

FAKTOR PENGARUH KEPUASAN LAYANAN MASYARAKAT DI KELURAHAN KAMAL MUARA KECAMATAN PENJARINGAN JAKARTA UTARA

Syamsu Alang

STIE BPKP JAKARTA

email: syamsualang@yahoo.com

ABSTRACT

This study was to examine the effect of service quality and satisfaction in the Village district Kamal Muara, Penjaringan, North Jakarta. This research is based on empirical analysis of a sample of 90 respondents. The results show a positive direction. This is shown in a single regression diagram that shows a straight line up. One-time increase in public services was followed by an increase in the value of community satisfaction by 0.582 times. This is evidenced from the acquisition of work value (r) = 0.568, the value of the coefficient of determination (r^2) of 0.322. Improvement of Public Services has a significant influence on Community Satisfaction, it can be proven from the acquisition of t_{count} value that is greater than $t_{table} = 7,866 > 1,980$. This means that there is a significant influence between improving public services on public satisfaction, thus the results of this study are significant.

Keywords: *Quality of service, satisfaction, regression, coefficient of determination*

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menguji pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan di Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Jakarta Utara. Penelitian ini berdasarkan analisis empiris dari sampel 90 responden. Hasilnya menunjukkan arah yang positif. Hal tersebut ditunjukkan pada diagram regresi tunggal yang menunjukkan garis lurus keatas. Peningkatan Pelayanan Publik satu kali diikuti dengan peningkatan nilai Kepuasan Masyarakat sebesar 0,582 kali. Hal tersebut dibuktikan dari perolehan nilai kerja (r) = 0,568, nilai koefisien determinasinya (r^2) sebesar 0,322. Peningkatan Pelayanan Publik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, dapat dibuktikan dari perolehan nilai t_{hitung} yaitu lebih besar dari $t_{table} = 7,866 > 1,980$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara peningkatan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat, dengan demikian hasil penelitian ini adalah signifikan.

Kata Kunci: *Kualitas layanan, Kepuasan, Regresi, Koefisien determinasi*

PENDAHULUAN

Pengungkapan terhadap persepsi layanan penting untuk keberhasilan semua organisasi pelayanan. Dilihat dari sudut pandang manajemen, manajer harus menguji secara sistematis layanan saat ini dari perspektif pelanggan mereka dan mendesain ulang produk layanan mereka dan lingkungan di mana layanan disampaikan kepada target pelanggan mereka (Rust & Oliver, 1994). Untuk memberikan pengalaman berkualitas sangat penting bagi kepuasan pelanggan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2006). Organisasi pelayanan public harus menyediakan layanan yang bermanfaat tanpa terkecuali. Dalam sektor pelayanan publik, menawarkan kualitas unggul dan layanan yang disesuaikan adalah kontributor kunci untuk kepuasan pelanggan (Wisniewski, 2001).

Meningkatnya jumlah publikasi akademik yang ditujukan untuk topik-topik seperti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan penelitian yang penting untuk peningkatan manajemen layanan

(Asubonteng, McCleary, & Swan, 1996; Ladhari, 2009). Meskipun sejumlah besar penelitian tentang kualitas pelayanan dapat ditemukan dalam literatur pemasaran. Namun, masalah ini belum diteliti dalam konteks pelayanan pemerintah daerah, khususnya di kalangan pelanggan dari otoritas kota. Hal ini sangat penting bagi pemimpin daerah untuk memahami pengaruh evaluasi kualitas pelayanan untuk pengembangan strategi yang efektif. Investigasi hubungan tersebut sangat penting, karena tanpa bukti kuat dan pedoman, mungkin menjalankan risiko membuat keputusan yang salah. Dalam konteks penyelenggaraan pelayanan publik (*public service*) oleh pemerintah daerah dewasa ini tidak terlepas dari pelaksanaan konsep otonomi daerah yang merupakan implementasi penetapan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah sebagai pengganti Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan di Daerah. Sedangkan Pelayanan Publik sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Gubernur Propinsi DKI Jakarta No. 18 Tahun 2005, pelayanan publik adalah: segala kegiatan pelayanan di lingkungan Pemerintah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang tugas pokok dan fungsinya memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Untuk menciptakan penyelenggaraan pemerintahan yang bersih *Clean Governance* dan pemerintahan yang baik *Good Governance*, serta penciptaan pelayanan publik (*public service*) yang baik, perlu dilakukan perubahan paradigma pelayanan publik dikalangan aparat birokrasi. Birokrasi adalah pelayanan masyarakat bukan sebaliknya penguasa masyarakat. Peran serta aktif dari masyarakat sangatlah diperlukan dalam menciptakan pemerintahan yang bersih maupun yang baik tersebut, maka dalam implementasinya disetiap Kotamadya/Kabupaten dibentuk Dewan Kota/Kabupaten sebagai wadah komunikasi timbal balik antara warga dan pemerintah Kotamadya/Kabupaten. Sementara itu di tingkat kelurahan dibentuk Dewan Kelurahan yang berfungsi sebagai wadah yang menampung dan menyalurkan berbagai aspirasi masyarakat serta forum pemberdayaan masyarakat. Pemerintah kelurahan sebagai ujung tombak dalam pelaksanaan pemberian pelayanan kepada masyarakatnya tentunya haruslah berorientasi kepada kepuasan pelayanan masyarakat. Hal ini tentunya dibutuhkan kesiapan aparat yang profesional serta sumberdaya yang mendukung kearah tujuan tersebut.

Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Jakarta Utara memiliki Jumlah penduduk: 13.699 jiwa, atau 1,445 KK dan luas 10.53 km². memiliki 6 RW dan M5 RT. Masyarakatnya prural yang terdiri dari berbagai etnis yang tentunya membutuhkan pelayanan masyarakat yang terpadu, cepat, tepat dan tidak berbelit-belit.

Berdasarkan hal tersebut di atas, tentunya peningkatan pelayanan publik pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Jakarta Utara sangatlah diperlukan. Sebagai pelayanan masyarakat terdepan tentunya telah melakukan berbagai macam upaya pelayanan publik yang berbasis kepada kinerja pelayanan publik untuk menciptakan kepuasan bagi masyarakat yang dilayaninya, namun dalam pelaksanaannya tentunya mengalami berbagai kendala yang dihadapi. Terkait dengan penelitian ini penulis akan uraikan data kinerja pelayanan publik pada tahun 2018 yang telah dilaksanakan di Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Jakarta Utara. Terlihat bahwa aktivitas kegiatan pelayanan belum seluruhnya dikatakan optimal, seperti halnya pengurusan-pengurusan di bidang

pertanahan, masyarakat masih enggan seperti halnya untuk mengurus Ijin mendirikan bangunan atau merenovasi bangunannya dengan alasan biaya yang sangat mahal hal tersebut berdampak terhadap kepuasan pelayanan yang masih perlu mendapat perhatian untuk lebih ditingkatkan dan mengacu kepada harapan yang terstandar untuk segera dioptimalkan.

KAJIAN TEORI

Pelayanan

Menurut Kotler (2005:98) memberikan pengertian "Pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun". Pelayanan adalah suatu proses yang kegiatannya dilakukan secara khusus pada terselenggaranya pelayanan guna memenuhi kepentingan umum atau kepentingan perorangan melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani". (Moenir, 2002; Kasmir, 2005).

Sebagai bahan acuan bagi suatu instansi Pemerintah Republik Indonesia dalam pengaturan dan pelaksanaan kegiatan pelayanan, maka definisi pelayanan dirumuskan dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, dinyatakan bahwa "Pelayanan adalah suatu bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di Pusat, Daerah, BUMN dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku".

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah sebuah konsep yang telah menarik minat dan perdebatan dalam literatur pemasaran karena dari kesulitan di kedua mendefinisikan dan mengukurnya dengan tidak ada konsensus keseluruhan muncul di kedua (Wisniewski, 2001). Salah satu yang umum digunakan mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kemampuan organisasi untuk memenuhi atau melampaui harapan. Ini adalah hasil perbandingan bahwa pelanggan membuat antara harapan mereka tentang layanan dan persepsi mereka dari jalan layanan telah dilakukan (Zeithaml *et al.*, 2006). Jika harapan lebih besar dari kinerja, maka kualitas yang dirasakan kurang memuaskan dan karenanya ketidakpuasan pelanggan terjadi (Parasuraman, *et al.*, 1985). Sebagian besar pekerjaan baru pada kualitas pelayanan dalam pemasaran dapat dikreditkan untuk pekerjaan perintis dan terus Parasuraman, Berry dan Zeithaml.

Dalam banyak penelitian yang dilakukan mereka, Parasuraman *et al.* (1985) mengidentifikasi atribut yang ditemukan berdampak pada kualitas pelayanan. Ini atribut adalah kriteria yang penting dalam molding harapan pelanggan dan persepsi layanan yang disampaikan. Semua atribut ini masuk ke sepuluh dimensi kualitas pelayanan. Dimensi ini adalah: (1) fitur nyata, (2) reliabilitas, (3) tanggap, (4) komunikasi, (5) kredibilitas, (6) keamanan, (7) kompetensi, (8) milik, (9) pengertian, dan (10) akses. Kemudian, sepuluh dimensi dimurnikan menjadi lima dengan menggunakan analisis faktor: *tangibles*,

reliability, tanggung jawab, jaminan, dan empati (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Berdasarkan lima dimensi, Parasuraman *et al.* (1988) mengembangkan sebuah pengukuran global untuk kualitas pelayanan, yaitu SERVQUAL. Skala ini terdiri dari 22 pasang pernyataan yang mengukur harapan dan persepsi pelanggan dari layanan yang disampaikan pada tujuh atau skala sembilan poin. Untuk setiap pasangan pernyataan, jurang perbedaan antara dua nilai dihitung. Idenya adalah bahwa layanan baik jika persepsi memenuhi atau melebihi harapan dan bermasalah jika persepsi jatuh di bawah harapan. Skala gabungan sepuluh komponen ke dalam lima dimensi generik kualitas pelayanan (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Dimensi Kualitas Layanan

Dimensi	Keterangan
Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan telah yang dijanjikan.
Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>)	Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
Empati (<i>Empathy</i>)	Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan

Sumber: Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988).

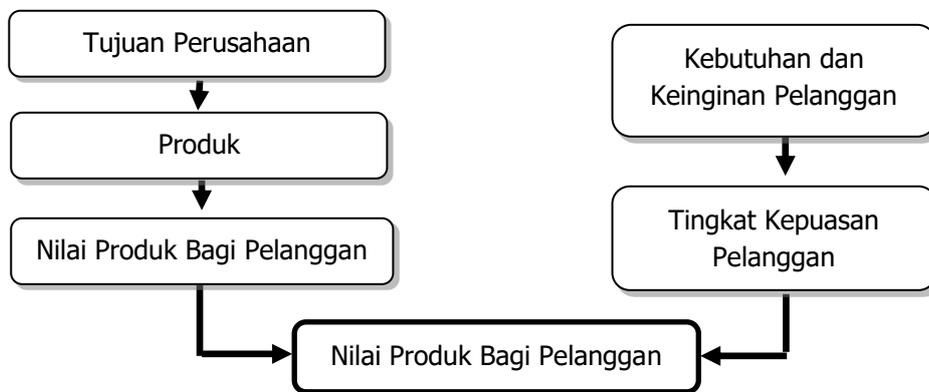
Kajian Parasuraman *et al.* (1988) dengan skala SERVQUAL telah menjadi metode populer untuk mengukur kualitas pelayanan (Asubonteng *et al.*, 1996; Ladhari, 2009). Nilai utama dari SERVQUAL terletak pada perbandingan yang kuat, diagnostik, dan alat-alat preskriptif (Kettinger & Lee, 1997). Meskipun dampak luas terhadap bisnis dan akademisi, SERVQUAL telah mengalami banyak kritik, baik aspek teoritis dan operasional (Buttle, 1996). Kritik-kritik meliputi penggunaan kesenjangan skor, tumpang tindih antara lima dimensi, panjang kuesioner, prediktif dan validitas konvergen, definisi ambigu "harapan" membangun, dan dimensi stabil (Carman, 1990; Babakus & Boller, 1992; Cronin & Taylor, 1992; Buttle, 1996).

Selanjutnya menanggapi analisis SERVQUAL kritis, Cronin dan Taylor (1992) memperkenalkan instrumen SERVPERF, berdasarkan peringkat persepsi semata-mata kinerja. Penelitian telah menunjukkan bahwa SERVPERF instrumen empiris melebihi skala SERVQUAL di beberapa layanan industri (Elliott, 1995, Van Dyke, Kappelman, & Prybutok, 1997; Brady, Cronin, & Merek, 2002; Paul, www.ccsenet.org / par Administrasi Publik Penelitian Vol. 1, No 1; 2012 105 2003; Jain & Gupta, 2004; Gilbert, Veloutsou, Goode, & Moutinho, 2004).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, menurut Kotler (2011:153). Kepuasan atau tidak puas

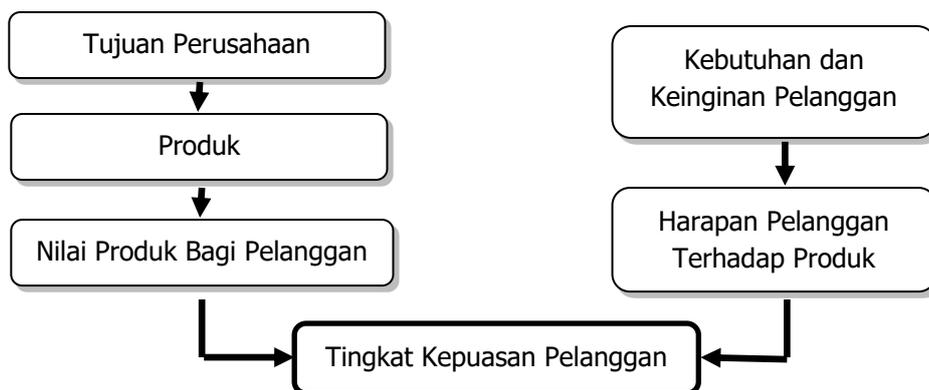
pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (De Ruyter, 1997). Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 1996). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Jika kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. Rangkuti (2006:24) Konseptual konsep kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 1, sebagai berikut:



Sumber: Rangkuti (2006:24)

Gambar 1. Konseptual Kepuasan Pelanggan

Selanjutnya menurut Tjiptono (2011; 129) kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, yang digambarkan dalam konsep kepuasan pelanggan berkenaan dengan kualitas, dimana ada tiga level harapan pelanggan dapat dilihat pada gambar 2, yaitu:



Sumber: Tjiptono (2001:129)

Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan

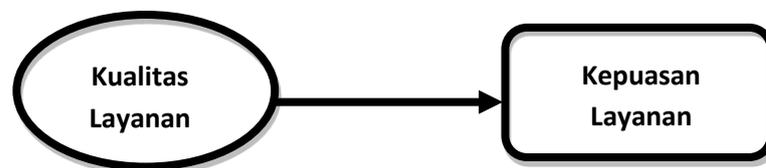
Kepuasan pelanggan telah diakui sebagai salah satu elemen paling penting dari pemasaran kontemporer berpikir, terutama dalam hal sektor jasa (Bejou, Ennew & Palmer, 1998) dan salah satu tujuan utama

dalam pemasaran (Erevelles & Leavitt,1992). Karena pelanggan yang puas cenderung mempertahankan pola konsumsi mereka atau mengkonsumsi lebih dari produk atau layanan yang sama, kepuasan pelanggan telah menjadi indikator penting dari perilaku masa depan (McQuitty, Finn & Willey, 2000). Karena sentralitas, berbagai teori dan model telah dikembangkan dalam upaya untuk mendefinisikan konstruk dan menjelaskan kepuasan dalam produk / jasa yang berbeda dan tahap konsumsi (Erevelles & Leavitt, 1992). Beberapa ahli (Parasuraman et.al., 1985, 1988) percaya bahwa kualitas pelayanan mengarah pada kepuasan sementara yang lain (misalnya Bolton & Drew, 1991; Bitner & Hubert, 1994) berpikir sebaliknya. Studi empiris mengenai masalah ini mendukung pernyataan bahwa kualitas layanan adalah anteseden kepuasan (Ruyter, Bloemer & Pascal, 1997; Brady & Robertson, 2001; Sureshchandar, Rajendran & Kamalanabhan, 2001).

Dalam urutan kausal, kepuasan dijelaskan sebagai keadaan emosional yang dihasilkan dari pertemuan mengalami kualitas layanan dan membandingkan pertemuan itu dengan apa yang diharapkan (Zeithaml *et al.*, 2006). Karat dan Oliver (1994) menawarkan dukungan untuk posisi ini. Saran bahwa kualitas adalah "salah satu dimensi pelayanan faktor dalam kepuasan konsumen". Penelitian sebelumnya yang dilakukan dalam pengaturan layanan yang berbeda telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan secara positif berkaitan dengan kepuasan pelanggan (Andaleeb, 2001; Lassar, Manolis, & Winsor, 2000; Lee & Lin, 2005). Dengan demikian, hipotesis yang diusulkan

Hipotesa: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan layanan.

Untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang rencana penelitian ini, berdasarkan uraian diatas maka dapat disajikan alur proses penelitian sebagai berikut:



Gambar 3. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui satuan nilai atas jawaban responden suatu penelitian dapat ditetapkan melalui beberapa skala pengukuran. Skala pengukuran dapat diartikan sebagai satuan nilai yang ditetapkan dalam tingkatan jawaban responden dengan daftar pernyataan/ pertanyaan. Tindakan Variabel SERVQUAL yang dirancang oleh Parasuraman *et al.* (1988) digunakan secara keseluruhan dalam penelitian ini. Item ini diukur pada skala lima poin mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Skor pada setiap dimensi adalah rata-rata jumlah nilai item yang sesuai. Difokuskan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik, oleh karena itu untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka yang menjadi objek penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan pengajuan pelayanan publik pada kantor pelayanan di Kelurahan Kamal

Muara. Kelurahan ini terletak di kecamatan Penjaringan, Jakarta Utara. Kelurahan ini memiliki Jumlah penduduk: 13.699 jiwa, atau 1,445 KK dan luas 10.53 km². Kelurahan ini memiliki 6 RW dan 45 RT. Penulis menyebarkan angket kepada responden sebesar 90 orang yang terdiri dari masyarakat yang mengajukan pelayanan di Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan pada bulan September-Nopember 2018, Wawancara dilakukan dengan menggunakan kuesioner terstruktur.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling*, ini digunakan karena responden mempunyai karakteristik yang heterogen dan metode pengambilan sampel yang bersifat tidak acak, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dalam hal ini responden yang didapatkan langsung ketika peneliti melakukan pengambilan data lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penulis menyebarkan angket kepada responden sebesar 90 orang yang terdiri dari masyarakat yang mengajukan pelayanan di Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara. Dari angket yang disebarkan penulis 95 yang kembali dan memenuhi syarat sejumlah 90, maka diperoleh karakteristik responden antara lain; menurut tingkat usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia antara ≤ 30 tahun berjumlah sebanyak 20 orang atau sebesar (22,22%), dan responden yang berusia 31 s/d 40 tahun berjumlah sebanyak 32 orang atau sebesar (35,55 %), dan untuk yang berusia 41 s/d 50 tahun berjumlah sebanyak 33 orang atau sebesar (36,67 %), sedangkan responden untuk tingkat usia 51 s/d 60 Tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 5,55 %. Dengan demikian responden yang dominan dalam penelitian ini pada tingkat usia 41 s/d 50 tahun yaitu sebesar 36,67 %.

Responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 42 orang atau sebesar 46,66 %, dan sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 48 orang atau sebesar (53,33 %). Dengan demikian yang dominan menjadi responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 46,66 %.

Berpendidikan S-1 berjumlah 7 orang atau sebesar (7,77 %), yang berpendidikan D-3 berjumlah 9 orang atau sebesar (1,00 %), untuk yang berpendidikan SLTA/Sederajat berjumlah 31 orang atau sebesar (34,44 %), yang mempunyai tingkat pendidikan SLTP/Sederajat berjumlah 27 orang atau sebesar (30,00 %), dan yang mempunyai tingkat pendidikan SD/Sederajat berjumlah 16 orang atau sebesar (17,78 %). Dengan demikian yang dominan menjadi responden dalam penelitian ini adalah mempunyai tingkat pendidikan SLTA yaitu sebesar 34,44%.

Penelitian ini yang bekerja dengan golongan PNS berjumlah 5 orang atau sebesar (5,56%), yang golongan pegawai swasta/wiraswasta berjumlah 37 orang atau sebesar (41,11%), untuk yang golongan pelajar/mahasiswa berjumlah 9 orang atau sebesar (10,00%), yang golongan ibu rumah tangga berjumlah 32 orang atau sebesar (35,55%) dan yang golongan menganggur/tidak bekerja berjumlah 7

orang atau sebesar (7,77%). Dengan demikian yang dominan menjadi responden dalam penelitian ini adalah golongan ibu rumah tangga yaitu sebesar 35,55%.

Uji Reliability dan Validitas Data

Dari perolehan angket penelitian yang disebarakan kepada responden lalu kemudian diolah oleh penulis dengan menggunakan sistem SPSS versi 29 dan diuji kembali dengan menggunakan penarikan Sampling Eksidental.

Tabel 2 . Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Data

Case Processing Summary & Reliability Statistics					
		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items
Cases	Valid	90	100.0	.724	2
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	90	100.0		

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Dari tabel dua, terlihat bahwa dari 90 responden semuanya valid.

Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Tunggal

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.322	.315	4.028

a. Predictors: (Constant), Peningkatan_Pelayanan_Publik (X)

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Korelasi X terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.068	3.556		4.800	.000
	Peningkatan Pelayanan Publik	.582	.090	.568	6.471	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Masyarakat (Y)

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Tunggal

Variabel	Persamaan Regresi	Koefisien Korelasi (r)	Koefisien Determinasi (r ²)	Uji Hipotesis (α = 5 %)		
				t _{hitung}	t _{tabel}	Sig. R
Pelayanan Publik (X) dan Kepuasan Masyarakat (Y)	Y = 17,078 + 0,582x	0,568	0,322	7,866	1,980	0,207

Nilai t_{table} pada alpha 5%, df 1 = 89-1 adalah 1,980, Nilai r_{table} pada alpha 5%, N = 90 adalah 0,207

Tabel hasil analisis regresi di atas, maka penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Persamaan garis regresi adalah $Y = 17,078 + 0,582x$ ini berarti nilai konstanta a sebesar 17,078 mempunyai makna bahwa pelayanan publik sudah ada sebesar 0,582 parameter dan nilai koefisien b sebesar 0,582, artinya pengaruh peningkatan pelayanan publik dengan kepuasan masyarakat bila ditambah satu satuan maka akan meningkat sebesar 0,582 kali satu satuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peningkatan pelayanan publik mempunyai pengaruh yang positif atau meningkatkan kepuasan masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara.
2. Nilai Koefisien Korelasi yang diperoleh yaitu sebesar 0,568 dipadukan dengan pedoman untuk memberikan interpretasi korelasi, maka angka 0,568 ini berada pada tingkat kategori Kuat (0,51-0,75). Dengan demikian derajat hubungan peningkatan pelayanan publik dengan kepuasan masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara adalah Sangat Kuat.
3. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,322 (32,2%). Hal ini mempunyai makna bahwa kontribusi hubungan peningkatan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara adalah sebesar 32,2% sedangkan sisanya sebesar 67,8 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Nilai t_{hitung} sebesar 7,866 dan nilai kritis t_{tabel} (df , α) pada tingkat $\alpha = 0,5$ % adalah sebesar 1,980, ini berarti nilai t_{hitung} bila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $7,866 > 1,980$. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa H_0 yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara peningkatan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara ditolak dan H_a yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara peningkatan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara diterima, dengan demikian hasil penelitian ini adalah signifikan.

Berdasarkan hasil perhitungan secara manual dan komputerisasi (SPSS versi 29) diperoleh hasil bahwa antara Peningkatan Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara terdapat pengaruh yang positif (meningkatkan), dan mempunyai hubungan yang Kuat, serta kontribusi pengaruh yang Cukup dan signifikan. Hasil pengujian angket dan analisa data secara keseluruhan telah diperoleh bahwa terdapat pengaruh/hubungan yang kuat antara Peningkatan Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara. Hasil penelitian yang dilakukan pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara menghasilkan suatu kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh

yang signifikan antara. Peningkatan Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengaruh Peningkatan Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara menunjukkan arah yang meningkatkan (positif). Hal tersebut ditunjukkan pada diagram regresi tunggal yang menunjukkan garis lurus keatas, atau dengan kata lain Peningkatan Pelayanan Publik sebagai variabel independen (bebas) sebesar 1 (satu) kali akan diimbangi/diikuti dengan peningkatan nilai Kepuasan Masyarakat atau variabel dependen (terikat) sebesar 0,582 kali (b). Hubungan menunjukkan hubungan yang positif, hal tersebut dapat dibuktikan dari perolehan nilai kerja (r) = 0,568 yang didapat dari analisa distribusi data dengan menggunakan korelasi Pearson dengan kategori Kuat. Kontribusi yang diberikan nilai koefisien determinasinya (r^2) sebesar 0,322 atau 32,2 % yang berarti bahwa Peningkatan Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara adalah sebesar 32,2% sedangkan sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peningkatan Pelayanan Publik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara, hal ini dapat dibuktikan dari perolehan nilai t_{hitung} yaitu lebih besar dari $t_{table} = 7,866 > 1,980$ artinya bahwa H_0 yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara peningkatan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat ditolak dan H_a yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara peningkatan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat diterima, dengan demikian hasil penelitian ini adalah signifikan.

Saran yang diberikan dari penelitian ini diantaranya:

1. Hendaknya pimpinan tetap dan terus aktif melakukan pengawasan langsung atas prosedur dan kinerja pelayanan publik yang dilakukan oleh bawahannya agar dimaksudkan pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya dapat tercapai secara optimal.
2. Hendaknya setiap pegawai di Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara diberikan suatu pelatihan dalam rangka sosialisasi menciptakan kompetensi yang unggul terutama terhadap kualitas hasil pekerjaan dan etos kerja yang tinggi agar dimaksudkan kinerja pelayanan publik yang diberikan oleh pegawai dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat secara optimal.
3. Supaya penelitian ini lebih lengkap, maka penulis menyarankan kepada peneliti lain agar dapat melanjutkan penelitian terhadap variabel lain yang mempengaruhi kepuasan masyarakat pada Kelurahan Kamal Muara Kecamatan Penjaringan Kota Administrasi Jakarta Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaleeb, S. S., (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: A study of hospitals in a developing country. *Social Science & Medicine*, 52(9), 1359-1370. [http://dx.doi.org/10.1016/S0277-9536\(00\)00235-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0277-9536(00)00235-5)
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). SERVQUAL revisited: A critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62-81. <http://dx.doi.org/10.1108/08876049610148602>
- Babakus, E., & Boller, G. W. (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Business Research*, 24, 253-268. [http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90022-4](http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963(92)90022-4)
www.ccsenet.org/par Public Administration Research Vol. 1, No. 1; 2012
- Bejou, D., Ennew, C. T. & Palmer, A. (1998). Trust, ethics and relationship satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 15(3), 73-82. <http://dx.doi.org/10.1108/02652329810220729>
- Betz, N. E. (1987). Use of discriminant analysis in counseling psychology research. *Journal of Counseling Psychology*, 34(4), 393-403. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-0167.34.4.393>
- Bitner, M. J., & Hubbert, A. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: The consumer's voice. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), *Service quality: new directions in theory and practice* (pp. 72-94). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Brady, M. K., Cronin, J. J., & Brand, R. R. (2002). Performance-only measurement of service quality: A replication and extension. *Journal of Business Research*, 55(1), 17-31. [http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00171-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00171-5)
- Brady, M. K. & Robertson, C. J. (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: An exploratory cross-national study. *Journal of Business Research*, 51(1), 53-60. [http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00041-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00041-7)
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of consumers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17, 375-384. <http://dx.doi.org/10.1086/208564>
- Brody, L., & Hall, J. A. (1993). Gender and emotion. In M. Lewis, & J. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 447-460). New York, NY: Guilford Press.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: Review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8- 32. <http://dx.doi.org/10.1108/03090569610105762>
- Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: An assessment of SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <http://dx.doi.org/10.2307/1252296>
- De Ruyter, K., Bloemer, J., & Peeters, P. (1997). Merging service quality and service satisfaction. An empirical test of an integrative model. *Journal of Economic Psychology*, 18(4), 387-340. [http://dx.doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00014-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00014-7)
- Dittmar, H., Long, K., & Meek, R. (2004). Buying on the internet: Gender differences in online and conventional buying motivations. *Sex Roles*, 50(5/6), 423-444. <http://dx.doi.org/10.1023/B:SERS.0000018896.35251.c7>
- Elliott, K.M. (1995). A comparison of alternative measures of service quality. *Journal of Customer Service in Marketing and Management*, 1(1), 33-44. http://dx.doi.org/10.1300/J127v01n01_04
- Erevelles, S., & Leavitt, C. (1992). A comparison of current models of consumer satisfaction/dissatisfaction. *Journal of Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 104-114.

- Gilbert, G. R., Veloutsou, C., Goode, M. M. H., & Moutinho, L. (2004). Measuring customer satisfaction in the fast food industry: a cross-national approach. *Journal of Services Marketing*, 18(5), 371-383. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040410548294>
- Hair, J. F., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [Http/www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Jain, S. K., & Gupta, G. (2004). Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. *Vikalpa*, 29(2), 25-37.
- Juwaheer, T. D. (2011). Gender bias in hotel guests' perceptions of service quality: an empirical investigation of hotels in Mauritius. *e-Review of Tourism Research*, 9(5), 164-189
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. & Armstrong (1996) *Principle of Marketing Strategy*. New Jersey. Prentice Hall.
- _____. (2000). *Principle of Marketing Strategy*. New Jersey. Prentice Hall.
- Karatepe, O. M. (2011). Service quality, customer satisfaction and loyalty: the moderating role of gender. *Journal of Business Economics & Management*, 12(2), 278-300.
- Kettinger, W. J., & Lee, C. C. (1997). Pragmatic Perspectives on the measurement of information systems service quality. *MIS Quarterly*, 21(2), 223-240. <http://dx.doi.org/10.2307/249421>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25/KEP/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 26/KEP/M.PAN/7/2004 tentang Petunjuk Teknis TRansparansi dan Akuntabilitas dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 18 tahun 2005 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Pelayanan Publik di Lingkungan Pemerintah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 40 tahun 2002 tentang Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Kelurahan di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- Laporan Bulanan Kelurahan Mangga Besar Kecamatan Taman Sari Kota Administrasi Jakarta Barat.
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172-198. <http://dx.doi.org/10.1108/17566690910971445>
www.ccsenet.org/par Public Administration Research Vol. 1, No. 1; 2012
- Lassar, W. M., Manolis, C., & Winsor, R. D. (2000). Service quality perspectives and satisfaction in private banking. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 244-271. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040010327248>
- Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176. <http://dx.doi.org/10.1108/09590550510581485>
- Lin, N. P., Chiu, H. C., & Hsieh, Y. C. (2001). Investigating the relationship between service providers' personality and customers' perceptions of service quality across gender. *Total Quality Management*, 12(1), 57-67. <http://dx.doi.org/10.1080/09544120020010093>
- Moenir, H.A.S. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Mattila, A. S., Grady, A. A., & Fisk, G. M. (2003). The interplay of gender and affective tone in service encounter satisfaction. *Journal of Service Research*, 6(2), 136-143. <http://dx.doi.org/10.1177/1094670503257043>
- McQuitty, S., Finn, A., & Wiley, J. B. (2000). Systematically varying consumer satisfaction and its implications for product choice. *Academy of Marketing Science Review*, (10), 1-16.
- Meyers-Levy, J., & Sternthal, B. (1991). Gender differences in the use of message cues and judgments. *Journal of Marketing Research*, 28(1), 84-96. <http://dx.doi.org/10.2307/3172728>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50. <http://dx.doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124. <http://dx.doi.org/10.2307/1252255>
- Paul, D. P. (2003). An exploratory examination of "SERVQUAL" versus "SERVPERF" for prosthetic dental specialists. *Clinical Research and Regulatory Affairs*, 20(1), 89-100. <http://dx.doi.org/10.1081/CRP-120018745>
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Insights and managerial implications from the frontier. In R.T. Rust and R. L. Oliver (Eds.), *Service quality: new directions in theory and practice* (pp.1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Snipes, R. L., Thomson, N. F., & Oswald, S. 2006. Gender bias in customer evaluations of service quality: An empirical investigation. *Journal of Service Marketing*, 20(4), 274-284. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040610674616>
- Spathis, C., Petridou, E., & Glaveli, N. (2004). Managing service quality in banks: customers' gender effects. *Managing Service Quality*, 14(1), 90-102. <http://dx.doi.org/10.1108/09604520410513695>
- Stafford, M. R. (1996). Demographic discriminators of service quality in the banking industry. *Journal of Services Marketing*, 10(4), 6-22. <http://dx.doi.org/10.1108/08876049610124554>
- Sureshchandar, G. S., Rajendran, C., & Kamalanabhan, T. J. (2001). Customer perceptions of service quality: A critique. *Total Quality Management*, 12(1), 111-124. <http://dx.doi.org/10.1080/09544120020010138>
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Administrasi, Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. 2001. *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Tan, K. C., & Kek, S. W. 2004. Service quality in higher education using an enhanced SERVQUAL approach. *Quality in Higher Education*, 10(1), 17-24. <http://dx.doi.org/10.1080/1353832242000195032>
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- _____. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tentang Pemerintahan Daerah
- Van Dyke, T. P., Kappelman, L. A., & Prybutok, V. (1997). Measuring information systems service quality: Concerns on the use of the SERVQUAL questionnaire. *MIS Quarterly*, 21(2), 195-208. <http://dx.doi.org/10.2307/249419>

- Van Ryzin, G. G. (2004). The measurement of overall citizen satisfaction. *Public Performance and Management Review*, 27(3), 9-28.
- Wisniewski, M. (2001). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality*, 11(6), 380-388. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000006279>
- Wijaya, Toni. (2011). *Manajemen Kualitas Pelayanan Jasa*, Jakarta: PT. Indexs Permata Puri Media
- Yamit, Zulian. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm* (4th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.