

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA INSTANSI TERHADAP  
KEPUASAN MASYARAKAT PADA PELAYANAN PUBLIK DI KELURAHAN  
PLAMONGANSARI KOTA SEMARANG**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada STIE Pelita Nusantara

Disusun Oleh :

**CHRISTIANI**

**NIM. A02.19.0702**

**STIE PELITA NUSANTARA SEMARANG**

**TAHUN 2023**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PELITA NUSANTARA**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU - MANAJEMEN**

**LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI**

Nama : CHRISTIANI

NIM : A02.19.0702

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA  
INSTANSI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT  
PADA PELAYANAN PUBLIK DI KELURAHAN  
PLAMONGANSARI KOTA SEMARANG

Dinyatakan disetujui dan diterima Dewan Penguji untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar **SARJANA MANAJEMEN**.

Pada Ujian Lisan tanggal :

Ketua Penguji

Anggota Penguji

(YULIATI, S.E., M.M.)

(UNTUNG WIDODO, S.E., M.M.)

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PELITA NUSANTARA**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU – MANAJEMEN**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : CHRISTIANI

NIM : A02.19.0702

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA  
INSTANSI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT  
PADA PELAYANAN PUBLIK DI KELURAHAN  
PLAMONGANSARI KOTA SEMARANG

Telah Diperiksa dan Disetujui

Semarang, Juli 2023

Pembimbing

Dra. Maduretno Widowati, M.M.,

Mengetahui,

Ketua STIE Pelita Nusantara

Dr. Luhglatno, S.E., M.M., M.Si

## HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : CHRISTIANI

NIM : A02.19.0702

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara dan menyatakan bahwa **Tidak melakukan penjiplakan (plagiat)** dalam menyusun skripsi. Apabila terbukti saya melakukan penjiplakan secara sengaja, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Semarang, Juli 2023

CHRISTIANI

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*"Alasan nomor satu kenapa banyak orang gagal dalam hidup adalah karena mereka terlalu mendengarkan teman, keluarga, dan tetangga."*

*Napoleon Hill*

*"Jauhi orang-orang negatif, mereka punya masalah untuk setiap solusi."*

*Albert Einstein*

*"Dunia ini cukup untuk menghidupi seluruh manusia, tetapi tak akan cukup untuk satu orang serakah."*

*Mahatma Gandhi*

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Keluargaku...

Teman-teman yang telah membantuku...

Orang-orang yang aku sayangi dan cintai...

Serta Almamaterku STIE Pelita Nusantara Semarang...

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kepercayaan dan Citra Instansi berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden pada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang dengan menggunakan *link google form* yang disebarakan melalui aplikasi *WhatsApp*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu peneliti memilih sampel *purposive* secara subjektif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan melihat nilai statistik t, stastistik F, dan koefisien determinasi (*R Square*).

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai  $t_{hitung} 8,325 > t_{tabel} 1,658$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sedangkan variabel Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai  $t_{hitung} 1,596 < t_{tabel} 1,658$  dan nilai signifikansi  $0,113 > 0,05$ . Dan secara simultan atau bersama-sama variabel Kepercayaan dan Citra Instansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, dengan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diperoleh nilai sebesar 0,694. Hal ini berarti bahwa 69,4% dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu Kepercayaan dan Citra Instansi. Dan sisanya sebesar 30,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kepercayaan, Citra Instansi, dan Kepuasan Masyarakat.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine whether Trust and Institutional Image affect Community Satisfaction. The sample used in this study was 120 respondents in the public service user community in Plamongansari Village, Semarang City.*

*The data collection method used was using a questionnaire which was distributed to public service users in the Plamongansari Village, Semarang City using the Google form link which was distributed via the WhatsApp application. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach, namely the researcher chooses a purposive sample subjectively. Data analysis in this study used Multiple Linear Regression Analysis by looking at the value of the *t* statistic, *F* statistic, and the coefficient of determination (R Square).*

*Based on the results of the analysis, it shows that partially the Trust variable has a positive and significant effect on Community Satisfaction, while the Institutional Image variable has a negative and insignificant effect on Community Satisfaction. And simultaneously or together the variables Trust and Institutional Image have a positive and significant effect on Community Satisfaction, with a coefficient of determination (Adjusted R Square) obtained a value of 0.694. This means that 69.4% can be explained by the two independent variables, namely Trust and Institutional Image. And the remaining 30.6% is explained by other variables that are not in this study.*

***Keywords: Trust, Institutional Image, and Community Satisfaction.***

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah robbil'alamiin,

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah mengijinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA INSTANSI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA PELAYANAN PUBLIK DI KELURAHAN PLAMONGANSARI KOTA SEMARANG”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang.

Penulis sangat merasakan besarnya rahmat serta karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT, sehingga penulis diberikan kelancaran, kemudahan, kekuatan, kesabaran, kesehatan, dan umur panjang hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Di samping itu penulis juga menerima motivasi, bimbingan, kritikan, saran, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Luhgiatno, S.E., M.M., M.Si, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang.
2. Ibu Rudika Harminingtyas, S.E., M.M., selaku ketua program studi Manajemen sekaligus Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh program studi Manajemen.

3. Ibu Dra. Maduretno Widowati, M.M., selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk selalu memberikan bimbingan, saran, pengarahan, dan koreksi yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
4. Para Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Kedua orang tua saya tercinta, Ibu dan Ayah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, semangat, dukungan moral maupun materi dan saran-saran yang membangun agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Suami dan anak-anakku yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, dan semangat agar skripsi terselesaikan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, doa, serta motivasi kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terima kasih dan balas jasa selain doa, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah atas segala budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Terima kasih atas segala saran dan kritik yang diberikan kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca pada umumnya dan khususnya bagi peneliti-peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

Wabillahi taufik wal hidayah,

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Semarang, Mei 2023

Christiani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN HASIL KARYA.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat.....	9
1.4. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	12
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3. Penelitian Terdahulu.....	39
2.4. Kerangka Pemikiran.....	41
2.5. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Variabel Penelitian.....	44
3.1.1. Variabel Independen.....	44
3.1.2. Variabel Dependen.....	

3.2. Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	45
3.3. Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1. Populasi.....	47
3.3.2. Sampel.....	47
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	48
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5.1. Kuesioner.....	49
3.6. Metode Analisis Data.....	50
3.6.1. Uji Kualitas Data.....	50
3.6.1.1. Uji Validitas.....	50
3.6.1.2. Uji Reliabilitas.....	51
3.6.2. Pengujian Asumsi Klasik.....	52
3.6.2.1. Uji Normalitas.....	53
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas.....	53
3.6.2.3. Uji Heterokedastisitas.....	54
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.6.4. Uji Hipotesis.....	55
3.6.4.1. Uji Parsial (Uji t).....	55
3.6.4.2. Uji Simultan (Uji F).....	57
3.6.4.3. Uji R Square.....	58

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	59
4.2. Deskripsi Sampel.....	59
4.3. Analisis Deskriptif Variabel.....	64
4.4. Hasil Metode Analisis Data.....	67
4.4.1. Hasil Uji Kualitas Data.....	67
4.4.1.1. Uji Validitas.....	67
4.4.1.2. Uji Reliabilitas.....	69

4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.2.1. Hasil Uji Normalitas.....	70
4.4.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
4.4.2.3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	73
4.4.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.4.4. Hasil Uji Hipotesis.....	76
4.4.4.1. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
4.4.4.2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	77
4.4.4.3. Hasil Uji R Square.....	79
4.5. Pembahasan.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	45
Tabel 3.2. Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	50
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman sebagai pengguna.....	63
Tabel 4.6. Deskriptif Frekuensi Indikator Kepuasan Masyarakat.....	64
Tabel 4.7. Deskriptif Frekuensi Indikator Kepercayaan.....	65
Tabel 4.8. Deskriptif Frekuensi Indikator Citra Instansi.....	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.13. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	73
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.15. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	77
Tabel 4.16. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel 4.17. Hasil Uji R Square.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	42
-------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN I – LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN II – TABULASI DATA

LAMPIRAN III – ANALISIS FREKUENSI RESPONDEN DAN VARIABEL

LAMPIRAN IV – UJI KUALITAS DATA

LAMPIRAN V – UJI ASUMSI KLASIK

LAMPIRAN VI – ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

LAMPIRAN VII – UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN VIII – TABEL  $r$ , TABEL  $t$ , TABEL  $F$

LAMPIRAN IX – UJI PLAGIARISME

LAMPIRAN X – LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Pelayanan publik adalah segala kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar sesuai hak-hak dasar setiap warga negara dan penduduk atas suatu barang, jasa dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan yang terkait dengan kepentingan publik. Penyelenggara pelayanan publik adalah lembaga dan petugas pelayanan publik baik Pemerintah Daerah maupun Badan Usaha Milik Daerah yang menyelenggarakan pelayanan publik. Penerima Layanan Publik adalah perseorangan atau sekelompok orang dan atau badan hukum yang memiliki hak dan kewajiban terhadap suatu pelayanan publik.

Sedangkan menurut keputusan menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Kep/25M.Pan/2/2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Masyarakat yang merupakan pelanggan dari pelayanan publik, juga memiliki kebutuhan dan harapan pada kinerja penyelenggara pelayanan publik yang profesional. Sehingga yang sekarang menjadi tugas Pemerintah Pusat maupun Pemerintahan Daerah adalah bagaimana memberikan pelayanan

publik yang mampu memuaskan masyarakat. Adanya implementasi kebijakan desentralisasi dan Otonomi Daerah di Indonesia yang tertuang dalam UU tentang Pemerintahan Daerah menyebutkan bahwa Pemerintah mempunyai tanggung jawab, kewenangan dan menentukan standar pelayanan minimal, hal ini mengakibatkan setiap Daerah (Kotamadya/Kabupaten) di Indonesia harus melakukan pelayanan publik yang sebaik-baiknya dengan standar minimal.

Pelayanan publik menjadi suatu tolok ukur kinerja Pemerintah yang paling kasat mata. Masyarakat dapat langsung menilai kinerja pemerintah berdasarkan kualitas layanan publik yang diterima, karena kualitas layanan publik dirasakan masyarakat dari semua kalangan, dimana keberhasilan dalam membangun kinerja pelayanan publik secara profesional, efektif, efisien, dan akuntabel akan mengangkat citra positif di mata warga masyarakatnya.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional (PROPENAS), perlu disusun studi mengenai kepuasan masyarakat dan menyusun indeks kepuasan masyarakat sebagai tolok ukur untuk menilai tingkat kualitas pelayanan. Di samping itu data indeks kepuasan masyarakat akan dapat menjadi bahan penilaian terhadap unsur pelayanan yang masih perlu perbaikan dan menjadi pendorong setiap unit penyelenggara pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Pelayanan publik oleh aparatur Pemerintah dewasa ini masih banyak dijumpai kelemahan sehingga belum dapat memenuhi kualitas yang

diharapkan masyarakat. Hal ini ditandai dengan masih adanya berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa, sehingga dapat menimbulkan citra yang kurang baik terhadap aparatur Pemerintah. Mengingat fungsi utama Pemerintah adalah melayani masyarakat maka Pemerintah perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan.

Kelurahan sebagai organisasi pemerintahan yang paling dekat dan berhubungan langsung dengan masyarakat merupakan ujung tombak keberhasilan pemerintahan kelurahan dalam meningkatkan pelayanan publik kepada masyarakat, dimana kelurahan terlibat langsung dalam memberikan pelayanan itu. Kelurahan adalah wilayah kerja lurah sebagai perangkat Daerah Kabupaten/daerah Kota di bawah Kecamatan. Kelurahan merupakan perangkat Kecamatan yang dipimpin oleh kepala kelurahan. Pembentukan Kelurahan ditetapkan dengan Peraturan Daerah (Nurcholis:2011:525).

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 43 Tahun 2014 tentang peraturan pelaksanaan Undang-Undang No 6 Tahun 2014 pasal 23 ayat (3) tentang pengisian jabatan lurah dan perangkat kelurahan sebagaimana berasal dari pegawai Negeri sipil dari pemerintah Daerah Kabupaten/Kota bersangkutan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Undang-Undang No. 43 Tahun 2014).

Dalam tatanan keilmuan, pelayanan publik dipandang sebagai suatu proses yang berkesinambungan dan saling keterkaitan yang dilakukan oleh pemerintah kelurahan untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk

masyarakat. Terutama dalam mengatur, mengelola dan menyelesaikan berbagai urusan Pelayanan Publik untuk kepentingan bersama (Mulyadi:2015:1).

Melihat kondisi masyarakat Indonesia saat ini, masih banyak ditemukan keluhan masyarakat dalam hal pelayanan yang mereka peroleh dari pemerintah baik secara langsung dari masyarakat maupun melalui pemberitaan pada media tentang masih rendahnya kualitas pelayanan saat ini.

Pada Era Reformasi saat ini, kinerja pemerintah mendapat sorotan tajam dari masyarakat. Dengan adanya kebebasan dalam menyampaikan pendapat (aspirasinya), banyak ditemukan kritikan yang pedas terhadap kinerja pemerintah, baik itu secara langsung. (melalui forum resmi atau bahkan demonstrasi) maupun secara tidak langsung (melalui tulisan atau surat pembaca pada media massa) (<http://scribd.com/Pemerintahan-Kelurahan/> di akses tanggal 10 April 2023).

Kritikan tersebut tanpa terkecuali mulai dari pemerintah pusat sampai ke pemerintahan terendah yaitu pemerintah “kelurahan”. Dari pemantauan selama ini, pelayanan yang diberikan pemerintah Kelurahan Kenangan Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang terlihat masih adanya keluhan yang disampaikan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini terlihat dari masih rendahnya kedisiplinan dan kurangnya staff kepegawaian di kelurahan tersebut (<http://scribd.com/Pemerintahan-Kelurahan/> di akses tanggal 10 April 2023).

Harusnya dalam melaksanakan kinerja, pihak pemerintah kelurahan harus terlebih dahulu melihat semua faktor kemungkinan yang ada, baik itu

kesempatan, peluang maupun tantangan serta hambatan apa yang ada dalam kondisi saat ini. Kinerja pemerintahan harus mampu menjawab serta memenuhi kehendak pelanggan yaitu masyarakat di kelurahan yang memerlukan pelayanan secara optimal agar tercipta suatu keadaan yang menggambarkan good governance di Kelurahan Plamongansari.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara. Kepuasan pelanggan/masyarakat adalah respon emosional terhadap pengalaman – pengalaman berkaitan dengan produk/jasa tertentu yang dibeli (Tjiptono 2008:353).

Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2009). Kepuasan masyarakat adalah kesimpulan dari interaksi sesudah menggunakan jasa atau pelayanan yang telah diberikan kemudian membandingkan kinerja yang telah diberikan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepuasan masyarakat dapat ditunjukkan melalui sikap masyarakat setelah mengonsumsi produk yang didapatkan. Kepuasan pelanggan akan terlihat dari seberapa baik produk yang didapatkan dan dirasakan. Semakin

baik kualitas produk yang didapatkan, maka kepuasan pelanggan akan semakin baik.

Kata kepuasan berasal dari bahasa Latin “satis” yang berarti cukup baik, memadai, dan “factio” yang berarti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Terdapat banyak faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Masyarakat, yaitu seperti Kepercayaan dan Citra Instansi. Menurut Yousafzai dalam Rahmadi dan Malik, (2016: 130) mendefinisikan kepercayaan sebagai pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing – masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia online jika dibandingkan dengan offline karena transaksi dalam online mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet (Afghani dan Yulianti, 2016: 116).

Kepercayaan membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mengadopsi produk refusbish. (Priyono, 2017: 92).

Menurut Rofiq dalam Priansa (2017: 116), menyatakan bahwa kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam

melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Menurut Mayer et al dalam Priansa (2017: 116), kepercayaan konsumen dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Dalam penelitian Slamet Riyanto dan Titing Qomaryati (2021), menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Sedangkan penelitian menurut Susilowati (2018) bertentangan bahwa Kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.

Faktor kedua di dalam mempengaruhi Kepuasan Masyarakat yaitu Citra Instansi. Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu object tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Seperti yang dijelaskan oleh Roesady, citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu object tertentu. (Ruslan, 2010: 80)

Citra dapat berupa tanggapan positif yang berbentuk dukungan, ikut serta, peran aktif serta tindakan positif lainnya dan tanggapan negatif yang

berbentuk penolakan, permusuhan, kebencian atau bentuk negatif lainnya. Citra sendiri akan melekat pada setiap diri individu maupun instansi, tanggapan positif maupun negatif tergantung pada proses pembentukannya dan pemaknaan dari objek sasaran pembentukan citra. Serta, semua orang memiliki hak untuk memaknai citra personal maupun instansi.

Dalam penelitian Nabilah Nurhayati (2018) dan Muhammad Sukanto, dkk (2021), menyatakan bahwa Citra Instansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Sedangkan penelitian menurut Sutrisno, dkk (2017) dan Nashiruddin Dhiyaulhaq dan Popo Suryana (2021) bertentangan bahwa Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.

**Tabel 1.1**

**Riset Gap**

<b>Variabel Independen</b>	<b>Berpengaruh</b>	<b>Tidak Berpengaruh</b>
Kepercayaan (X1)	Slamet Riyanto dan Titing Qomaryati (2021)	Susilowati (2018)
Citra Instansi (X2)	Nabilah Nurhayati (2018), Muhammad Sukanto, dkk (2021)	Sutrisno, dkk (2017), Nashiruddin Dhiyaulhaq dan Popo Suryana (2021)

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan pengujian kembali untuk mengetahui apakah Kepercayaan

dan Citra Instansi memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat. Maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Citra Instansi Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang?
2. Apakah Citra Instansi berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang?
3. Apakah Kepercayaan dan Citra Instansi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat**

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang;
2. Untuk menganalisis pengaruh Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang;

3. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan dan Citra Instansi secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut :

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan dan pendidikan.

b) Manfaat Praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini mampu memberikan seberapa jauh pengaruh Kepercayaan dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu instansi sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatnya kualitas pelayanan publik.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya.

#### **1.4. Sistematika Penulisan**

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian dahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka pemikiran hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kerangka pemikiran, pengujian hipotesis, sumber data, definisi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

**BAB V : PENUTUP**

Sebagai bab terakhir, bab ini akan menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga memuat

saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

Menurut Sugiyono (2013), landasan teori adalah teori-teori yang relevan dan digunakan untuk menjelaskan tentang variabel-variabel yang akan diteliti serta sebagai dasar hipotesis dan penyusunan instrumen penelitian. Penjabaran teori yang digunakan dalam penelitian akan dijelaskan sebagai berikut :

##### **2.1.1. Kepuasan Masyarakat**

###### **2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Masyarakat**

Kepuasan atau ketidak puasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara. Kepuasan pelanggan/masyarakat adalah respon emosional terhadap pengalaman – pengalaman berkaitan dengan produk/jasa tertentu yang dibeli (Tjiptono 2008:353).

Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2009). Kepuasan masyarakat adalah kesimpulan dari interaksi sesudah menggunakan jasa atau pelayanan yang telah diberikan kemudian membandingkan kinerja yang telah diberikan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepuasan masyarakat dapat ditunjukkan melalui sikap masyarakat setelah mengonsumsi produk yang didapatkan. Kepuasan pelanggan akan terlihat dari seberapa baik produk yang didapatkan dan dirasakan. Semakin baik kualitas produk yang didapatkan, maka kepuasan pelanggan akan semakin baik.

Kata kepuasan berasal dari bahasa Latin “satis” yang berarti cukup baik, memadai, dan “factio” yang berarti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Berikut pengertian Kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli, meliputi: Kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan masyarakat setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya Umar (2015 : 65). Seorang

konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. hubungan antara pelanggan dengan instansi menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli (pemakaian) ulang, terciptanya loyalitas dari pelanggan serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut yang kesemuanya menguntungkan perusahaan. Berdasarkan pada pengertian kepuasan pelanggan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah mengonsumsi produk atau jasa terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan yang diinginkannya.

#### **2.1.1.2. Faktor-Faktor Kepuasan Masyarakat**

Menurut Barnes (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat terhadap penyedia jasa ataupun terhadap organisasi dapat dilihat ke dalam lima level, yaitu :

- 1) Produk atau jasa inti, adalah esensi dari penawaran yang mewakili produk atau jasa inti yang disediakan oleh perusahaan.

- 2) Sistem dan layanan pendukung, meliputi layanan-layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dan layanan atau produk inti.
- 3) Performa teknis, intinya berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk inti dan layanan pendukungnya dengan benar. Penekanannya adalah perusahaan menampilkan produk kepada pelanggan sesuai yang dijanjikan.
- 4) Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan, level ini mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak berbasis teknologi.
- 5) Elemen emosional - dimensi afektif pelayanan inti dari level kelima ini adalah bagaimana kita menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan.

Kelima level pemicu kepuasan pelanggan tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) Perasaan dan emosi yang dikomunikasikan: Pada intinya perasaan apa yang kita timbulkan dalam diri mereka.
- (2) Tingkat pelayanan pribadi, perhatian, kecepatan pelayanan, kualitas umum dari kontak; bagaimana orang diperlakukan dan dilayani.

- (3) Mengikuti standar yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa.
- (4) Sistem penghantaran, rekening, penetapan harga, jaminan, jadwal penanganan keluhan dan keistimewaan lain yang meningkatkan dan mendukung produk atau jasa inti.
- (5) Produk atau jasa inti: inti dari yang kita tawarkan.

### **2.1.1.3. Tingkatan Kepuasan Masyarakat**

Kepuasan masyarakat adalah hasil pengukuran yang diterima langsung oleh masyarakat terhadap pelayanan yang diperoleh pegawai pelayanan. Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi apabila masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa terpuaskan akan pelayanan tersebut.

KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik menyebutkan bahwa, "Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan pelayanan dicapai apabila penerima

pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”.

Oleh karena itu, setiap penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survei Indeks Kepuasan Masyarakat. Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan berbagai metode pengukuran.

Secara sederhana mengemukakan empat metode yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas- luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Media yang bisa digunakan adalah kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.
- 2) Survei Kepuasan Pelanggan Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

#### **2.1.1.4. Indikator Kepuasan Masyarakat**

Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan masyarakat yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014:369-370), yaitu :

- 1) Sistem Keluhan dan Saran Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.
- 2) Survei Kepuasan Pelanggan Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.
- 3) *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan) Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu

pelanggan bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

- 4) Analisis Pelanggan yang Beralih Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan).

## **2.1.2. Kepercayaan**

### **2.1.2.1. Pengertian Kepercayaan**

Menurut Yousafzai dalam Rahmadi dan Malik, (2016: 130) mendefinisikan kepercayaan sebagai pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing – masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia online jika dibandingkan dengan offline karena transaksi dalam online mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan

akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet (Afghani dan Yulianti, 2016: 116).

Kepercayaan membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mengadopsi produk refusbish. (Priyono, 2017: 92).

Menurut rofiq dalam Priansa (2017: 116), menyatakan bahwa kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Menurut Mayer et al dalam Priansa (2017: 116), kepercayaan konsumen dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Dari beberapa uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan seseorang akan suatu produk/jasa.

#### **2.1.2.2. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan menurut Job (2005) dan Putnam (dalam Tranter dan Skrbis, 2009), ada dua yaitu:

1) Faktor rasional.

Faktor rasional bersifat strategis dan kalkulatif dengan kata lain orang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus atau memiliki jabatan profesional. Orang yang memberikan kepercayaan (trustor) dapat memperkirakan apakah orang yang mendapat kepercayaan (trustee) dapat melaksanakan tuntutan trustor tersebut.

Pandangan bahwa munculnya kepercayaan pada umumnya dari faktor rasional (Coleman, Gambetta, Hardin, Luhmann, Yamagishi, dalam Job, 2005; Braun, 2011), dan asumsi bahwa untuk memberi kepercayaan (trust) kepada orang lain harus terlebih dahulu mendapat informasi atau pengetahuan tentangnya.

2) Faktor relasional.

Faktor relasional disebut juga faktor afektif atau moralistik. Kepercayaan relasional berakar melalui etika yang baik, dan berbasis pada kebaikan seseorang. Kepercayaan relasional memiliki dasar nilai yang disepakati suatu komunitas, gerak hati, dan kepentingan bersama. Komunitas memiliki pertimbangan

sebelum memberikan kepercayaan dan sebuah perubahan tidak dibebankan pada satu orang saja (Mishler & Rose dalam Job, 2005).

Teori relasional mengatakan kepercayaan merupakan hal yang terkondisi melalui budaya dan pengalaman, keyakinan mengenai orang yang dapat bekerja di institusi politik. Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan terdiri dari dua hal yakni faktor rasional dan faktor relasional.

### **2.1.2.3. Faktor-Faktor yang Membentuk Kepercayaan**

Menurut Mayer (dalam Ainurrofiq, 2007) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu:

a) Kemampuan.

Kepercayaan adalah ranah khusus, sehingga individu membutuhkan keyakinan akan seberapa baik seseorang memperhatikan performanya. Faktor pengalaman dan pembuktian performanya akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu.

Kim (dalam Ainurrofiq, 2007) menyatakan bahwa *ability* meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

b) Integritas.

Integritas terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai diri seseorang. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan.

Kim (dalam Ainurrofiq, 2007) mengemukakan bahwa integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterusterangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).

c) Kebaikan hati.

Kebaikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Ada ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut akan mengarahkannya untuk memikirkan orang tersebut dan memberikan intense untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut.

Menurut Kim (dalam Ainurrofiq, 2007), *benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

Adanya beberapa faktor yang telah disebutkan maka dapat disimpulkan faktor yang membentuk kepercayaan antara individu dengan yang lain yaitu faktor kemampuan, integritas dan faktor kebaikan hati.

#### **2.1.2.4. Indikator Kepercayaan**

Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu :

1) Kehandalan

Kehandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran.Kehandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan suatu instansi dalam melakukan pelayanan dari dulu sampai sekarang.

2) Kejujuran

Bagaimana instansi menawarkan pelayanan apa saja yang sesuai dengan informasi yang diberikan instansi kepada masyarakat.

3) Kepedulian

Instansi yang selalu melayani dengan baik masyarakatnya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan masyarakat serta selalu menjadikan masyarakat sebagai prioritas.

4) Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada suatu instansi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

### **2.1.3. Citra Instansi**

#### **2.1.3.1. Pengertian Citra**

Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu object tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Seperti yang dijelaskan oleh Roesady, citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu object tertentu. (Ruslan, 2010: 80)

Citra dapat berupa tanggapan positif yang berbentuk dukungan, ikut serta, peran aktif serta tindakan positif lainnya dan tanggapan negatif yang berbentuk penolakan, permusuhan, kebencian atau bentuk negatif lainnya. Citra sendiri akan melekat pada setiap diri individu maupun instansi, tanggapan positif maupun negatif tergantung pada proses pembentukannya dan pemaknaan dari objek sasaran pembentukan citra. Serta, semua orang memiliki hak untuk memaknai citra personal maupun instansi.

#### **2.1.3.2. Jenis-Jenis Citra**

Menurut Frank Jefkins (2003) dalam bukunya Hubungan Masyarakat menyebutkan adanya beberapa citra yakni :

- 1) Mirror Image (Citra Bayangan).

Sebuah penggambaran citra yang diyakini dan dianggap benar oleh instansi atau pimpinan dalam suatu instansi memiliki anggapan pihak luar instansi sudah memandang bahwa instansinya memiliki tanggapan baik, padahal tidak selamanya pandangan diluar perusahaan selalu baik. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan keinginan yang berbeda dengan realita yang terjadi pada publik luas mengenai instansi tersebut.

## 2) *Current Image* (Citra Kini).

Citra yang erat kaitannya dengan *word of mouth* atau informasi yang di peroleh dari orang lain. Citra kini berkaitan dengan pengalaman seseorang mengenai suatu organisasi/instansi/perusahaan yang kemudian pengalaman yang dia dapatkan diceritakan kepada orang lain. Hal tersebut tidak akan menjadi sebuah permasalahan ketika yang diceritakan adalah hal positif mengenai instansi, tapi akan menjadi suatu permasalahan yang serius ketika pengalaman yang di ceritakan adalah sesuatu yang negatif mengenai instansi, yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasanga buruk (*prejudice*) sehingga mengakibatkan munculnya kesalahpahaman (*misunderstanding*) yang mengakibatkan ketidakpercayaan terhadap suatu instansi.

3) *Wish Image* (Citra Keinginan).

Citra yang harapan dari instansi dan di terima dan dimaknai dengan baik oleh publiknya. Citra keinginan merupakan citra yang berbanding lurus antara harapan dan hasil, instansi memiliki harapan positif dan publiknya menerima kesan tersebut secara positif.

4) *Corporate Image* (Citra Perusahaan).

Sebuah upaya dari perusahaan mengenai tujuan kedepan perusahaan di mata publiknya, tentang bagaimana citra perusahaan mendapatkan citra positif, lebih di kenal dan di terima dengan baik oleh publiknya. Humas berperan untuk mengupayakan dan bertanggung jawab untuk memajukan citra perusahaan yang menjadi salah satu tujuan utama perusahaan.

5) *Multiple Image* (Citra Serbaneka).

Merupakan citra pelengkap dari citra perusahaan. Hal ini bisa meliputi logo, atribut identitas, brand name, uniform, para pekerja profesionalnya yang diidentikkan kedalam citra serbaneka yang diintegrasikan dengan citra perusahaan.

6) *Performance Image* (Citra Penampilan).

Citra ini lebih ditujukan kepada subyek dari perusahaan yang berkaitan dengan kinerja atau penampilan diri dari

setiap anggota organisasi sehingga dapat membawa citra organisasi. Hal ini juga bisa ditilik dengan etika perusahaan mulai dari menyapa, bersikap, serta berinteraksi dengan pelanngannya.

Sedangkan citra menurut M. Linggar Abggoro dalam buku Teori & Profesi Kehumasan (2001: 59-68) ada lima jenis yakni:

1) Citra Bayangan

Citra yang melekat pada orang atau anggota organisasi yang biasanya adalah pimpinan (leader) mengenai pandangan pihak luar tentang organisasinya. Sebuah bayangan mengenai pandangan orang dalam mengenai pandangan orang luar. Citra yang kadangkala tidak tepat, atau bahkan hanya sebuah ilusi belaka, yang didasari oleh kurang memadainya informasi, pengetahuan maupun pemahaman oleh kalangan dalam organisasi mengenai pendapat atau pandangan pihak diluar organisasi. Anggapan citra positif atau bahkan sangat positif karena kebanggan mengenai organisasi sehingga merasa serba hebat sehingga muncullah anggapan yang dirasakan orang dalam adalah sama dengan orang luar. Anggapan tersebut belum tentu selalu benar, bahkan

bertentangan dengan harapan yang sudah tertanam dalam orang dalam.

## 2) Citra yang Berlaku

Sebuah citra mengenai pandangan yang sudah melekat pada orang luar terhadap organisasi. Seperti halnya cita bayangan hal ini tidak semerta-merta benar. Citra yang berlaku tidak selamanya sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang luar yang bersangkutan yang terkadang tidak memadai. Biasanya citra ini cenderung negatif yang bersifat memusih, penuh prasangka, apatis, dan keacuhan. Citra ini sangat ditentukan oleh jumlah informasi yang didapatkan oleh penganutnya. Sebuah kewajaran dengan dunia yang begitu padat dan produktif ini mendapatkan informasi yang memadai.

## 3) Citra Harapan

Suatu Citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra yang tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya lebih baik daripada citra yang ada, meski dalam kondisi tertentu citra yang terlalu baik, bisa jadi akan menjadi sesuatu yang merepotkan. Secara umum citra harapan merupakan sesuatu yang memiliki konotasi lebih baik.

#### 4) Citra Perusahaan

Citra perusahaan atau citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan bukan hanya soal produk dan pelayanan semata yang terbentuk karena banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dalam bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi pencipta lapangan pekerjaan yang besar, kesediaan untuk memikul tanggung jawab social, komitmen tentang pengadaan riset serta lain sebagainya.

#### 5) Citra Majemuk

Setiap perusahaan pastinya memiliki banyak unit dan pegawai. Setiap unit dan individu memiliki perilaku tersendiri, jadi secara sengaja maupun tidak merekan akan memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi secara keseluruhan. Secara tidak langsung jumlah citra suatu organisasi atau perusahaan sama banyaknya dengan jumlah pegawainya.

Dari pandangan Frank Jefkins dan M. Linggar Abggoro mereka sama-sama menjabarkan citra baik dari segi pandangan seorang pemimpin, pandangan orang diluar

perusahaan, citra yang diharapkan oleh perusahaan agar terbentuk di benak khalayak diluar perusahaan melalui perilaku dari orang-orang didalam perusahaan yang berupa pelayanan terhadap pelanggan, serta citra yang dibentuk untuk menyamakan visi misi dari dalam perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas dari setiap komponen dalam perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dari perusahaan tersebut.

Dari kedua pandangan tersebut Frank Jefkins menambahkan citra serbaneka yang meliputi logo, atribut identitas, brand name, uniform yang bertujuan sebagai perwujudan dari identitas akan sebuah perusahaan sehingga setiap orang diluar perusahaan dapat dengan mudah mengetahui perusahaan tersebut.

Citra yang terbentuk baik citra positif maupun citra negatif bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku (*current images*). Kesan yang terbentuk berlandaskan pada pengalaman, pengetahuan serta pemahaman mengenai kenyataan yang sesungguhnya. Factor-faktor tersebut yang menjadikan media merupakan pilihan tepat sebagai alat untuk membangun opini publik, dengan memberikan informasi-informasi yang dapat mengarahkan pikiran orang kepada tujuan yang diinginkan sang pembuat informasi.

### 2.1.3.3. Peran Citra

Perusahaan memiliki karakteristik, identitas dan nilai yang dipertahankan dimata masyarakat . Hal ini sering dikenal dengan citra perusahaan. Keberadaan citra perusahaan bersumber dari pengalaman atau upaya komunikasi perusahaan dengan dasar keberlanjutan perusahaan dan keuntungan. Kasali (2003:28) mengemukakan pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna Menurut Harrison (2004:71) informasi yang lengkap mengenai citra instansi meliputi empat elemen sebagai berikut :

1) *Personality* :

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti instansi yang dapat dipercaya, instansi yang mempunyai tanggung jawab sosial.

2) *Reputation* :

Hal yang telah dilakukan instansi dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain.

3) *Value* :

Nilai yang dimiliki suatu instansi dengan kata lain budaya instansi seperti sikap manajemen yang peduli

terhadap masyarakat, pegawai yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4) *Corporate Identity* :

Komponen yang mempermudah pengenalan public sasaran terhadap instansi seperti logo, warna, dan slogan.

#### **2.1.3.4. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Instansi**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi citra instansi, antara lain yaitu sebagai berikut :

- 1) Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh konsumen khalayak sarannya.
- 2) Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas dan kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi khalayaknya.
- 3) Citra yang baik tersebut telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan kebanggaan, nilai kepercayaan, dan kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran.
- 4) Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi, dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatannya.

- 5) Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup. Menggunakan teknologi ramah lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

Pembentukan citra suatu perusahaan berkaitan erat dengan persepsi, sikap (pendirian), dan opini masyarakat terhadap perusahaan. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi pembentukan citra perusahaan, yaitu:

- 1) Identitas fisik.

Dalam hal ini yang dilihat adalah visual (nama organisasi, logo, teks pilihan font, warna, sosok gedung, dan lobi kantor), audio (seperti jingle organisasi), media komunikasi (company profile, brosur, leaflet, laporan tahunan, dan pemberitaan media).

- 2) Identitas non fisik.

Dilihat dari sejarah organisasi atau perusahaan, filosofi, kepercayaan, nilai-nilai dan budaya.

- 3) Manajemen organisasi.

Seperti visi, misi, sistem, kebijakan, aturan, alur prosedur, teknologi, sumber daya manusia (SDM),

strategi organisasi, job design, sistem pelayanan, positioning produk.

4) Kualitas hasil.

Mutu produk dan pelayanan.

5) Aktivitas dan pola hubungan.

Dinilai dari hubungan organisasi atau perusahaan dengan publik, respon tanggung jawab sosial organisasi, kualitas komunikasi, pengalaman pelanggan, dan jaringan komunikasi.

#### **2.1.3.5. Indikator Citra Instansi**

Menurut Sari (2012), terdapat beberapa indikator yang menjadi dasar pembentukan citra instansi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kepribadian. Keseluruhan karakteristik instansi yang dipahami publik sasaran seperti instansi yang dapat dipercaya, instansi yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) Reputasi. Hak yang telah dilakukan instansi dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.

- 3) Nilai. Nilai-nilai yang dimiliki suatu instansi dengan kata lain budaya instansi seperti sikap manajemen yang peduli terhadap masyarakat, pegawai yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan masyarakat.
- 4) Identitas instansi. Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap instansi seperti logo, warna, dan slogan.

Menurut Irawan (2005), semakin banyak dimensi yang diperoleh oleh sebuah instansi maka citra instansi akan semakin baik, adapun dimensi citra instansi adalah sebagai berikut :

- 1) Dimensi *quality*.

*Quality* ialah perhatian tinggi terhadap konsumen, produk atau jasa berkualitas tinggi, kepercayaan, dan inovatif.

- 2) Dimensi *performance*.

*Performance* ialah instansi yang memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang dan instansi yang dikelola dengan baik.

- 3) Dimensi *responsibility*.

*Responsibility* ialah instansi yang peduli terhadap lingkungan dan instansi yang memiliki tanggung jawab sosial.

4) Dimensi *attractiveness*.

*Atrativeness* ialah instansi merupakan tempat kerja idaman dan instansi memiliki pegawai yang berkualitas.

## **2.2. Hubungan Antar Variabel**

### **2.2.1. Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Kepuasan Masyarakat**

Septiawan (2014) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan hal yang penting bagi komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan ada jika pelanggan percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari suatu pelayanan. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh masyarakat untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan masyarakat (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Menurut Norhermaya dan Soesanto (2016), membentuk kepercayaan masyarakat merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan masyarakat. Menurut Danesh, Nasab, dan Ling (2012), kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi

kepercayaan atau terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain tersebut. Kepercayaan yang tinggi oleh masyarakat terhadap instansi akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan pelayanan instansi, seperti Widiyanto yang menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat (trust) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan kinerja instansi (Laely, 2016, p. 63).

### **2.2.2. Hubungan Antara Citra Instansi Terhadap Kepuasan Masyarakat**

Citra adalah pandangan masyarakat terhadap jati diri instansi. Sehingga para pegawai bisa merasakan adanya persektif yang sesuai dengan harapan mereka. Pendapat dari Kotler dan Keller (2012), citra instansi adalah kumpulan keyakinan, adanya ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap sebuah objek. Citra berkaitan dengan menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek yang memberikan kepuasan terhadap masyarakat.

Citra instansi yang dibuat oleh pegawai pada suatu instansi dapat meningkatkan kepuasan masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik citra instansi yang dilakukan oleh pegawaimaka akan meningkat pula tingkat kepuasan masyarakat pada instansi tersebut.

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian ini didukung dengan jurnal-jurnal yang berisi penelitian sejenis dan sudah pernah dilakukan sebelumnya pada obyek yang berbeda untuk pembuatan hipotesis. Beberapa penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No.	Judul	Peneliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Masyarakat	Slamet Riyanto dan Titing Qomaryati (2021)	Analisis Regresi Linier Berganda	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat	Muhamad Ruskamto,dkk (2021)	Analisis Regresi Linier Berganda	Citra Instansi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat

3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat	Nashiruddin Dhiyaulhaq dan Popo Suryana (2021)	Analisis Regresi Linier Berganda	Citra Instansi berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Masyarakat
4	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat	Kasinem (2021)	Analisis Regresi Linier Berganda	Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Masyarakat
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Masyarakat	Astri Dwi Lestari (2019)	Analisis Regresi Linier Berganda	Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat

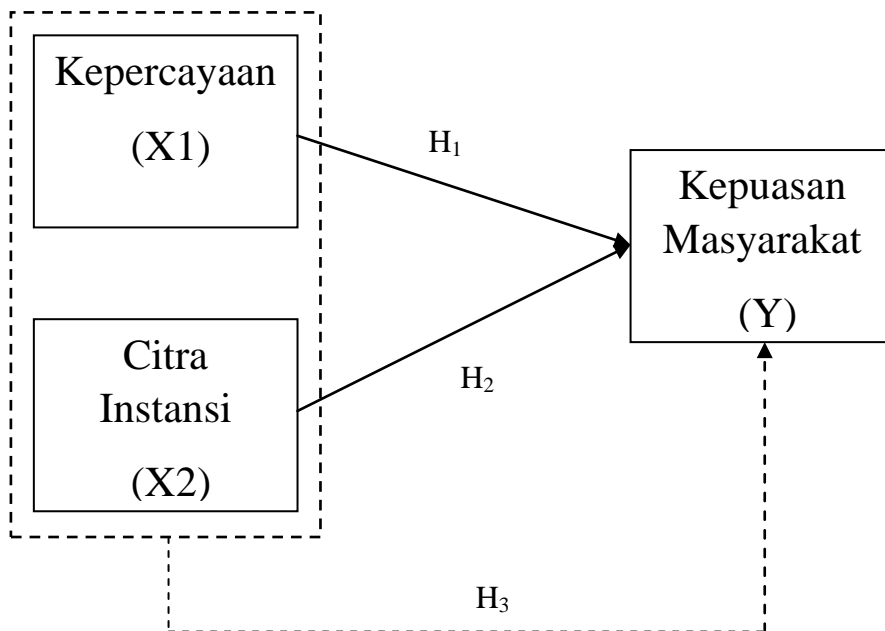
6	Pengaruh Pelayanan dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat	Nabilah Nurhayati (2018)	Analisis Regresi Linier Berganda	Citra Instansi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat
7	Pengaruh Kepercayaan, Tanggung Jawab, dan Sikap terhadap Kepuasan Masyarakat	Susilowati (2018)	Analisis Regresi Linier Berganda	Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Masyarakat
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat	Nashiruddin Dhiyaulhaq dan Popo Suryana (2021)	Analisis Regresi Linier Berganda	Citra Instansi berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Masyarakat

#### 2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu pola berfikir atau cara berfikir yang digunakan dalam sebuah penelitian, Ferdinand (2016). Berdasarkan landasan

teori dan menurut penelitian terdahulu, dapat disusun kerangka pemikiran pada penelitian ini. Model yang digunakan terdiri dari dua variabel independen yaitu Kepercayaan dan Citra Instansi. Kemudian terdapat variabel dependen yaitu Kepuasan Masyarakat.

Dari ulasan hubungan antar variabel di atas maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran**

**Keterangan :**

————→ Garis hubung parsial variabel independen terhadap variabel dependen

-----→ Garis hubung simultan variabel independen terhadap variabel dependen

## **2.5. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut. Berdasarkan landasan konseptual dan kerangka berfikir di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Diduga Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat

H2 : Diduga Citra Instansi berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat

H3 : Diduga Kepercayaan dan Citra Instansi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013), variabel penelitian adalah suatu karakteristik, ciri, sifat atau nilai dari suatu obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian diambil kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu Variabel Terikat (dependen) dan Variabel Bebas (Independen).

##### **3.1.1. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang tergantung dan terikat dengan variabel lain. Pada penelitian ini Kepuasan Masyarakat (Y) adalah variabel yang digunakan sebagai dependennya.

##### **3.1.2. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang tidak tergantung dan tidak terikat pada variabel lain, dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah :

- 1) Kepercayaan (X1)
- 2) Citra Instansi (X2)

### 3.2. Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Definisi operasional adalah penentuan definisi, penjelasan, tafsir atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional adalah penentuan interpretasi atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional merupakan definisi dari variabel yang menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik, Sugiono (2013).

**Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
<b>Kepuasan Masyarakat</b>  (Y)	Kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan masyarakat setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. (Umar, 2015)	1. Sistem Keluhan dan saran industri 2. Survei kepuasan pelanggan industri 3. Ghost shipping (pelanggan bayangan) 4. Analisis pelanggan (Tjiptono, 2014)

<p><b>Kepercayaan</b></p> <p><b>(X1)</b></p>	<p>Kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. (Rofiq dalam Priansa, 2017)</p>	<p>1. Kehandalan</p> <p>2. Kejujuran</p> <p>3. Kepedulian</p> <p>4. Kredibilitas</p> <p>(Maharani, 2010)</p>
<p><b>Citra Instansi</b></p> <p><b>(X2)</b></p>	<p>Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. (Ruslan, 2010)</p>	<p>1. Kepribadian</p> <p>2. Reputasi</p> <p>3. Nilai</p> <p>4. Identitas instansi</p> <p>(Sari, 2012)</p>

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Menurut (Sugiono,2010) Populasi merupakan sekumpulan individu dengan ciri-ciri yang sama yang terdiri atasobyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pendapat tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berusia 20-61 tahun dan menggunakan pelayanan selama bulan Januari-Desember 2022 di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang yaitu sebesar 9918 orang.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah subyek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand,2006). Subyek ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin jika meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan purposive sampling yaitu peneliti memilih sampel purposive secara subyektif (Ferdinand,2006). Pemilihan sampel bertujuan dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami informasi seperti itu dan mereka memenuhi kriteria yang dilakukan oleh peneliti. Calon responden harus memiliki kriteria tertentu yaitu, responden yang dipilih merupakan seluruh masyarakat

yang berusia diatas 20 tahun dan menggunakan pelayanan selama bulan Januari-Desember 2022 di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang.

Penentuan jumlah sampel berdasarkan Ferdinan (2005) menyatakan jumlah sampel adalah 5-10 kali jumlah indikator ditambahkan jumlah Variabel Laten. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 12, variable laten sebanyak 3. Maka jumlah sampel minimal adalah  $8*(12+3) = 120$ . Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu metode *quota sampling*. Sukmadinata (2008) *quota sampling* adalah metode untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan. Jumlah kuota sampel ditentukan sebesar 150 responden.

#### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di dapat langsung dari masyarakat yang menggunakan pelayanan di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang dengan menyebarkan kuesioner yang menanyakan tentang pengaruh Kepercayaan dan Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Kuesioner**

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data dari para responden dan disebar selama satu bulan di bulan Februari. Menurut Sugiono (2013), kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pada penelitian menggunakan kuesioner pertanyaan terbuka dan kuesioner pertanyaan tertutup. Kuesioner pertanyaan terbuka untuk menanyakan nama, usia, dan jenis kelamin dari responden. Kuesioner pertanyaan tertutup untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada kuesioner mengenai Kepercayaan dan Citra Instansiterhadap Kepuasan Masyarakat.

Dalam kuesioner yang diberikan kepada para responden menggunakan skala likert 1-5 dalam menjawab pernyataan yang diberikan. Dimana pada skala 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan pada skala 5 menunjukkan sangat setuju. Pada skala ini responden diminta memilih salah satu dari skala yang ada disetiap pernyataan.

Pemberian skor untuk masing-masing jawaban dalam kuesioner dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 3.2**

**Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup**

<b>Sangat Tidak Setuju ( STS)</b>	<b>Tidak Setuju (TS)</b>	<b>Netral (N)</b>	<b>Setuju (S)</b>	<b>Sangat Setuju (ST)</b>
1	2	3	4	5

**3.6. Metode Analisis Data**

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Penelitian ini menggunakan tahap-tahap pengujian sebagai berikut:

**3.6.1. Uji Kualitas Data**

Mutu dari hasil penelitian dapat ditentukan oleh kebenaran dari data yang diperoleh. Untuk menguji kualitas data digunakan dua pengujian berikut :

**3.6.1.1. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu kuesioner, Sugiyono (2013). Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

Rxy = koefisien korelasi (r-hitung)

n = jumlah responden

x = skor variable independen

y = skor variable dependen

xy = hasil kali skor butir dengan skor total

Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas dari indikator adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan kuesioner dianggap valid dan pertanyaan kuesioner dapat digunakan pada penelitian ini.
- 2) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan kuesioner dianggap tidak valid dan pertanyaan kuesionernya tidak dapat digunakan pada penelitian ini.

### 3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu

ke waktu (Ghozali, 2011). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika dicobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang berbeda akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis terhadap responden.

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  : Koefisien *Alpha Cronbach*

$k$  : Jumlah butiran pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah variansi butiran

$\sigma_t^2$  : Varian total

Dalam melakukan perhitungan tersebut akan dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu SPSS dengan menggunakan model Alpha. Variabel dapat dikatakan reliabel jika membentuk *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2016).

### 3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan dapat dipergunakan dalam melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik.

### 3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data berdistribusi normal atau tidak, Ghozali (2016).

Uji Normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Normalitas dapat dilihat dengan uji *kolmogrov Smirnov*. Uji *Kolmogrov Smirnov* dipilih dalam penelitian ini karena uji ini dapat secara langsung menyimpulkan apakah data terdistribusi normal secara statistik atau tidak. Apabila nilai Z statistiknya tidak signifikan maka suatu data disimpulkan terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan bantuan software SPSS.

### 3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2016).

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ . Uji

ini dapat di lakukan dengan alat bantu program komputer yaitu SPSS.

### 3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016).

Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan meregresikan variabel bebas dengan menggunakan nilai residual mutlaknya. Jika nilai signifikansi antara variable independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Cara menganalisis asumsi heterokedastisitas dengan uji glejer dimana :

- a) Regresikan variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y),
- b) Hitung nilai prediksinya dan nilai residualnya,
- c) Mutlakkan nilai residualnya,
- d) Regresikan variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya,

- e) Jika signifikan berarti terjadi gejala heterokedastisitas dan sebaliknya jika tidak signifikan berarti tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

#### **3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variable-variable independen penelitian ini yaitu Kepercayaan (X1) dan Citra Instansi (X2) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y). Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

a : Konstanta

Y : Kepuasan Masyarakat

$\beta_1$  : Koefisien regresi variabel Kepercayaan

$\beta_2$  : Koefisien regresi variabel Citra Instansi

X1 : Kepercayaan

X2 : Citra Instansi

e : *Error*

#### **3.6.5. Uji Hipotesis**

##### **3.6.5.1. Uji Parsial (Uji t)**

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara

individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Dalam pengujian hipotesis yang menggunakan uji dua pihak (*two tails*) ini berlaku ketentuan, bahwa bila harga t hitung, berada pada daerah penerimaan  $H_0$  atau terletak diantara harga tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dengan demikian bila harga t hitung lebih kecil atau sama dengan ( $\leq$ ) dari harga tabel maka  $H_0$  diterima. Harga t hitung adalah harga mutlak, jadi tidak dilihat (+) atau (-) nya (Sugiyono, 2010).

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan mengapa dependen yang lain konstan. pengaruh tersebut dapat dilihat dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan t hitung. Apabila nilai t hitung  $>$  t tabel maka variabel independen secara individual memengaruhi dependen, sebaliknya jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. Jika t hitung  $>$  t table berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika t hitung  $<$  t table berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Uji t bisa juga dilihat pada tingkat signifikansinya. Jika tingkat signifikansi  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika tingkat signifikansi

$> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (Duwi Priyatno, 2012).

Artinya uji ini digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel-variabel independen pada penelitian ini yaitu Kepercayaan (X1) dan Citra Instansi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Masyarakat (Y).

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- 1)  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$  artinya adalah variabel-variabel independen secara individual tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen penelitian.
- 2)  $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  artinya adalah variabel-variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen penelitian.

Kriterian pengujian dengan tingkat signifikan sebesar 0.05 adalah sebagai berikut :

- 1)  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima,
- 2)  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### **3.6.5.2. Uji Simultan (Uji F)**

Uji signifikansi simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel Kepercayaan dan Citra Instansi yang dimasukkan ke dalam model penelitian memiliki pengaruh yang bersama-sama terhadap Kepuasan Masyarakat.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel yang memiliki signifikansi sebesar 0.05. Uji ini dapat dilakukan dengan alat bantu program komputer yaitu SPSS.

Pada penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : \beta_i = 0$ , artinya adalah variabel independen (Kepercayaan dan Citra Instansi) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Masyarakat)
- 2)  $H_a : \beta_i \neq 0$ , artinya adalah variabel independen (Kepercayaan dan Citra Instansi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Masyarakat)

#### **3.6.5.3. Uji R Square**

Koefisien determinasi atau  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Deskripsi Obyek Penelitian**

Obyek penelitian ini adalah masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari. Plamongansari adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas daerah 265,931 Ha. Kantor Kelurahan Plamongansari terletak di Jalan Plamongansari V. Di wilayah seluas itu terbagi menjadi 16 RW dan 89 RT. Untuk sarana rekreasi dan olahraga telah tersedia sebanyak 21 taman dan 5 lapangan olahraga.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 150 melalui google form kepada seluruh masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari. Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 1 April – 14 April 2023. Sebanyak 150 responden yang berpartisipasi untuk mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa kuesioner yang telah disebar berjumlah 150 responden, dan terdapat pengisian kuesioner yang tidak lengkap sehingga sampel yang dapat digunakan sebanyak 120 sampel.

#### **4.2. Deskripsi Sampel**

Metode penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari, jumlah kuesioner yang didapatkan pada penelitian ini adalah 120 responden

yang telah sesuai dengan sampel minimal yang diharapkan sebagai perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini.

#### **4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari yang diteliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	50	41,60%
Perempuan	70	58,40%
Total	120	100%

Sumber : Data primer yang dolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1. di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang paling banyak berpartisipasi di dalam pengisian kuesioner adalah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 70 orang dengan persentase 58,40%.

#### **4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia pada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari yang diteliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
21-25	15	12,50%
26-30	30	25,00%
31-35	10	8,30%
>36	65	54,20%
Total	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dijelaskan bahwa responden yang paling banyak berpartisipasi di dalam pengisian kuesioner adalah responden yang berusia >36 tahun yaitu sebanyak 65 orang dengan persentase 54,20%.

**4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari yang diteliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SD	1	0,80%
SMP	5	4,20%

SMA/SMK	80	66,70%
D3	4	3,30%
S1	30	25,00%
Total	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang paling banyak berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah responden dengan jenjang pendidikan SMA/SMK yaitu 80 orang dengan persentase 66,70%.

#### 4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari yang diteliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.4**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Mahasiswa	10	8,30%
PNS	3	2,50%
Karyawan Swasta	41	34,20%
Wirausaha	51	42,50%
Lainnya	15	12,50%
Total	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang paling banyak berpartisipasi di dalam pengisian kuesioner adalah responden dengan pekerjaan sebagai Wirausaha yaitu 51 orang dengan persentase 42,50%.

#### **4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Sebagai**

##### **Konsumen**

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pengalaman sebagai masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari yang diteliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.5**

##### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Sebagai Pengguna**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 10 Kali	63	52,50%
> 10 Kali	57	47,50%
Total	120	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang paling banyak berpartisipasi di dalam pengisian kuesioner berdasarkan pengalaman sebagai pengguna yaitu <10 kali berjumlah 63 orang dengan persentase 52,50%.

### 4.3. Analisis Deskriptif Variabel

Variabel penelitian ini terdiri dari Kepuasan Masyarakat (Y), Kepercayaan (X1), Citra Instansi (X2).

#### 4.3.1. Deskriptif Frekuensi Kepuasan Masyarakat

Hasil analisis deskriptif untuk variabel Kepuasan Masyarakat disajikan dalam tabel 4.6 sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

**Deskriptif Frekuensi Indikator Kepuasan Masyarakat (Y)**

Indikator	N	Frekuensi Skor					Persentase Skor				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Kepuasan Masyarakat1	120	0	0	21	39	60	0%	0%	17,50%	32,50%	50,00%
Kepuasan Masyarakat 2	120	0	0	25	45	50	0%	0%	20,80%	37,50%	41,70%
Kepuasan Masyarakat 3	120	0	0	21	48	51	0%	0%	17,50%	40,0%	42,50%
Kepuasan Masyarakat 4	120	0	0	14	31	75	0%	0%	11,70%	25,80%	62,50%

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa skor maksimum yang dipilih oleh responden untuk setiap indikator adalah 5, sedangkan skor minimum yang dipilih adalah 1. Frekuensi tertinggi pilihan responden pada nomor 5. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa variabel Kepercayaan dan Citra Instansi mempengaruhi Kepuasan Masyarakat.

#### 4.3.2. Deskriptif Frekuensi Kepercayaan

Hasil analisis deskriptif untuk variabel Kepercayaan disajikan dalam tabel 4.7 sebagai berikut :

**Tabel 4.7. Deskriptif Frekuensi Indikator Kepercayaan (X1)**

Indikator	N	Frekuensi Skor					Persentase Skor				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Kepercayaan 1	120	0	0	11	37	72	0%	0%	9,10%	30,90%	60,00%
Kepercayaan 2	120	0	0	20	35	65	0%	0%	16,70%	29,20%	54,10%
Kepercayaan 3	120	0	0	24	30	66	0%	0%	20,00%	25,00%	55,00%
Kepercayaan 4	120	0	0	21	34	65	0%	0%	17,50%	28,30%	54,20%

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa skor maksimum yang dipilih oleh responden untuk setiap indikator adalah 5, sedangkan skor

minimum yang dipilih adalah 1. Frekuensi tertinggi pilihan responden pada nomor 5. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa Kepercayaan mempengaruhi Kepuasan Masyarakat.

### 4.3.3. Deskriptif Frekuensi Citra Instansi

Hasil analisis deskriptif untuk variabel Citra Instansi disajikan dalam tabel 4.8 sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

**Deskriptif Frekuensi Indikator Citra Instansi (X2)**

Indikator	N	Frekuensi Skor					Persentase Skor				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Citra Instansi 1	120	0	0	24	40	56	0%	0%	20,00%	33,30%	46,70%
Citra Instansi 2	120	0	0	28	40	52	0%	0%	23,30%	33,30%	43,40%
Citra Instansi 3	120	0	0	22	42	56	0%	0%	18,30%	35,00%	46,70%
Citra Instansi 4	120	0	0	20	41	59	0%	0%	16,60%	34,20%	49,20%

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa skor maksimum yang dipilih oleh responden setiap indikator adalah 5. Sedangkan skor minimum yang dipilih adalah 1. Frekuensi tertinggi pilihan responden

pada nomor 5. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Citra Instansi mempengaruhi Kepuasan Masyarakat.

#### **4.4. Hasil Metode Analisis Data**

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Penelitian ini menggunakan tahap-tahap pengujian sebagai berikut:

##### **4.4.1. Hasil Uji Kualitas Data**

Mutu dari hasil penelitian dapat ditentukan oleh kebenaran dari data yang diperoleh. Untuk menguji kualitas data digunakan dua pengujian berikut :

###### **4.4.1.1. Hasil Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu kuesioner, Sugiyono (2013). Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Dengan ketentuan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $N-2$ . Jumlah sampel  $s(N)$  dalam penelitian ini adalah 120 orang. Sehingga  $df = 120-2 = 118$ , dengan nilai signifikansi 5 persen didapat  $r$  tabel = 0,1793. Apabila nilai  $r$  hitung  $>r$  tabel maka data dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil pengujian SPSS dapat diketahui hasil uji validitas pada variabel Kepercayaan, Citra Instansi, dan Kepuasan Masyarakat, responden menunjukkan masing-masing indikator dikatakan valid, hal ini dibuktikan dengan  $r$  hitung dan  $r$  tabel (0,1793). Tabel 4.10 akan menunjukkan hasil uji validitas.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepercayaan	1	0,875	0,1793	Valid
	2	0,820		Valid
	3	0,890		Valid
	4	0,865		Valid
Citra Instansi	1	0,893	0,1793	Valid
	2	0,818		Valid
	3	0,845		Valid
	4	0,702		Valid
Kepuasan Masyarakat	1	0,847	0,1793	Valid
	2	0,870		Valid
	3	0,810		Valid
	4	0,766		Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dari semua variabel sehingga dapat dikatakan bahwa data valid dan layak untuk dilakukan penelitian.

#### 4.4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Variabel dapat dikatakan reliabel jika membentuk *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2016). Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.11 sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
1	Kepercayaan	0,884	Reliabel
2	Citra Instansi	0,830	Reliabel
3	Kepuasan Masyarakat	0,843	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 untuk ke semua varabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa data reliabel dan layak untuk dilakukan penelitian.

#### **4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan dapat dipergunakan dalam melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik.

##### **4.4.2.1. Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data berdistribusi normal atau tidak, Ghozali (2016).

Uji Normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Normalitas dapat dilihat dengan uji *kolmogrov Smirnov*. Uji *Kolmogrov Smirnov* dipilih dalam penelitian ini karena uji ini dapat secara langsung menyimpulkan apakah data terdistribusi normal secara statistik atau tidak. Apabila nilai Z statistiknya tidak signifikan maka suatu data disimpulkan terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan bantuan software SPSS. Hasil pengujian normalitas dalam penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,34846314
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,124
	Negative	-,066
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada tabel 4.12 di atas diketahui bahwa nilai Asymp. Sign (2-tailed) yaitu 0,200. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi di atas 0,05 maka data terdistribusi normal. Dalam hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.4.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2016).

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\geq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ . Uji ini dapat di lakukan dengan alat bantu program komputer yaitu SPSS. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kepercayaan	,489	2,044
	Citra Instansi	,258	3,877

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Dari hasil tabel 4.13. Variabel Kepercayaan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,489 dan nilai VIF sebesar 2,044. Variabel Citra Instansi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,258

dan nilai VIF sebesar 3,877. Maka dapat diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga tidak ada indikasi terjadinya multikolinearitas dan tidak terdapat masalah multikolinearitas antara variabel independen.

#### 4.4.2.3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016).

Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan meregresikan variabel bebas dengan menggunakan nilai residual mutlaknya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Hasil pengujian heterokedastisitas dalam penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.14. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.

1	(Constant)	5,065	,000
	Kepercayaan	,172	,864
	Citra Instansi	-,339	,735
a. Dependent Variable : Abs_RES			

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan metode uji glejser pada tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa untuk semua variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas tidak ada gejala heterokedastisitas.

#### **4.4.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variable-variable independen penelitian ini yaitu Kepercayaan (X1) dan Citra Instansi(X2) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y) pada masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari. Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.15. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,414	,929		2,599	,011
	Kepercayaan	,533	,064	,589	8,325	,000
	Citra Instansi	,151	,095	,156	1,596	,113

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.15 maka persamaan regresi pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 2,414 + 0,533X_1 + 0,151X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2,414 menjelaskan apabila Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Citra Instansi ( $X_2$ ) dianggap sama dengan nol maka Kepuasan Masyarakat ( $Y$ ) sebesar 2,414.
- 2) Nilai koefisien  $\beta_1$  sebesar 0,533. Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat ( $Y$ ). Hal tersebut diartikan setiap kenaikan Kepercayaan satu-satuan maka

akan meningkatkan Kepuasan Masyarakat (Y) sebesar 0,533 atau sebesar 53,3% dengan asumsi semua variabel Kepercayaan dianggap tetap.

- 3) Nilai koefisien  $\beta_2$  sebesar 0,151. Variabel Citra Instansi (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat (Y). Hal tersebut diartikan setiap kenaikan Citra Instansi satu-satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Masyarakat (Y) sebesar 0,151 atau sebesar 15,1% dengan asumsi semua variabel Citra Instansi dianggap tetap.

#### **4.4.4. Hasil Uji Hipotesis**

##### **4.4.4.1. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Dalam pengujian hipotesis yang menggunakan uji dua pihak (*two tails*) ini berlaku ketentuan, bahwa bila harga thitung, berada pada daerah penerimaan  $H_0$  atau terletak diantara harga tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel independen secara individual memengaruhi dependen, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Uji t bisa juga dilihat pada tingkat signifikansinya. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (Duwi Priyatno, 2012).

Dalam penilaian ini, t tabel adalah (N-K) di mana N = 120 dan K = 3 maka (N-K=117) jadi t tabel sebesar 1,658. Hasil uji t disajikan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,599	,011
	Kepercayaan	8,325	,000
	Citra Instansi	1,596	,113
a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat			

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis masing-masing sebagai berikut :

- 1) Nilai  $t_{hitung}$  8,325  $>$   $t_{tabel}$  1,658 dan nilai signifikansi 0,000  $<$  0,05. Hal ini berarti bahwa variabel Kepercayaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Maka dapat disimpulkan H1 diterima.

- 2) Nilai  $t_{hitung} 1,596 < t_{tabel} 1,658$  dan nilai signifikansi  $0,113 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa variabel Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Maka dapat disimpulkan H2 ditolak.

#### 4.4.4.2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel Kepercayaan dan Citra Instansi dimasukkan ke dalam model penelitian memiliki pengaruh yang bersama-sama terhadap Kepuasan Masyarakat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yang memiliki signifikansi sebesar 0.05. Uji ini dapat dilakukan dengan alat bantu program komputer yaitu SPSS. Dalam penelitian ini  $F_{tabel}$  adalah  $N2 = (N-k)$  di mana  $N = 120$  dan  $k = 3$  maka  $(N-k = 117)$  dan  $N1 = (k-1)$  di mana  $(3-1) = 2$ , jadi  $F_{tabel}$  sebesar 3,073763. Hasil uji F disajikan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.17. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	533,031	2	177,677	95,368	,000 <sup>b</sup>
	Residual	227,294	117	1,863		
	Total	760,325	120			
a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat						
b. Predictors: (Constant), Citra Instansi, Kepercayaan						

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Dalam hasil uji statistik F pada tabel 4.17 dengan  $F_{hitung}$  sebesar 95,368 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini dapat dijelaskan dengan tingkat signifikansi di bawah 5% ( $\alpha=0,05$ ) dan  $F_{hitung} 95,368 > F_{tabel} 2,68$  yang dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan, dan Citra Instansi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.

#### 4.4.4.3. Hasil Uji R Square

Koefisien determinasi atau  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016). Berikut hasil uji R Square yang ditampilkan pada tabel 4.18 :

**Tabel 4.18. Hasil Uji R Square**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,837 <sup>a</sup>	,701	,694	1,365
a. Predictors: (Constant), Citra Instansi, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat				

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat dilihat bahwa nilai Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,694. Hal ini berarti 69,4% variabel Kepuasan Masyarakat dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu Kepercayaan dan Citra Instansi. Sedangkan sisanya sebesar 30,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

## 4.5. Pembahasan

### 4.5.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Hasil pengujian hipotesis H1 menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  8,325 >  $t_{tabel}$  1,658 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis pertama diterima atau variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini disebabkan karena Kepercayaan memiliki faktor yang membentuk antara individu dengan yang lain yaitu faktor kemampuan, integritas, dan faktor kebaikan hati.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Slamet Riyanto dan Titing Qomaryati (2021) yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.

#### **4.5.2. Pengaruh Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat**

Hasil pengujian hipotesis H2 menunjukkan bahwa Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 1,596 < t_{tabel} 1,658$  dan nilai signifikansi  $0,113 > 0,05$  yang berarti hipotesis kedua ditolak atau variabel Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini disebabkan karena menurunnya Citra Instansi yang dibuat oleh pegawai pada suatu instansi.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutrisno, dkk (2017) yang menyatakan bahwa Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, hipotesis, dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 8,325 > t_{tabel} 1,658$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan H1 diterima.
- 2) Citra Instansi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 1,596 < t_{tabel} 1,658$  dan nilai signifikansi  $0,113 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan H2 ditolak.
- 3) Kepercayaan dan Citra Instansi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pengguna pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} 95,368 > F_{tabel} 2,68$ , sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- 1) Pelayanan publik di Kelurahan Plamongsari Kota Semarang diharapkan tetap mempertahankan variabel Kepercayaan yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, agar dapat membentuk faktor antara individu dengan yang lain yaitu faktor kemampuan, integritas, dan faktor kebaikan hati.
- 2) Pelayanan publik di Kelurahan Plamongsari Kota Semarang diharapkan memperhatikan variabel Citra Instansi yang terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Sebab citra yang baik merupakan perangkat yang kuat bukan hanya untuk menarik perhatian masyarakat melainkan juga memperbaiki kepuasan masyarakat terhadap suatu instansi.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel yang lebih dominan agar dapat memperoleh faktor-faktor yang signifikan di dalam mempengaruhi Kepuasan Masyarakat seperti kebijakan di dalam pelayanan, profesionalisme sumber daya manusia penyelenggara, sarana prasarana pelayanan publik, sistem informasi pelayanan publik, konsultasi dan pengaduan.

## DAFTAR PUSTAKA

Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*. *Journal of Business and Banking*, 6, 113-128.

Bakry, Umar S. 2015. "Metodologi Penelitian: Kualitatif versus Kuantitatif", dalam *Metode Penelitian Hubungan Internasional*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal 6.

Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi

Dhiyaulhaq, N., & Suryana, H. P. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN (Survei Pada Jamaah Umroh Dan Haji PT. Karya Imtaq Tahun 2019)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).

Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta

Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset

Hanif Nurcholis, 2011. *Pertumbuhan dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.

Malik dan Rahmadi, 2016. "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat". *Reformasi Administrasi* Volume 3, No. 1, Maret 2016 *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*.

Mulyadi, Deddy, 2015, *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi Proses dan Kebijakan pelayanan publik*,. Bandung : Alfabeta.

Nurhayati, N. Pengaruh Pelayanan Dan Persepsi Citra Terhadap Kepuasan Jamaah Haji Pada Kementerian Agama Kota Tangerang Selatan.

Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*.

Riyanto, S., & Qomaryati, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor X. *J. Manaj. Univ. Bung Hatta*, 16(1), 9-14.

Rosady Ruslan, SH, MM 2010. Manajemen Public Relation & Media Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV

Sutrisno, S., Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). Analisis kualitas pelayanan, kepercayaan serta citra koperasi terhadap kepuasan dan loyalitas anggota. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).

**LAMPIRAN I**

**LEMBAR KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA  
INSTANSI TERHADAP KEPUASAN  
MASYARAKAT PENGGUNA PELAYANAN  
PUBLIK DI KANTOR KELURAHAN  
PLAMONGANSARI**



**Disusun Oleh :**

**CHRISTIANI**

**NIM. A01.18.0322**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PELITA NUSANTARA**

**SEMARANG**

## **Lembar Kuesioner**

Saya Mahasiswa STIE PENA (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara) Semarang sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Citra Instansi Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Pelayanan Publik di Kantor Kelurahan Plamongansari”.

Informasi dan data yang anda isi hanya digunakan oleh peneliti sebagai penyusunan skripsi. Untuk itu diharapkan saudara bersedia meluangkan waktu untuk mengisi daftar pernyataan dari kuesioner ini. Terimakasih.

### **I. Profil Responden**

Jawablah sesuai dengan diri anda

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
2. Usia : 21-25 tahun 26-30 tahun 31-35 tahun  
 >36 tahun
3. Pendidikan Terakhir : Sekolah Dasar SMP SMA/SMK D3  
S1
4. Pekerjaan : Mahasiswa PNS Karyawan Swasta  
Wirausaha  
Lainnya
5. Pernah menggunakan pelayanan publik di Kelurahan Plamongansari :  
 Ya  Tidak
6. Berapa kali menggunakan pelayanan publik :  < 10  > 10

### **II. Petunjuk Pengisian**

1. Jawablah masing-masing pernyataan di bawah ini sesuai dengan penilaian dan pengalaman anda.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang anda pilih.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut:

STS       TS       N       S       SS

Keterangan :

STS      = Sangat Tidak Setuju

TS      = Tidak Setuju

N      = Netral

S      = Setuju

SS      = Sangat Setuju

### III. Daftar Pernyataan

1. Kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Konsisten dalam melakukan pelayanan publik					
2	Ikhlas dalam melakukan pelayanan publik					
3	Pegawai peka terhadap kebutuhan pelayanan publik					
4	Pegawai selalu memberikan pelayanan yang baik					

2. Citra Instansi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

1	Pelayanan publik yang diberikan oleh instansi memiliki reputasi yang baik					
2	Pegawai memiliki kepribadian yang baik di dalam memberikan pelayanan					
3	Pegawai memberikan nilai lebih terhadap pelayanan publik					
4	Kelurahan Plamongsari memiliki identitas instansi yang baik					

### 3. Kepuasan Masyarakat

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Apa yang menjadi harapan saya menjadi terpenuhi ketika menggunakan pelayanan publik di Kelurahan Plamongsari					
2	Saya merasa puas menggunakan pelayanan publik di Kelurahan Plamongsari					
3	Fasilitas yang dimiliki oleh Kelurahan Plamongsari membuat saya puas					
4	Secara keseluruhan saya puas terhadap pelayanan publik di Kelurahan Plamongsari					

## LAMPIRAN II

## TABULASI DATA

Responden	Kepercayaan (X1)				Total X1	Citra Instansi (X2)				Total X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
6	4	4	3	4	15	4	3	3	5	15
7	4	3	3	3	13	3	3	3	5	14
8	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13
9	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
12	3	4	3	3	13	3	4	4	4	15
13	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
14	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17
15	5	5	5	5	20	4	3	4	4	15
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
17	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
18	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19

<b>24</b>	5	5	5	5	20	4	3	4	3	14
<b>25</b>	4	4	3	5	16	3	3	3	3	12
<b>26</b>	4	5	4	5	18	3	3	4	5	15
<b>27</b>	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
<b>28</b>	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
<b>29</b>	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
<b>30</b>	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
<b>31</b>	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
<b>32</b>	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
<b>33</b>	3	3	3	3	12	3	5	3	3	14
<b>34</b>	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
<b>35</b>	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
<b>36</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>37</b>	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
<b>38</b>	3	3	3	3	12	4	5	4	3	16
<b>39</b>	5	3	3	5	16	4	5	4	3	16
<b>40</b>	4	4	3	4	15	4	3	4	3	14
<b>41</b>	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15
<b>42</b>	5	3	3	4	15	4	4	4	4	16
<b>43</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>44</b>	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
<b>45</b>	5	5	4	5	19	5	4	3	5	17
<b>46</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>47</b>	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17
<b>48</b>	4	3	4	4	15	3	5	3	3	14
<b>49</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>50</b>	4	4	5	5	18	4	4	4	3	15

<b>51</b>	4	5	5	4	18	4	3	5	3	15
<b>52</b>	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
<b>53</b>	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
<b>54</b>	5	4	4	4	17	4	4	5	3	16
<b>55</b>	4	4	3	4	15	4	4	5	5	18
<b>56</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>57</b>	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12
<b>58</b>	5	3	5	5	18	4	4	4	3	15
<b>59</b>	4	5	4	3	16	3	2	4	4	13
<b>60</b>	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
<b>61</b>	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
<b>62</b>	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14
<b>63</b>	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
<b>64</b>	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
<b>65</b>	5	5	3	3	16	4	4	4	4	16
<b>66</b>	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15
<b>67</b>	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
<b>68</b>	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
<b>69</b>	5	4	4	5	18	4	4	4	3	15
<b>70</b>	4	5	4	3	16	3	3	3	3	12
<b>71</b>	5	4	4	5	18	4	3	3	4	14
<b>72</b>	5	5	5	4	19	4	3	5	5	17
<b>73</b>	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14
<b>74</b>	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
<b>75</b>	3	2	4	4	13	4	4	4	3	15
<b>76</b>	5	4	5	3	17	3	3	5	5	16
<b>77</b>	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19

<b>78</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>79</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>80</b>	5	5	5	3	18	3	3	3	3	12
<b>81</b>	5	3	5	5	18	3	3	3	4	13
<b>82</b>	3	5	4	3	15	4	3	3	4	14
<b>83</b>	4	5	4	4	17	3	4	3	4	14
<b>84</b>	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
<b>85</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
<b>86</b>	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
<b>87</b>	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
<b>88</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>89</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>90</b>	4	5	4	4	17	3	4	3	4	14
<b>91</b>	4	4	4	4	16	4	5	3	3	15
<b>92</b>	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16
<b>93</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>94</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>95</b>	4	4	5	3	16	4	5	5	4	18
<b>96</b>	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
<b>97</b>	4	3	3	3	13	4	4	4	5	17
<b>98</b>	4	3	3	3	13	3	4	4	5	16
<b>99</b>	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15
<b>100</b>	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
<b>101</b>	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18
<b>102</b>	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
<b>103</b>	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18
<b>104</b>	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13

<b>105</b>	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
<b>106</b>	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18
<b>107</b>	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
<b>108</b>	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17
<b>109</b>	5	5	5	5	20	3	4	4	3	14
<b>110</b>	4	3	3	3	13	4	3	4	4	15
<b>111</b>	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
<b>112</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>113</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
<b>114</b>	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
<b>115</b>	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
<b>116</b>	4	4	3	4	15	4	3	3	5	15
<b>117</b>	4	3	3	3	13	3	3	3	5	14
<b>118</b>	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13
<b>119</b>	3	2	3	3	11	3	3	3	4	13
<b>120</b>	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

Kepuasan Masyarakat (Y1)				Total Y1
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	3	5	14

3	3	3	4	13
3	3	5	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
3	4	3	3	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
5	3	4	5	17
4	4	4	3	15
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13

5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
3	3	3	3	12
3	4	3	5	15
4	3	5	3	15
3	3	4	3	13
5	4	3	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	3	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	5	3	5	17
5	5	5	4	19
4	5	4	5	18
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
5	4	5	5	19
3	3	4	5	15
4	4	3	3	14
5	4	4	5	18

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	3	3	5	16
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
5	3	3	3	14
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
3	3	4	5	15
5	4	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
3	4	3	3	13
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	4	3	5	15
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	4	5	18
4	4	3	3	14
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	3	4	4	15
3	3	3	5	14
3	3	3	4	13
3	3	5	4	15
5	5	5	5	20

### LAMPIRAN III

#### ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN DAN VARIABEL

##### 1) KARAKTERISTIK REPONDEN

###### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	50	41,6	41,6	41,6
	Perempuan	70	58,4	58,4	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

###### Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	4	3,3	3,3	3,3
	S1	30	25,0	25,0	28,3
	SD	1	,8	,8	29,1
	SMA/SMK	80	66,7	66,7	95,8
	SMP	5	4,2	4,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

###### Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	41	34,2	34,2	34,2
	Lainnya	15	12,5	12,5	46,7
	Mahasiswa	10	8,3	8,3	55,0
	PNS	3	2,5	2,5	57,5
	Wirausaha	51	42,5	42,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

### Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>36	65	54,2	54,2	54,2
	21-25	15	12,5	12,5	66,7
	26-30	30	25,0	25,0	91,7
	31-35	10	8,3	8,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

### Pengalaman Sebagai Pengguna

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 10 Kali	63	52,5	52,5	52,5
	> 10 Kali	57	47,5	47,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

## 2) KATEGORI VARIABEL KEPUASAN MASYARAKAT

### Y1\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	17,5	17,5	17,5
	4	39	32,5	32,5	50,0
	5	60	50,0	50,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

### Y1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	25	20,8	20,8	20,8
	4	45	37,5	37,5	58,3
	5	50	41,7	41,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**Y1\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	17,5	17,5	17,5
	4	48	40,0	40,0	57,5
	5	51	42,5	42,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**Y1\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	11,7	11,7	11,7
	4	31	25,8	25,8	37,5
	5	75	62,5	62,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**3) KATEGORI VARIABEL KEPERCAYAAN****X1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	9,1	9,1	9,1
	4	37	30,9	30,9	40,0
	5	72	60,0	60,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**X1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	20	16,7	16,7	16,7
	4	35	29,2	29,2	45,9
	5	65	54,1	54,1	100,0

Total	120	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

**X1\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	20,0	20,0	20,0
	4	30	25,0	25,0	45,0
	5	66	55,0	55,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**X1\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	17,5	17,5	17,5
	4	34	28,3	28,3	45,8
	5	65	54,2	54,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

#### 4) KATEGORI VARIABEL CITRA INSTANSI

##### X2\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	20,0	20,0	20,0
	4	40	33,3	33,3	53,3
	5	56	46,7	46,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

##### X2\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	23,3	23,3	23,3
	4	40	33,3	33,3	56,6
	5	52	43,4	43,4	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

##### X2\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	22	18,3	18,3	18,3
	4	42	35,0	35,0	53,3
	5	56	46,7	46,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

**X2\_4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	20	16,6	16,6	16,6
4	41	34,2	34,2	50,8
5	59	39,2	39,2	100,0
Total	120	100,0	100,0	

## LAMPIRAN IV

### UJI KUALITAS DATA

#### 1) UJI VALIDITAS

#### - UJI VALIDITAS KEPERCAYAAN

#### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Kepercayaan
X1_1	Pearson Correlation	1	,598**	,697**	,752**	,875**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
X1_2	Pearson Correlation	,598**	1	,670**	,544**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
X1_3	Pearson Correlation	,697**	,670**	1	,692**	,890**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120
X1_4	Pearson Correlation	,752**	,544**	,692**	1	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120
Kepercayaan	Pearson Correlation	,875**	,820**	,890**	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## - UJI VALIDITAS CITRA INSTANSI

### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Citra Instansi
X2_1	Pearson Correlation	1	,696**	,703**	,518**	,893**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
X2_2	Pearson Correlation	,696**	1	,620**	,340**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
X2_3	Pearson Correlation	,703**	,620**	1	,431**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120
X2_4	Pearson Correlation	,518**	,340**	,431**	1	,702**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120
Citra Instansi	Pearson Correlation	,893**	,818**	,845**	,702**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## - UJI VALIDITAS KEPUASAN MASYARAKAT

### Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Kepuasan Masyarakat
Y_1	Pearson Correlation	1	,682**	,588**	,511**	,847**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Y_2	Pearson Correlation	,682**	1	,592**	,578**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Y_3	Pearson Correlation	,588**	,592**	1	,475**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Y_4	Pearson Correlation	,511**	,578**	,475**	1	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120
Kepuasan Masyarakat	Pearson Correlation	,847**	,870**	,810**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**2) UJI RELIABILITAS****- UJI RELIABILITAS KEPERCAYAAN****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	4

**- UJI RELIABILITAS CITRA INSTANSI****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,830	4

**- UJI RELIABILITAS KEPUASAN MASYARAKAT****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	4

## LAMPIRAN V

### UJI ASUMSI KLASIK

#### 1) UJI NORMALITAS

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,34846314
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,124
	Negative	-,066
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

#### 2) UJI MULTIKOLINEARITAS

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,414	,929		2,599	,011		
	Kepercayaan	,533	,064	,589	8,325	,000	,489	2,044
	Citra Instansi	,151	,095	,156	1,596	,113	,258	3,877

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

### 3) UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,995	,591		5,065	,000
	Kepercayaan	,007	,041	,021	,172	,864
	Citra Instansi	-,020	,060	-,057	-,339	,735

a. Dependent Variable : Abs\_RES

## LAMPIRAN VI

### ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,414	,929		2,599	,011
	Kepercayaan	,533	,064	,589	8,325	,000
	Citra Instansi	,151	,095	,156	1,596	,113

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

## LAMPIRAN VII

### UJI HIPOTESIS

#### 1) UJI T (UJI PARSIAL)

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,414	,929		2,599	,011
	Kepercayaan	,533	,064	,589	8,325	,000
	Citra Instansi	,151	,095	,156	1,596	,113

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

#### 2) UJI F (UJI SIMULTAN)

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	533,031	3	177,677	95,368	,000 <sup>b</sup>
	Residual	227,294	122	1,863		
	Total	760,325	125			

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Citra Instansi, Kepercayaan

#### 3) UJI R SQUARE (KOEFSIEN DETERMINASI)

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,837 <sup>a</sup>	,701	,694	1,365

a. Predictors: (Constant), Citra Instansi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

## LAMPIRAN VIII

TABEL r

Tabel r untuk df=101-150

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
<b>101</b>	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
<b>102</b>	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
<b>103</b>	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
<b>104</b>	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
<b>105</b>	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
<b>106</b>	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
<b>107</b>	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
<b>108</b>	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
<b>109</b>	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
<b>110</b>	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
<b>111</b>	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
<b>112</b>	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
<b>113</b>	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
<b>114</b>	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
<b>115</b>	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
<b>116</b>	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
<b>117</b>	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
<b>118</b>	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
<b>119</b>	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
<b>120</b>	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
<b>121</b>	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
<b>122</b>	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
<b>123</b>	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908

<b>124</b>	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
<b>125</b>	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
<b>126</b>	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
<b>127</b>	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
<b>128</b>	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
<b>129</b>	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
<b>130</b>	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
<b>131</b>	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
<b>132</b>	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
<b>133</b>	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
<b>134</b>	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
<b>135</b>	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
<b>136</b>	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
<b>137</b>	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
<b>138</b>	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
<b>139</b>	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
<b>140</b>	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
<b>141</b>	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
<b>142</b>	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
<b>143</b>	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
<b>144</b>	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
<b>145</b>	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
<b>146</b>	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
<b>147</b>	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
<b>148</b>	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
<b>149</b>	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
<b>150</b>	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

TABEL t

## Titik Persentase Distribusi t (df=121–160)

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>Df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
<b>121</b>	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
<b>122</b>	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
<b>123</b>	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
<b>124</b>	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
<b>125</b>	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
<b>126</b>	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
<b>127</b>	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
<b>128</b>	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
<b>129</b>	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
<b>130</b>	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
<b>131</b>	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
<b>132</b>	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
<b>133</b>	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
<b>134</b>	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
<b>135</b>	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
<b>136</b>	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
<b>137</b>	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
<b>138</b>	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
<b>139</b>	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
<b>140</b>	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
<b>141</b>	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
<b>142</b>	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
<b>143</b>	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
<b>144</b>	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
<b>145</b>	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
<b>146</b>	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
<b>147</b>	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660

<b>148</b>	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
<b>149</b>	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
<b>150</b>	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
<b>151</b>	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
<b>152</b>	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
<b>153</b>	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
<b>154</b>	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
<b>155</b>	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
<b>156</b>	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
<b>157</b>	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
<b>158</b>	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
<b>159</b>	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
<b>160</b>	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

TABEL F

**Titik Persentase Distribusi F**  
**Untuk Probabilita = 0,05**

Df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

<b>113</b>	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
<b>114</b>	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
<b>115</b>	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
<b>116</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
<b>117</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
<b>118</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
<b>119</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
<b>120</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
<b>121</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>122</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>123</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>124</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>125</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>126</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>127</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>128</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>129</b>	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
<b>130</b>	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
<b>131</b>	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
<b>132</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
<b>133</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
<b>134</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
<b>135</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

