

# KEPUASAN MASYARAKAT DITINJAU DARI ASPEK KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK APLIKASI SISTEM INFORMASI BERBAGI ADUAN DAN SARAN

Saprudin<sup>1\*</sup>), Ika Mustika Sari<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas Djuanda, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia

saprudin24bgr@gmail.com

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Menara Siswa, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia

ikamustikasari@gmail.com

## ABSTRAK

Kota Bogor terus berusaha mewujudkan dirinya sebagai Smart City, salah satu syarat yang harus dipenuhi adalah adanya transparansi dalam pengelolaan kota, agar masyarakat bisa ikut mengawasi jalannya setiap kegiatan yang dilakukan Pemerintah Kota Bogor. Pada tahun 2019 meluncurkan aplikasi Sistem Informasi Berbagi Aduan dan Saran (SiBadra). Peningkatan kepuasan masyarakat melalui kualitas produk dapat dilakukan melalui (1) Peningkatan kapasitas server Aplikasi SiBadra sehingga Aplikasi lebih cepat, (2) *Maintenance* rutin Aplikasi untuk meminimalisir error atau gangguan, (3) Memperbarui desain atau tampilan agar lebih mempermudah penggunaan dan lebih lengkap dalam memberikan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dengan kepuasan masyarakat, artinya bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat. Upaya peningkatan kepuasan masyarakat dilakukan dengan peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama. Kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang baik akan berkontribusi terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa peningkatan kepuasan masyarakat dapat tercipta dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik dan peningkatan kualitas produk yang baik, demikian pula sebaliknya, apabila kualitas pelayanan buruk dan kualitas produk tidak baik maka peningkatan kepuasan masyarakat tidak akan tercapai.

**Kata Kunci:** Kepuasan Masyarakat, Pelayanan, SiBadra.

## ABSTRACT

*The city of Bogor continues to strive to realize itself as a Smart City, one of the conditions that must be met is transparency in city management, so that the public can participate in monitoring the progress of every activity carried out by the Bogor City Government. In 2019 it launched the Information System for Sharing Complaints and Suggestions (SiBadra) application. Increasing public satisfaction through product quality can be done through (1) Increasing the capacity of the SiBadra Application server so that the Application is faster, (2) Routine maintenance of the Application to minimize errors or disruptions, (3) Updating the design or appearance to make it easier to use and more complete in providing information. The research results show that there is a relationship between service quality and product quality together with community satisfaction, meaning that service quality and product quality together can contribute to increasing community satisfaction. Efforts to increase public satisfaction are carried out by jointly improving service quality and product quality. Good service quality and good product quality will contribute to public satisfaction. This can be shown that increasing public satisfaction can be created by improving good service quality and improving good product quality, and vice versa, if service quality is poor and product quality is not good then increasing public satisfaction will not be achieved.*

**Keywords:** Community Satisfaction, Service, SiBadra.

## PENDAHULUAN

Era globalisasi seperti saat ini perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK) tidak bisa terelakkan lagi. Globalisasi menuntut masyarakat tiap negara untuk berbenah agar tidak ketinggalan dengan negara-negara lain, termasuk bangsa Indonesia. Pengaruhnya sudah masuk ke berbagai bidang kehidupan manusia di antaranya bidang pendidikan, kesehatan, perekonomian, politik, pemerintahan dan lingkungan hidup. Teknologi memudahkan untuk proses komunikasi tanpa memikirkan jarak, ruang dan waktu, mempermudah seseorang mendapatkan informasi dengan lebih cepat serta membantu seseorang



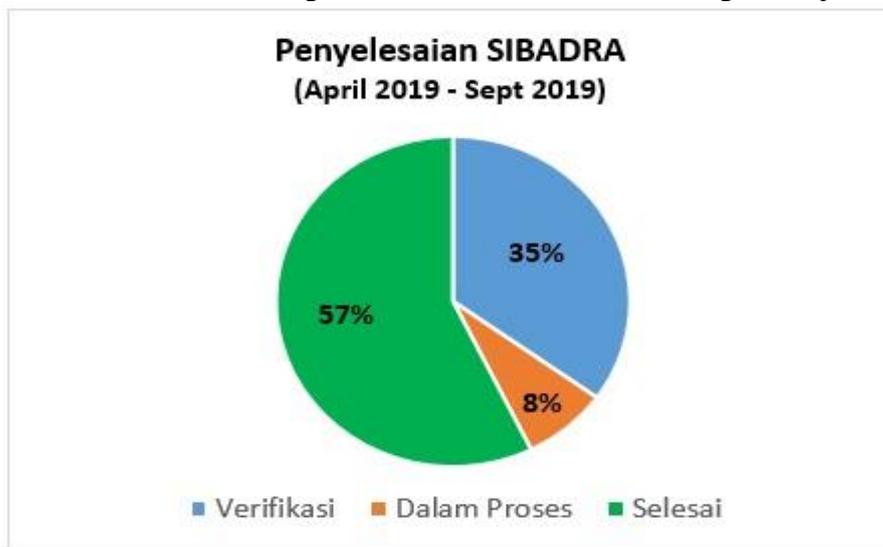
dalam melakukan pekerjaan. Kemajuan teknologi merupakan sesuatu hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan.

Sering muncul keluhan masyarakat mengenai rendahnya pelayanan publik, masyarakat menuntut pelayanan publik yang dapat diandalkan dan terpercaya, serta mudah dijangkau secara interaktif. Tantangan ini tentunya harus mampu dijawab oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dengan membentuk dimensi baru ke dalam organisasi, sistem manajemen, dan proses kerja (Nurwahyuliningsih, Akhmad Nulhaqim, and A. Rachim 2022). Dengan memanfaatkan perkembangan TIK pemerintah berusaha mewujudkan pemerintahan yang baik (*good government*) sesuai dengan apa yang menjadi harapan masyarakat. *E-government* adalah upaya untuk mengembangkan penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pelayanan publik (Wijaya, 2022). Implementasi *E-government* dalam pelaksanaan tata kelola pemerintah dan pelayanan publik membutuhkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi beserta sumber daya manusia yang handal dalam mengelolanya. Pelayanan publik yang terkesan kaku dapat diminimalisir melalui pemanfaatan *E-government* menjadi lebih fleksibel dan lebih berorientasi pada kepuasan masyarakat. Selain itu *E-government* menawarkan pelayanan publik secara 24 jam, sehingga dapat di akses dimana saja dan kapan saja. (Juliarso 2019). Kota Bogor merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang terletak 59 km sebelah selatan Jakarta, dan wilayahnya berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Bogor, memiliki luas 118,50 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sekitar 1.081.009 jiwa yang tersebar di 6 Kecamatan dan 68 Kelurahan. Sebagai kota penunjang ibu kota negara dan pesatnya perkembangan TIK memaksa Kota Bogor untuk terus berinovasi. Inovasi tersebut menjadi terobosan yang dituntut untuk melaksanakan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang berlangsung secara baik, efisien dan efektif. Berbagai inovasi yang digagas dan kemudian diterapkan tersebut, semata-mata ditujukan untuk meningkatkan kualitas kinerja Pemerintah Kota Bogor secara keseluruhan. Khususnya di dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, pemberdayaan masyarakat dan peningkatan daya saing daerah. Beberapa inovasi, digagas dan diwujudkan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Optimalisasi pemanfaatan TIK, membuat suatu proses pelayanan menjadi lebih sederhana, lebih mudah, lebih cepat dan lebih transparan (Sastrawan et al. 2024).

Bulan April 2019, Pemerintah Kota Bogor melalui Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian (DiskominfoStandi) meluncurkan aplikasi SiBadra (Sistem Informasi Berbagi Aduan dan Saran) di Mall Botani Square, Bogor. Aplikasi SiBadra merupakan salah satu inovasi Pemerintah Kota Bogor dalam hal pelayanan pengaduan berbasis aplikasi di *smartphone*. SiBadra sebagai sarana pengaduan masyarakat Kota Bogor, baik layanan umum (keluhan, saran, aspirasi, dan pengaduan) maupun permintaan layanan kegawat daruratan secara *real time*. Aplikasi ini sudah terintegrasi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang ada di Kota Bogor. Kelebihan dari inovasi ini masyarakat tidak perlu datang langsung ke instansi yang dituju untuk mengadu. Aplikasi SiBadra memiliki beberapa kelebihan antara lain: masyarakat dapat menyampaikan pengaduan, aspirasi dan kegawatdaruratan kepada Pemerintah Kota Bogor dan memantau pengaduannya dengan mendapatkan notifikasi perkembangan penanganan pengaduan serta langsung dapat berkomunikasi dengan petugas penanganan pengaduan. Validasi pengaduan yang masuk melalui analisa foto yang diunggah pelapor. Saat laporan dilakukan, harus disertai foto *real time* dan lokasi saat laporan dilakukan. Dalam penyelenggaraan layanan publik harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama yaitu, kepuasan masyarakat. Ukuran standar kualitas pelayanan pemerintah dan masyarakat belum tentu sama karena sifat kepuasan sangat bersifat subjektif. Walaupun demikian pemerintah harus berupaya memberikan pelayanan yang prima, (Ernawati et al. 2023).

Beberapa studi terdahulu menyatakan bahwa kondisi manajemen pengaduan belum berjalan secara optimal dan dianggap belum efektif. Sebagian besar masyarakat belum memahami bahwa dalam pelayanan publik terdapat hak masyarakat untuk menyampaikan keluhan atau masukan atas pelayanan yang diterima apabila para pelaksana dan penyelenggara melakukan penyimpangan standar pelayanan (Saprudin 2024). Selain itu, masyarakat juga berhak untuk memperoleh tanggapan atas pengaduannya. Masyarakat berhak mendapatkan tanggapan terhadap pengaduan yang diajukan. Kondisi-kondisi ini memerlukan perhatian serius dalam upaya memperbaiki manajemen pelayanan pengaduan pelayanan publik. (Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 n.d.). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas jasa

yang diberikan meliputi 5 (lima) dimensi yaitu: *Tangibles* (Penampilan fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Tanggapan), *Assurance* (Kepastian) dan *Empathy* (Perhatian). (Tjiptono 2011). Pelayanan adalah kegiatan atau serangkaian kegiatan yang tidak berwujud (intangible) yang biasanya, walau tidak selalu terjadi ketika terdapat interaksi antara pelanggan dan penyedia pelayanan dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem dari penyedia pelayanan yang disediakan sebagai solusi bagi permasalahan pelanggan. (Kotler 2016). SiBadra merupakan inovasi terbaru Pemerintah Kota Bogor dalam hal peningkatan pelayanan publik berbasis digital, dimana pada saat ini kepuasan masyarakat Kota Bogor terhadap Aplikasi SiBadra dirasa kurang optimal sehingga merasakannya ketidakpuasan. Berdasarkan data yang didapat dari Diskomifostandi sampai dengan bulan September 2019, selama hampir enam bulan aplikasi Sibadra diluncurkan sudah 1.545 aduan yang masuk. Sebanyak 57% aduan sudah selesai terselesaikan dan sisanya masih dalam status verifikasi dan dalam proses. Jumlah penyelesaian yang masih dibawah 80%, menunjukkan tingkat ketercapaian target penyelesaian aduan masyarakat oleh Pemerintah Kota Bogor masih rendah belum sesuai dengan harapan.



**Gambar 1.1** Persentase tingkat penyelesaian SiBadra  
Sumber: Diskominfo standi

Implementasi *e-government* dalam pelayanan publik pada Pemerintah Daerah diharapkan dapat menghasilkan pelayanan publik yang lebih cepat, lebih baik, dan lebih efisien, serta dapat meningkatkan penerapan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik (*good governance*). (Mulyana et al. 2023). Berdasarkan observasi, dalam aplikasi SiBadra tidak ada standar waktu penyelesaian setiap pengaduan, sehingga masyarakat hanya bisa menunggu tanpa ada kepastian kapan pengaduannya bisa terselesaikan. Selain itu beberapa temuan terkait pelayanan, sebagai contoh pada OPD (Organisasi Perangkat Daerah) Satuan Polisi Pamong Praja tidak ada tim khusus untuk pengaduan SiBadra, sehingga komunikasi terkait pengaduan hanya sebatas whatsapp group dan terkesan lama dalam penyelesaian pengaduan. Seharusnya di tiap masing-masing OPD ada tim khusus yang bertanggung jawab dalam penyelesaian pengaduan SiBadra, tiap bulan harus membuat laporan kinerja dan evaluasi Sibadra yang dilaporkan langsung ke Kepala Dinas dan Walikota Bogor. Sehingga setiap ada pengaduan bisa termonitor dan terselesaikan. Fitur dalam aplikasi SiBadra tidak memungkinkan komunikasi antar OPD, seharusnya ada fitur khusus petugas agar sesama petugas dapat koordinasi dengan OPD lain, karena tidak sedikit pengaduan harus dikoordinasikan dengan beberapa OPD.

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap masalah dalam penyelesaian SiBadra dalam kurun waktu April 2019 sampai dengan September 2019 bahwa belum sepenuhnya keluhan masyarakat dapat terselesaikan. Dalam hal verifikasi baru terselesaikan 35%, dalam proses baru terselesaikan 8%, dan telah selesai 57%. Keluhan masyarakat yang belum terselesaikan akan berdampak terhadap kepuasan masyarakat. Secara teori bahwa kepuasan masyarakat diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk (Valarie, A. Zeithaml, V. Parasuraman 2018). Apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk menurun maka diduga kepuasan masyarakat akan menurun. Demikian sebaliknya apabila kualitas pelayanan dan

kualitas produk meningkat maka diduga kepuasan masyarakat akan meningkat. Tujuan utamanya dari pembahasan ini adalah untuk mengkaji dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk aplikasi SiBadra terhadap kepuasan masyarakat Kota Bogor.

## METODE

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. (Sugiyono 2017) Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis asosiatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)” (Arikunto 2013). Objek penelitian yang penulis teliti adalah: Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kepuasan Masyarakat ( $Y$ ).

Secara konseptual kualitas pelayanan adalah kepedulian kepada masyarakat dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan masyarakat, dengan indikator meliputi: (1) Kemampuan (*Ability*), (2) Sikap (*Attitude*), (3) Perhatian (*Attention*), (4) Tindakan (*Action*), (5) Tanggung jawab (*Accountability*) (Supriadi et al. 2021). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya, dengan indikator meliputi: (1) Kinerja (*Performance*), (2) Tampilan (*Feature*), (3) Keandalan (*Reliability*), (4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance*), (5) Daya tahan (*Durability*), (6) Pelayanan (*Serviceability*), (7) Estetika (*Esthetic*), (8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*). Kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, dengan indikator meliputi: (1) Kualitas produk/jasa, (2) Kualitas pelayanan, (3) Emosional, (4) Harga dan (5) Biaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dan pembahasan penelitian melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara dapat disajikan sebagai berikut:

### Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Masyarakat ( $Y$ )

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

$H_0$  :  $\beta_1 \leq 0$  Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan Masyarakat

$H_1$  :  $\beta_1 > 0$  Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Masyarakat

Uji hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat dengan uji korelasi sederhana *Product Moment (Pearson)* maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $r_{y.1} = 0,914$ . Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Derajat kekuatan hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat termasuk kategori “sangat kuat” karena nilai  $r_{y.1} = 0,914$  berada diantara nilai 0,800 – 1,000. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1 dan 2. Tabel 1. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Masyarakat.

**Tabel 1.** Koefisien Korelasi dan Tingkat Kekuatan Hubungan

Correlations		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Masyarakat
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1,000	0,914
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	45	45
Kepuasan Masyarakat	Pearson Correlation	0.914	1.000
	Sig. (1-tailed)	0.000	
	N	45	45



Uji selanjutnya adalah menguji apakah hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien sebesar  $r_{y.1} = 0,914$  signifikan atau tidak. Hubungan yang terjadi dikatakan signifikan apabila nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Signifikan artinya bahwa hubungan yang terjadi adalah nyata dalam arti bahwa keberadaan kualitas pelayanan memberikan kontribusi secara nyata terhadap kepuasan masyarakat. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 14,814$  dan nilai  $t_{tabel} = 1,68$  pada tingkat Sig = 0,05 dan  $N - 2$  atau  $45 - 2 = 43$ . Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa nilai  $t_{hitung} = 14,814 >$  nilai  $t_{tabel} = 1,68$ , artinya bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat, data selengkapnya dapat dilihat pada:

**Tabel 2.** Nilai Uji t Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Masyarakat  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,081	2,994		4,369	0,000
KualitasPelayanan	0,794	0,054	0,914	14,814	0,000

Rangkuman hasil analisis korelasi antara komitmen organisasional dengan kinerja operator dan uji signifikansi uji t dapat dilihat pada:

**Tabel 3.** Rangkuman Hasil Uji Signifikansi Hubungan antar Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Masyarakat

N	$r_{y.1}$	$r_{y.1}^2$	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$ 0,05	Kesimpulan
45	0,914	0,835	14,814	1,68	Signifikan

Setelah diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat adalah positif dan signifikan. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat maka dilakukan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi. Hasil analisis koefisien determinasi adalah  $r^2 = (r_{y.1})^2 = (0,914)^2 \times 100\% = 83,5\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi keberadaan kualitas pelayanan adalah sebesar 83,5% terhadap kepuasan masyarakat.

Terakhir adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan fungsional kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat maka didapatkan hasil hubungan fungsional  $\hat{Y} = 13,081 + 0,794X_1$ . Hasil hubungan fungsional ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 13,081, artinya apabila kualitas pelayanan tidak ada maka nilai kepuasan masyarakat (Y) sebesar 13,081.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan  $X_1$  sebesar 0,794, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar  $0,794X_1$  satu satuan.
- 3) Hasil hubungan fungsional antarkualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan kepuasan masyarakat (Y) yaitu  $\hat{Y} = 13,081 + 0,794X_1$  menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan masyarakat (Y). Data selengkapnya dapat dilihat pada:

**Tabel 4.** Hubungan Fungsional Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Masyarakat  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,081	2,994		4,369	0,000
KualitasPelayanan	0,794	0,054	0,914	14,814	0,000

**Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)**

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:



Ho :  $\beta_2 \leq 0$  Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat  
 H<sub>1</sub> :  $\beta_2 > 0$  Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan Masyarakat

Uji hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat dengan uji korelasi sederhana *Product Moment (Pearson)* maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $r_{y.1} = 0,926$ , artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Derajat kekuatan hubungan yang terjadi antara kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat termasuk kategori “sangat kuat” karena nilai  $r_{y.1} = 0,926$  berada di antara nilai 0,800-1,000. Data selengkapnya dapat dilihat pada:

**Tabel 5.** Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Masyarakat

Correlations		Kualitas Produk	Kepuasan Masyarakat
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1,000	0,926
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	45	45
Kepuasan Masyarakat	Pearson Correlation	0,926	1,000
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	45	45

Uji selanjutnya adalah menguji apakah hubungan yang terjadi antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien sebesar  $r_{y.1} = 0,926$  signifikan atau tidak. Hubungan yang terjadi dikatakan signifikan apabila nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Signifikan artinya bahwa hubungan yang terjadi adalah nyata dalam arti bahwa keberadaan kualitas pelayanan memberikan kontribusi secara nyata terhadap kepuasan masyarakat. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 16,126$  dan nilai  $t_{tabel} = 1,68$  pada tingkat Sig = 0,05 dan  $N - 2$  atau  $45 - 2 = 43$ . Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa nilai  $t_{hitung} = 16,126 >$  nilai  $t_{tabel} = 1,68$ , artinya bahwa hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat, data selengkapnya dapat dilihat pada:

**Tabel 6.** Nilai Uji t Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Masyarakat  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,771	3,256		1,465	0,150
	Kualitas Produk	0,914	0,057	0,926	16,126	0,000

Rangkuman hasil analisis korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat dan uji signifikansi uji t dapat dilihat pada:

**Tabel 7.** Rangkuman Hasil Uji Signifikansi Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Masyarakat

N	$r_{y.1}$	$r_{y.1}^2$	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$ 0,05	Kesimpulan
45	0,926	0,857	16,126	1,68	Signifikan

Setelah diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat adalah positif dan signifikan. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan keberadaan kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat maka dilakukan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi. Hasil analisis koefisien determinasi adalah  $r^2 = (r_{y.1})^2 = (0,926)^2 \times 100\% = 85,7\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi keberadaan kualitas produk adalah sebesar 85,7% terhadap kepuasan masyarakat. Terakhir adalah untuk mengetahui sejauhmana



hubungan fungsional kualitas produk dengan kepuasan masyarakat maka didapatkan hasil hubungan fungsional  $\hat{Y} = 4,771 + 0,914X_2$ . Hasil hubungan fungsional ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,771 artinya apabila kualitas produk tidak ada maka nilai kepuasan masyarakat (Y) sebesar 4,771.
- 2) Nilai koefisien kualitas produk  $X_2$  sebesar 0,914 artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas produk ( $X_2$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar 0,914.
- 3) Hasil hubungan fungsional antara kualitas produk ( $X_2$ ) dengan kepuasan masyarakat (Y) yaitu  $\hat{Y} = 4,771 + 0,914 X_2$  menjelaskan bahwa kualitas produk ( $X_2$ ) dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan masyarakat (Y).

**Tabel 8.** Hubungan Fungsional Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Masyarakat

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,771	3,256		1,465	0,150
	Kualitas Produk	0,914	0,057	0,926	16,126	0,000

Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Masyarakat (Y). Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Ho :  $\beta_{1,2} \leq 0$  Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan Masyarakat

H1 :  $\beta_{1,2} > 0$  Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat.

Uji hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat dengan uji korelasi berganda maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $R = 0,963$ . Nilai koefisien korelasi  $R = 0,963$  adalah + dan nilai korelasi  $\neq 0$ . Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat. Derajat kekuatan hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat termasuk kategori “sangat kuat” dikarenakan bahwa nilai  $R = 0,963$  berada diantara nilai 0,800 – 1 (sangat kuat).

**Tabel 9.** Nilai Korelasi Berganda  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,963 <sup>a</sup>	0,928	0,924	3,048

Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Uji selanjutnya adalah menguji apakah hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien korelasi sebesar  $R = 0,963$  signifikan atau tidak. Hubungan yang terjadi dikatakan signifikan apabila nilai  $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$ . Signifikan artinya bahwa hubungan yang terjadi adalah nyata dalam arti bahwa keberadaan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan kontribusi secara nyata terhadap kepuasan masyarakat. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 269,704$  dan nilai  $F_{tabel} = 3,21$  pada tingkat  $\alpha = 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa nilai  $F_{hitung} = 269,704 > \text{nilai } F_{tabel} = 3,21$ , artinya bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat.

**Tabel 10.** Uji F Korelasi Berganda

N	R	R <sup>2</sup>	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub> 0,05	Kesimpulan
45	0,963	0,928	269,704	3,21	Signifikan

Rangkuman hasil analisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat uji signifikansi uji F dapat dilihat pada:

Setelah diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat adalah positif dan signifikan. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan keberadaan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat maka dilakukan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi. Hasil analisis koefisien determinasi adalah  $R^2 = (R)^2 = (0,963)^2 \times 100\% = 92,73\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi keberadaan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama adalah sebesar 92,73% terhadap kepuasan masyarakat. Untuk mengetahui sejauhmana hubungan fungsional antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat maka didapatkan hubungan fungsional  $\hat{Y} = 4,178 + 0,408X_1 + 0,531 X_2$ . Hasil hubungan fungsional ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,178 artinya apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama tidak ada maka nilai kepuasan masyarakat (Y) sebesar 4,178.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan  $X_1$  sebesar 0,408, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar 0,408.
- 3) Nilai koefisien kualitas produk  $X_2$  sebesar 0,531, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas produk ( $X_2$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar 0,531  $X_2$  satu satuan.
- 4) Hasil hubungan fungsional antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat yaitu  $\hat{Y} = 4,178 + 0,408X_1 + 0,531 X_2$  menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan masyarakat. Data selengkapnya dapat dilihat pada:

**Tabel 12.** Hubungan Fungsional Antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Masyarakat

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.178	2.353		1.776	0.083
	Kualitas Pelayanan	0.408	0.064	0.469	6.364	0.000
	Kualitas Produk	0.531	0.073	0.538	7.298	0.000

**Analisis Dimensi Antar Variabel**

Analisis dimensi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dimensi variabel eksogen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dengan variabel endogen (kepuasan masyarakat). Analisis dimensi dilakukan dengan cara membuat matriks korelasi dimensi antara variabel eksogen dan variabel endogen. Hasil analisis dimensi terhadap variabel penelitian dapat dilihat pada:

**Tabel 12.** Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel

Variabel X \ Variabel Y	Y (Kepuasan Masyarakat)					
	Dimensi	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>

X <sub>1</sub> (Kualitas Pelayanan)	X <sub>11</sub>	0,735	0,846	0,820	0,521	0,560
	X <sub>12</sub>	0,884	0,827	0,799	0,548	0,640
	X <sub>13</sub>	0,769	0,834	0,858	0,550	0,575
	X <sub>14</sub>	0,808	0,836	0,768	0,500	0,491
	X <sub>15</sub>	0,698	0,684	0,800	0,576	0,584
X <sub>2</sub> (Kualitas Produk)	X <sub>21</sub>	0,859	0,787	0,828	0,635	0,672
	X <sub>22</sub>	0,798	0,719	0,676	0,613	0,525
	X <sub>23</sub>	0,796	0,803	0,821	0,702	0,569
	X <sub>24</sub>	0,779	0,695	0,650	0,750	0,669
	X <sub>25</sub>	0,871	0,692	0,741	0,669	0,602
	X <sub>26</sub>	0,644	0,519	0,493	0,643	0,580
	X <sub>27</sub>	0,605	0,379	0,288	0,385	0,461
	X <sub>28</sub>	0,862	0,803	0,811	0,661	0,649

Keterangan:

- Y = Kepuasan Masyarakat
- Y<sub>1</sub> = Kualitas Produk
- Y<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan
- Y<sub>3</sub> = Emosional
- Y<sub>4</sub> = Harga
- Y<sub>5</sub> = Biaya
- X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan
- X<sub>11</sub> = Kemampuan (Ability)
- X<sub>12</sub> = Sikap (Attitude)
- X<sub>13</sub> = Perhatian (Attention)
- X<sub>14</sub> = Tindakan (Action)
- X<sub>15</sub> = Tanggung Jawab (Accountability)
- X<sub>2</sub> = Kualitas Produk
- X<sub>21</sub> = Kinerja (Performance)
- X<sub>22</sub> = ampilan (Feature)
- X<sub>23</sub> = Keandalan (Reliability)
- X<sub>24</sub> = Kesesuaian dengan spesifikasi
- X<sub>25</sub> = Daya Tahan (Durability)
- X<sub>26</sub> = Serviceability
- X<sub>27</sub> = Estetika
- X<sub>28</sub> = Kesan Kualitas

Hasil analisis dimensi pada Tabel 12 adalah sebagai berikut.

1. Dimensi Kualitas Pelayanan dengan dimensi Kepuasan Masyarakat :
  - a. Hubungan paling lemah yaitu dimensi tindakan(X<sub>14</sub>) dengan dimensi biaya (Y<sub>5</sub>) dengan nilai korelasi 0,491 dan tingkat hubungan “sedang”.
  - b. Hubungan paling kuat yaitu dimensi sikap (X<sub>12</sub>) dengan dimensi kualitas produk (Y<sub>1</sub>) dengan nilai korelasi 0,884 dan tingkat hubungan “sangat kuat”.
2. Dimensi Kualitas Produk dengan dimensi Kepuasan Masyarakat:
  - a. Hubungan paling lemah yaitu dimensi estetika (X<sub>27</sub>) dengan dimensi emosional (Y<sub>3</sub>) dengan nilai korelasi 0,288 dan tingkat hubungan “lemah”.



- b. Hubungan paling kuat yaitu dimensi daya tahan ( $X_{25}$ ) dengan dimensi kualitas produk ( $Y_1$ ) dengan nilai korelasi 0,871 dan tingkat hubungan “sangat kuat”.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian merupakan pembahasan hasil analisis yang telah dilakukan meliputi: (1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat; (2) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat; (3) Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat. Pembahasan hasil penelitian selengkapnya sebagai berikut:

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)

Uji hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat, yaitu dengan uji korelasi sederhana *Product Moment (Pearson)* hasilnya diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $r_{y.1} = 0,914$ . Nilai koefisien korelasi  $r_{y.1} = 0,914$  adalah + dan nilai korelasi  $\neq 0$  Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat. Derajat kekuatan hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat termasuk kategori “sangat kuat” dikarenakan bahwa nilai  $r_{y.1} = 0,914$  berada diantara nilai 0,800 – 1,000.

Uji selanjutnya adalah menguji apakah hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien sebesar  $r_{y.1} = 0,914$  signifikan atau tidak. Hubungan yang terjadi dikatakan signifikan apabila nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Signifikan artinya bahwa hubungan yang terjadi adalah nyata dalam arti bahwa keberadaan kualitas pelayanan berhubungan secara nyata dengan kepuasan masyarakat. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 14,814$  dan nilai  $t_{tabel} = 1,68$  pada tingkat Sig = 0,05 dan  $N - 2$  atau  $45 - 2 = 43$ . Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa nilai  $t_{hitung} = 14,814 >$  nilai  $t_{tabel} = 1,68$ , artinya bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat.

Setelah diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat adalah positif dan signifikan. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat maka dilakukan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi. Hasil analisis koefisien determinasi adalah  $r^2 = (r_{y.1})^2 = (0,914)^2 \times 100\% = 83,5\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi keberadaan kualitas pelayanan adalah sebesar 83,5% terhadap kepuasan masyarakat. Terakhir adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan fungsional kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat maka didapatkan hasil hubungan fungsional  $\hat{Y} = 13,081 + 0,794X_1$ . Hasil hubungan fungsional ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 13,081, artinya apabila kualitas pelayanan tidak ada maka nilai kepuasan masyarakat (Y) sebesar 13,081.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan  $X_1$  sebesar 0,794, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar satu satuan.
- 3) Hasil hubungan fungsional antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan kepuasan masyarakat (Y) yaitu  $\hat{Y} = 13,081 + 0,794 X_1$  menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan masyarakat (Y).

#### Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)

Uji hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat, yaitu dengan uji korelasi sederhana *Product Moment (Pearson)* hasilnya diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $r_{y.1} = 0,926$ . Nilai koefisien korelasi  $r_{y.1} = 0,926$  adalah + dan nilai korelasi  $\neq 0$  Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat. Derajat kekuatan hubungan yang terjadi antara kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat termasuk kategori “sangat kuat” dikarenakan bahwa nilai  $r_{y.1} = 0,926$  berada diantara nilai 0,800 – 1,000. Uji selanjutnya adalah menguji apakah hubungan yang terjadi antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien sebesar  $r_{y.1} = 0,926$  signifikan atau tidak. Hubungan yang terjadi dikatakan signifikan apabila nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Signifikan artinya bahwa hubungan yang terjadi adalah nyata dalam arti bahwa keberadaan kualitas produk berhubungan secara nyata dengan kepuasan masyarakat. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 16,126$  dan nilai  $t_{tabel} = 1,68$  pada tingkat Sig = 0,05 dan  $N - 2$  atau  $45 -$



2 = 43. Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa nilai  $t_{hitung} = 16,126 >$  nilai  $t_{tabel} = 1,68$ , artinya bahwa hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat.

Setelah diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas produk dengan kepuasan masyarakat adalah positif dan signifikan. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan keberadaan kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat maka dilakukan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi. Hasil analisis koefisien determinasi adalah  $r^2 = (r_{y.1})^2 = (0,926)^2 \times 100\% = 85,7\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi keberadaan kualitas produk adalah sebesar 85,7% terhadap kepuasan masyarakat. Terakhir adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan fungsional kualitas produk dengan kepuasan masyarakat maka didapatkan hasil hubungan fungsional  $\hat{Y} = 4,771 + 0,914X_2$ . Hasil hubungan fungsional ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,771, artinya apabila kualitas produk tidak ada maka nilai kepuasan masyarakat (Y) sebesar 4,771.
- 2) Nilai koefisien kualitas produk  $X_2$  sebesar 0,914, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas produk ( $X_2$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar satu satuan.
- 3) Hasil hubungan fungsional antara kualitas produk ( $X_2$ ) dengan kepuasan masyarakat (Y) yaitu  $\hat{Y} = 4,771 + 0,914X_2$  menjelaskan bahwa kualitas produk ( $X_2$ ) dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan masyarakat (Y).

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)**

Uji hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat dengan uji korelasi berganda maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $R = 0,963$ . Nilai koefisien korelasi  $R = 0,963$  adalah + dan nilai korelasi  $\neq 0$ . Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat. Derajat kekuatan hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat termasuk kategori "kuat" dikarenakan bahwa nilai  $R = 0,963$  berada diantara nilai 0,800 – 1 (sangat kuat).

Uji selanjutnya adalah menguji apakah hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien korelasi sebesar  $R = 0,963$  signifikan atau tidak. Hubungan yang terjadi dikatakan signifikan apabila nilai  $F_{hitung} >$  nilai  $F_{tabel}$ . Signifikan artinya bahwa hubungan yang terjadi adalah nyata dalam arti bahwa keberadaan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berhubungan secara nyata dengan kepuasan masyarakat. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 269,704$  dan nilai  $F_{tabel} = 3,21$  pada tingkat  $\alpha = 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa nilai  $F_{hitung} = 269,704 >$  nilai  $F_{tabel} = 3,21$ , artinya bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat.

Setelah diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat adalah positif dan signifikan. Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangan keberadaan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat maka dilakukan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi. Hasil analisis koefisien determinasi adalah  $R^2 = (R)^2 = (0,963)^2 \times 100\% = 92,73\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi keberadaan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama adalah sebesar 92,73% terhadap kepuasan masyarakat.

Terakhir adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan fungsional antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat maka didapatkan hubungan fungsional  $\hat{Y} = 4,178 + 0,408X_1 + 0,531X_2$ . Hasil hubungan fungsional ini dapat dijelaskan sebagai berikut:



- 1) Nilai konstanta sebesar 4,178, artinya apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama tidak ada maka nilai kepuasan masyarakat (Y) sebesar 4,178.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan  $X_1$  sebesar 0,408, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar 0,408 satu satuan.
- 3) Nilai koefisien kualitas produk  $X_2$  sebesar 0,531, artinya bahwa apabila ada kenaikan atau tambahan (karena tanda +) satu satuan kualitas produk ( $X_2$ ) maka akan terjadi peningkatan kepuasan masyarakat (Y) sebesar 0,531 satu satuan.
- 4) Hasil hubungan fungsional antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat yaitu  $\hat{Y} = 4,178 + 0,408X_1 + 0,531X_2$  menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan masyarakat.

Dimensi kualitas pelayanan dengan dimensi kepuasan masyarakat yang memiliki hubungan paling lemah yaitu dimensi tindakan ( $X_{14}$ ) dengan dimensi biaya ( $Y_5$ ) dengan nilai korelasi 0,491 dan tingkat hubungan "sedang". Yang memiliki hubungan paling kuat yaitu dimensi sikap ( $X_{12}$ ) dengan dimensi kualitas produk ( $Y_1$ ) dengan nilai korelasi 0,884 dan tingkat hubungan "sangat kuat". (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat sebesar 85,7% dengan persamaan  $\hat{Y} = 4,771 + 0,914X_2$ . Kontribusi kualitas produk terhadap kepuasan masyarakat sebesar 85,7%. (2) Hal ini berarti bahwa kepuasan masyarakat Kota Bogor terhadap Aplikasi SiBadra ditentukan oleh kualitas produk. Kualitas produk yang baik akan mengakibatkan tingginya kepuasan masyarakat dan sebaliknya jika kualitas produk rendah maka kepuasan masyarakat juga rendah.

Dimensi kualitas produk dengan dimensi kepuasan masyarakat yang memiliki hubungan paling lemah yaitu dimensi estetika ( $X_{27}$ ) dengan dimensi emosional ( $Y_3$ ) dengan nilai korelasi 0,288 dan tingkat hubungan "lemah". Yang memiliki hubungan paling kuat yaitu dimensi daya tahan ( $X_{25}$ ) dengan dimensi kualitas produk ( $Y_1$ ) dengan nilai korelasi 0,871 dan tingkat hubungan "sangat kuat". (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat sebesar 92,73% dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 4,178 + 0,408X_1 + 0,531X_2$ . Kontribusi kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat sebesar 92,73%. (2) Hal ini berarti bahwa kepuasan masyarakat Kota Bogor terhadap Aplikasi SiBadra ditentukan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama yang baik akan mengakibatkan tingginya kepuasan masyarakat dan sebaliknya jika kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama rendah maka kepuasan masyarakat juga rendah.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 83,5% dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 13,081 + 0,794X_1$ . Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 83,5%. Hal ini berarti bahwa kepuasan masyarakat Kota Bogor terhadap Aplikasi SiBadra ditentukan oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan mengakibatkan tingginya kepuasan masyarakat dan sebaliknya jika kualitas pelayanan rendah maka kepuasan masyarakat juga rendah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat, artinya bahwa kualitas pelayanan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kepuasan masyarakat, dimana semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan masyarakat akan semakin baik. Upaya peningkatan kepuasan masyarakat melalui kualitas pelayanan yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan: (1) Respon time pengaduan, (2) Percepatan penyelesaian aduan, (3) Koordinasi antar instansi dan wilayah, (4) Masing-masing instansi membuat laporan kepada Kepala Daerah dan Kepala Daerah membahasnya dalam briefing staf tiap bulan, (5) Pelatihan operator atau admin SiBadra untuk meningkatkan skill dalam memberikan jawaban terhadap pengaduan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ernawati, Deasy, Raden Dwiarto, Yulia Nurul Aini, Asropi Asropi, and Noviana Dwi Harsiwi. 2023. "Responsive Public Complaint Service Innovation: The JAKI Application Case in DKI Provincial Government." *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 8(1):1–13. doi: 10.26905/pjiap.v8i1.9136.
- Juliarso, Ahmad. 2019. "ANALISIS IMPLEMENTASI E-GOVERNMENT DALAM MENINGKATKAN KINERJA PELAYANAN PUBLIK PADA PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN CIAMIS." *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi* 10(1):10. doi: 10.23969/kebijakan.v10i1.1417.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Editi. Pearson Education, Inc.
- Mulyana, Yaya, Bambang Agus Diana, Ridho Harta, and Yayan Andri. 2023. "STRATEGI KEBIJAKAN PENATAAN INFRASTRUKTUR IBU KOTA BARU (STUDI KASUS DI KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA)." *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi* 14(2):136–51. doi: 10.23969/kebijakan.v14i2.8324.
- Nurwahyuliningsih, Eka, Soni Akhmad Nulhaqim, and Hadiyanto A. Rachim. 2022. "Kepemimpinan Dan Pengambilan Keputusan Pada Organisasi Layanan Manusia." *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* 13(Vol. 13 No. 2, Juni 2022):136–45. doi: 10.23969/kebijakan.v13i2.5310.
- Saprudin, Zulmasyhur. 2024. "Public Service Innovation : A Comparative Study of Serang and Bogor Cities in Public Service Delivery." *Journal OF Governance* 9(4). <https://dx.doi.org/10.31506/jog.v9i4.28624>
- Sastrawan, Berry, Dede Syahrudin, Aep Saepudin Mughtar, and Oetje Subagdja. 2024. "EFEKTIVITAS PELAYANAN KARTU IDENTITAS ANAK DI DINAS." *Jurnal Governansi*,10:191–200., <https://doi.org/10.30997/jgs.v10i2.14693>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Supriadi, Made Nopen, Sekolah Tinggi, Teologi Arastamar, Sardjana Orba Manullang, and Universitas Krisnadwipayana. 2021. *Pelayanan Publik*.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009. n.d. *Tentang Pelayanan Publik*.
- Valarie, A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 2018. "Problems and Strategies in Services Marketing." *Jurnal of Marketing* 49.
- Wijaya, Andy Fata. 2022. "Pelayanan E-Gov ASN Dalam Society 5.0 : Model Kolaborasi Pentahelix 5.0."