daftar interpretasi koefisien r, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen kualitas pelayanan mempunyai reliabilitas sangat tinggi, sedangkan instrumen kepuasan masyarakat tinggi.

4.3 Analisis Regresi

Berdasarkan analisis korelasi yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS didapat hasil sebagai berikut

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.567	.562	2.381

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan tabel di atas nilai koefisien korelasi (R) yang menunjukkan tingkat hubungan antar variabel (0,752). Koefisien determinansi R² (R square) sebesar 0,567. Menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 56,7 % sedangkan sisanya sebesar 43,3 % dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sedangkan tingkat hubungan diperoleh adalah 0,752 artinya faktor kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang tinggi dengan keputusan menjadi nasabah.

Untuk menguji hipotesis apakah kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat maka dapat dilihat pada table dibawah ini :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.587	4.544		4.531	.000
Kualitas Pelayanan	.477	.105	.423	4.550	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Uji perhitungan SPSS terlihat bahwa tabel di atas variabel kualitas pelayanan diperoleh $t_{hitung} 4,550 >$ sedangkan $t_{tabel} (dk=n-2=97-2=95)$ adalah sebesar 1,658. Jadi $t_{hitung} 4,550 > t_{tabel} 1,658$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, kesimpulannya terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat desa Balam Jaya yang mengurus administrasi kependudukan. Apabila melihat probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat desa Balam Jaya yang mengurus administrasi kependudukan, terdapat $t_{hitung} 4,550 >$ sedangkan $t_{tabel} (dk=n-2=97-2=95)$ adalah sebesar 1,658. Jadi $t_{hitung} 4,550 > t_{tabel} 1,658$.

5.2 Saran

Sebaiknya *Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible* Kantor Kecamatan Way Kenanga meningkatkan lagi Kualitas Pelayanan dengan baik dalam rangka memperoleh Masyarakat yang loyal sehingga dapat meningkatkan pelayanan masyarakat yang baik pada akhirnya akan mencapai kepuasan yang dapat menguntungkan bagi Kantor Kecamatan Way Kenanga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswin, S.E,2010, Modul Pelatihan Statistik Menggunakan SPSS Bandar Lampung
- Irawan, Hendi.2000. 10 Pripsiop Kepuasan Pelanggan. PT Elek Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Milenium. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip.2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid 2 Penerbit PT. Indek. Jakarta.
- Lupioyadi, Rambat dan Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiono. 2005, Metode Peneitian Bisnis. Alfabet CV, Bandung
- Tjiptono, Fandy, 2004, Manajemen Jasa, Andi, Yogyakarta
- <http://leuwiliang-bogor.blogspot.com/2009/11/kepuasan-masyarakat-dalam-pelayanan.html>
- <http://www.smakristencilacap.com/arti-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran/pengertian-kepuasan-pelanggan>