

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (TANGIBLES, EMPATHY, REALIBILITY, RESPONSIVENESS DAN ASSURANCE) TERHADAP KEPUASAN PUBLIK PADA KANTOR CAMAT BANUHAMPU KABUPATEN AGAM

Rahmad

Abstrask

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap: 1) Pengaruh pelatihan terhadap motivasi berprestasi karyawan bagian kredit PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kelompok Bank Nagari Wilayah Bukittinggi dan Agam. 2) Pengaruh pelatihan dan motivasi berprestasi terhadap kinerja karyawan bagian kredit PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kelompok Bank Nagari Wilayah Bukittinggi dan Agam.

Populasi penelitian ini adalah karyawan bagian kredit karyawan bagian kredit PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kelompok Bank Nagari Wilayah Bukittinggi dan Agam yang meliputi lima (5) BPR. Penarikan sampel penelitian ini adalah dengan cara proporsional stratifiet Cluster Random Sampling, dengan menggunakan rumus Chochran 1997 dengan jumlah sampel adalah sebanyak 80 orang.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pelatihan berpegaruh signifikan terhadap motivasi berprestasi karyawan selain itu juga pelatihan dan motivasi berprestasi mempunyai penaruh yang signifikan juga terhadap kinerja karyawan karyawan bagian kredit PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kelompok Bank Nagari Wilayah Bukittinggi dan Agam.

Abstract

This study aims to reveal: 1) The effect of achievement motivation training of employees of the credit PT. Rural Banks (BPR) Nagari Bank Group Regional Bukittinggi and Agam. 2) Effect of training and achievement motivation on employee performance of credit PT. Rural Banks (BPR) Nagari Bank Group Regional Bukittinggi and Agam.

The study population was employee of the credit department employees of the credit PT. Rural Banks (BPR) Group Bank Nagari Bukittinggi and Agam region that includes five (5) RB. Sampling of this study is to stratifiet proportional cluster random sampling, by using the formula Chochran 1997 with the number of samples is 80 people.

From this research it is known that an alias training significantly to achievement motivation of employees while also training and achievement motivation have significant penaruh also on the performance of the employee credit department employees of PT. Rural Banks (BPR) Nagari Bank Group Regional Bukittinggi and Agam.

Kata Kunci : Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja

PENDAHULUAN

Hingga sekarang ini kualitas publik masih diwarnai oleh pelayanan yang sulit untuk diakses, prosedur yang berbelit-belit ketika harus mengurus suatu perjanjian tertentu, biaya yang tidak jelas serta terjadinya praktek pungutan liar (pungli), merupakan indikator rendahnya kualitas pelayanan publik di Indonesia. Dimana hal ini juga sebagai akibat dari berbagai permasalahan pelayanan publik yang belum dirasakan oleh rakyat.

Disamping itu, ada kecenderungan adanya ketidakadilan dalam pelayanan publik dimana masyarakat yang tergolong miskin akan sulit mendapat pelayanan. Sebaliknya bagi orang yang memiliki uang, dengan sangat mudah mendapatkan segala yang diinginkan

Untuk itu, apabila ketidakmerataan dan ketidakadilan ini terus menerus terjadi, maka pelayanan yang berpihak ini akan memunculkan potensi yang bersifat berbahaya dalam kehidupan berbangsa. Potensi ini antara lain terjadi disintegrasi bangsa, perbedaan yang lebar antara yang kaya dan miskin dalam konteks pelayanan, peningkatan ekonomi yang lamban merugikan bangsa Indonesia.

Di dalam sebuah organisasi yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan

masyarakat, dimana pelayanan yang diberikan oleh setiap karyawan harus mampu memberikan kepuasan terhadap jasa pelayanan yang dihasilkan. Keberhasilan ini hanya dimungkinkan, jika karyawan tersebut merasa pekerjaannya adalah merupakan tanggung jawab yang harus diemban dan memiliki kedisiplinan diri yang tinggi dalam melaksanakan pekerjaannya.

Agar pelayanan masyarakat berkualitas, sudah sepatutnya pemerintah mereformasi paradigma pelayanan masyarakat tersebut. Reformasi paradigma pelayanan masyarakat ini adalah pergeseran pola penyelenggaraan pelayanan masyarakat yang berorientasi kepada kebutuhan masyarakat sebagai pengguna. Dengan begitu, tak ada pintu alternatif untuk memulai perbaikan pelayanan masyarakat selain sesegera mungkin mendengarkan suara masyarakat itu sendiri.

Sehubungan dengan itu dalam melayani masyarakat, Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam berusaha untuk terus menjaga kualitas pelayanan agar visi dan misi Agam menyediakan Agam Mandiri berprestasi dan madani dapat terus terlaksana.

Untuk mencapai kepuasan masyarakat diperlukan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan

masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan kesesuaian antara harapan dan keinginan dengan kenyataan (Kotler, 2007). Hakekat pelayanan adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat atau pelanggan.

Secara umum kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pengguna jasa pelayanan dalam suatu organisasi. Pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam, kepuasan masyarakat merupakan tugas yang harus dipenuhi bagi semua komponen yang terlibat dalam manajemen Kantor Camat Banuhampu.

Sebagai lembaga penyedia jasa, Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam tentu memerlukan kualitas pelayanan dalam melayani masyarakatnya. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan tentu akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan masyarakat. Dalam menciptakan kualitas pelayanan yang prima, sikap atau cara pegawai Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam sangat berperan dalam melayani masyarakat seperti kecepatan layanan, ketepatan, kenyamanan layanan, ketersediaan layanan setiap waktu serta fasilitas yang lengkap dan memadai dan sebagainya.

Meskipun beberapa literatur memperlihatkan bahwa banyak variabel yang mempengaruhi kepuasan, namun salah satu variabel yang sangat signifikan dalam menjelaskan kepuasan masyarakat adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik akan dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat. Artinya semakin baik pelayanan yang diberikan kepada masyarakat maka kepuasan yang dirasakan akan semakin baik. Tjiptono (2000: 700) mengemukakan bahwa terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangible* (berwujud) yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa.
2. *Empathy* (perhatian) meliputi kemudahan dalam hal melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan
3. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan memenuhi janji layanan secara cepat, akurat dan memuaskan
4. *Responsive* (ketanggapan) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
5. *Assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan keragu-raguan.

Dari hasil pengamatan, terlihat fenomena bahwa tingkat kepuasan masyarakat dalam layanan masih perlu mendapat perhatian. Hal ini terlihat masih relatif tingginya keluhan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam . Adapun keluhan lain yang diterima dari masyarakat yaitu jauhnya jarak antara Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam dengan rumah masyarakat, masyarakat membutuhkan dana yang lebih besar dan waktu yang lebih lama

Sehubungan dengan fenomena tersebut, penelitian ini memberikan argumentasi bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen (masyarakat) merupakan dua konstruk yang sangat penting. Kualitas pelayanan (*service quality*) akan mampu menarik kepuasan masyarakat. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat.

Sehubungan dengan kualitas pelayanan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepuasan masyarakat / public yang didasarkan pada lima konsep dimensi penting kualitas pelayanan (*service quality*), yaitu *tangibles* (tampilan fisik), *empathy* (perhatian), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggapan), *assurance*

(jaminan), yang penulis tuangkan dalam bentuk penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan (*tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*) Terhadap Kepuasan Publik Pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi (Purnama (2006: 19-20) , menurut Parasuraman, et al. Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen, jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Pengertian dan defenisi kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria sangat tergantung pada konteksnya. Banyak

pakar dibidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Beberapa di antaranya yang paling populer adalah yang dikembangkan oleh tiga pakar kualitas tingkat internasional, yaitu mengacu pada pendapat Deming, Crosby dan Juran, (dalam Zulian Yamit, 2005: 7). Deming mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Crosby mempersepsikan kualitas sebagai nilai cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen. Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran, dalam Yamit (1996: 337) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), kendalanya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*), dan karakteristiknya dapat diukur. Geotsch Davis, (dalam Zulian Yamit, 2005: 8) membuat defenisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang digunakan Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya

menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Sedangkan Gaspersz (2002: 181) mendefinisikan kualitas adalah totalitas dan karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas seringkali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan.

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman, dalam Yamit (2005: 10-12) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan telah yang dijanjikan.
- b. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu

para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- c. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
- d. *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
- e. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepuasan Publik

Untuk mendefinisikan kepuasan publik/ masyarakat sebenarnya tidaklah mudah, karena masyarakat memiliki berbagai macam karakteristik, baik pengetahuan kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan. Misalnya, seorang masyarakat ingin mencoba pelayanan dari sebuah instansi publik tertentu sebelum melakukan pemanfaatan jasa tersebut pasti memiliki harapan bahwa dia akan dilayani secara baik, pelayannya ramah, cepat tanggap, dan pelayanan yang baik. Jika harapan publik ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan masyarakat tersebut akan merasa puas.

Tetapi bila yang dialami dan dirasakan masyarakat tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanan tidak ramah, tidak tanggap dan pelayanan tidak baik, sudah dapat dipastikan masyarakat tidak merasa puas.

Kotler (1998) mendefinisikan kepuasan publik adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi 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 dalam Tjiptono, (1997) menyatakan bahwa kepuasan publik total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan publik adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya yang pada akhirnya dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata publiknya.

METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu tes dilakukan, Alat ukur validitas, tidak sekedar mengungkapkan data dengan tetap, akan tetapi juga harus memberikan gambaran mengenai data tersebut. Sugiyono (2007) menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah r hitung $> 0,30$. Jadi, apabila diperoleh r hitung lebih besar dari 0,30 maka butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subjek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang valid saja.

Untuk menentukan tingkat reliabilitas dari angket dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien *Alpha Cronbach*, dimana instrumen memiliki tingkat reliabilitas tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh $\geq 0,60$ (Ghozali, 2005).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan maksud memeriksa apakah data yang berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau tidak. Menurut Santoso (2000) pedoman yang dipakai dalam uji normalitas ini adalah menggunakan uji Kolmogorov Smirnov yaitu :

- a) Jika nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas (p) $< 0,05$ (taraf kepercayaan 95 %), distribusi adalah tidak normal.
- b) Jika nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas (p) $> 0,05$ (taraf kepercayaan 95 %), distribusi adalah normal

Uji Multikolinearitas

Multikolineritas adalah keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi/ hubungan yang erat satu sama lain. Menurut Gujarati (1999) Untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah multikolineritas dilakukan dengan kriteria :

- a) Jika nilai VIF > 10 , berarti terdapat korelasi yang tinggi sesama variabel bebas, maka terdapat multikolineritas pada tingkat kepercayaan 95%
- b) Jika nilai VIF < 10 , berarti tidak terdapat multikolineritas pada tingkat kepercayaan 95%

Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variable independen (bebas) terhadap variable dependent (terikat) dalam penelitian ini maka digunakan analisis Regresi Linear Berganda.

Menentukan persamaan regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Pertanyaan Dimensi Tangibles

Dalam penelitian ini, dimensi tangibles (X1) diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan, yang mana semua butir pertanyaan yang digunakan adalah valid. Hal ini disebabkan karena semua butir pertanyaan memiliki nilai *corrected item – total correlation* di atas 0,300.

a) Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi Empathy

Dalam penelitian ini, dimensi empathy (X2) diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan yang mana semua butir pertanyaan yang digunakan adalah valid. Hal ini disebabkan karena semua butir

pertanyaan memiliki nilai *corrected item – total correlation* di atas 0,300.

b) Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi Reliability

Dalam penelitian ini, dimensi reliability (X3) diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan yang mana semua butir pertanyaan yang digunakan adalah valid. Hal ini disebabkan karena semua butir pertanyaan memiliki nilai *corrected item – total correlation* di atas 0,300.

c) Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi Responsiveness

Dalam penelitian ini, dimensi responsiveness (X4) diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan yang mana semua butir pertanyaan yang digunakan adalah valid. Hal ini disebabkan karena semua butir pertanyaan memiliki nilai *corrected item – total correlation* di atas 0,300.

d) Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi Assurance

Dalam penelitian ini, dimensi assurance (X5) diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan yang mana semua butir pertanyaan yang digunakan adalah valid. Hal ini disebabkan karena semua butir

pertanyaan memiliki nilai *corrected item – total correlation* di atas 0,300.

e) Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Publik

Kepuasan publik merupakan variabel terikat (*dependent variable*), variabel ini diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan yang mana semua butir pertanyaan yang digunakan adalah valid. Hal ini disebabkan karena semua butir pertanyaan memiliki nilai *corrected item – total correlation* di atas 0,300.

Uji Reliabilitas

Dari hasil reliabilitas terhadap variabel penelitian diketahui bahwa nilai *croanbach's alpha* untuk lima dimensi kualitas pelayanan berkisar antara 0,659 sampai 0,801 sedangkan nilai *croanbach's alpha* untuk variabel kepuasan public adalah 0,790

Secara menyeluruh bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *croanbach's alpha* di atas 0,60. Dengan demikian dapat diinterperstasikan bahwa semua variabel adalah reliable atau andal. Dengan kata lain, semua instrumen pertanyaan yang dipergunakan adalah stabil dan konsisten dalam mengukur masing-masing variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengolahan data untuk uji normalitas diketahui bahwa nilai Asym.Sig (2-tailed) untuk variabel tangibles (tampilan fisik) (X_1) sebesar 0,105, variabel empathy (perhatian) (X_2) sebesar 0,220, variabel reliability (keandalan) (X_3) sebesar 0,224, variabel responsiveness (tanggapan) (X_4) sebesar 0,129 dan variabel assurance (jaminan) (X_5) sebesar 0,136.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai Asym.Sig (2-tailed) dari semua variabel penelitian nilainya lebih besar dari tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal, berarti analisis regresi dapat dilaksanakan karena data telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas memiliki hubungan satu sama lainnya. Yang dimaksud dengan uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas atau antara variabel bebas tidak berkorelasi. Jika terdapat multikolinearitas maka, salah satu

dari variabel tersebut harus dieleminir atau dikeluarkan dari persamaan.

Berdasarkan hasil olahan data diketahui bahwa nilai *tolerance* dari *Collinearity Statistics* mendekati 1 (satu) dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) untuk semua variabel bebas di bawah 5 (lima). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian ini dapat dilakukan pengolahan data dengan regresi linear berganda karena tidak terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, digunakan pendekatan OLS (*Ordinal Least Square*) atau metode kuadrat terkecil yang dibentuk oleh lima variabel bebas, yaitu tangibles (tampilan fisik) (X_1), empathy (perhatian) (X_2), reliability (keandalan) (X_3), responsiveness (tanggapan) (X_4) dan assurance (jaminan) (X_5) dan satu variabel terikat yaitu kepuasan publik (Y). Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda dari variabel penelitian yaitu tangibles (tampilan fisik) (X_1), empathy

(perhatian) (X_2), reliability (keandalan) (X_3), responsiveness (tanggapan) (X_4) dan assurance (jaminan) (X_5) sebagai variabel independen dan satu variabel terikat yaitu kepuasan publik (Y)

Dari hasil pengolahan data untuk analisis regresi linear berganda diketahui nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel penelitian yakni koefisien regresi dari variabel tangibles (tampilan fisik) (X_1) adalah 0,235, koefisien regresi dari variabel empathy (perhatian) (X_2) adalah 0,160, koefisien regresi dari variabel reliability (keandalan) (X_3) adalah 0,459, koefisien regresi dari variabel responsiveness (tanggapan) (X_4) adalah 0,787 dan koefisien regresi dari variabel dan assurance (jaminan) (X_5) adalah 0,514 dengan nilai konstanta sebesar 38,899. Kemudian, nilai koefisien regresi masing-masing variabel di atas dapat disubstitusikan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 38,889 + 0,235 X_1 + 0,160 X_2 + 0,459 X_3 + 0,787 X_4 + 0,514 X_5$$

Nilai koefisien yang disubstitusikan ke dalam persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 38,889, hal ini menunjukkan bahwa sebelum dipengaruhi oleh tangibles (tampilan fisik) (X_1), empathy (perhatian) (X_2), reliability (keandalan) (X_3), responsiveness (tanggapan) (X_4) dan assurance (jaminan) (X_5) maka nilai kepuasan Publik sebesar 38,889.
- 2) Koefisien regresi dari tangibles (tampilan fisik) (X_1) sebesar 0,235 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa dengan peningkatan dari tangibles (tampilan fisik) (X_1) dalam setiap satuannya akan meningkatkan kepuasan publik sebesar 0,235 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).
- 3) Koefisien regresi dari empathy (perhatian) (X_2) sebesar 0,160 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa dengan peningkatan dari empathy (perhatian) (X_2) dalam setiap satuannya akan meningkatkan kepuasan publik sebesar 0,160 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).
- 4) Koefisien regresi dari reliability (keandalan) (X_3) sebesar 0,459 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa dengan peningkatan dari reliability (keandalan) (X_3) dalam setiap satuannya

akan meningkatkan kepuasan publik sebesar 0,459 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).

- 5) Koefisien regresi dari responsiveness (tanggapan) (X_4) sebesar 0,787 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa dengan peningkatan dari responsiveness (tanggapan) (X_4) dalam setiap satuannya akan meningkatkan kepuasan publik sebesar 0,787 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).

Koefisien regresi dari assurance (jaminan) (X_5) sebesar 0,514 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa dengan peningkatan dari tangibles (tampilan fisik) (X_1) dalam setiap satuannya akan meningkatkan kepuasan publik sebesar 0,514 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).

5. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang sifatnya sementara dan masih dibuktikan kebenarannya. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini mengembangkan Lima hipotesis yang perlu dilakukan pengujian yaitu :

Pengujian Hipotesis Pertama

H1: *Tangibles* (tampilan fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *Tangibles* (tampilan fisik) (X_1) adalah sebesar 0,235. Nilai signifikansi dari variabel *Tangibles* (tampilan fisik) adalah sebesar 0,048. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,048 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Tangibles* (tampilan fisik) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi tingkat *Tangibles* (tampilan fisik) (X_1) maka semakin tinggi kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam.

Pengujian Hipotesis Kedua

H2: *Empathy* (perhatian) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *Empathy* (perhatian) (X_2) adalah sebesar 0,160. Nilai signifikansi dari variabel *Empathy* (perhatian) (X_2) adalah sebesar 0,046. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,046 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Empathy* (perhatian) (X_2) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi tingkat *Empathy* (perhatian) (X_2) maka semakin tinggi kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam.

Pengujian Hipotesis Ketiga

H3:*Reliability* (keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *Reliability* (keandalan) (X_3) adalah sebesar 0,459. Nilai signifikansi dari variabel *Reliability* (keandalan) (X_3) adalah sebesar 0,001. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,001 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Reliability* (keandalan) (X_3) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam .

Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi tingkat ***Reliability* (keandalan)** (X_3) maka semakin tinggi kepuasan publik pada **Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam** .

Pengujian Hipotesis Empat

H4:*Responsiveness* (tanggapan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam.

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *Responsiveness* (tanggapan) (X_4) adalah sebesar 0,787. Nilai signifikansi dari variabel *Responsiveness* (tanggapan) (X_4) adalah sebesar 0,000. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Responsiveness* (tanggapan) (X_4) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam . Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi tingkat ***Responsiveness* (tanggapan)** (X_4) maka semakin tinggi kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam.

Pengujian Hipotesis Kelima

H5: *Assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam.

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *Assurance* (jaminan) (X_5) adalah sebesar 0,514. Nilai signifikansi dari variabel *Assurance* (jaminan) (X_5) adalah sebesar 0,001. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,001 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Assurance* (jaminan) (X_5) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi tingkat *Assurance* (jaminan) (X_5) maka semakin tinggi kepuasan publik pada **Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam**

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Tangibles* (tampilan fisik) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.
- b) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Empathy* (perhatian) (X_2) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.
- c) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Reliability* (keandalan) (X_3) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.
- e) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Responsiveness* (tanggapan) (X_4) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Banuhampu Kabupaten Agam. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

- f) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif *Assurance* (jaminan) (X_5) terhadap kepuasan publik pada Kantor Camat Benuhampu Kabupaten Agam . Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry L, Zeitham I,V,
Parasuraman,A,(1998) “The Service
- Quality Puzzle “, Business
Horizons.
- Ety, Rochaety dan Ratih Tresnati, Latief ,
2007 . Metodologi Penelitian Bisnis
dengan Aplikasi SPSS.Jakarta: Mitra
Wacana Media.
- Fandi Tjiptono, 1997 , Strategi Pemasaran ,
edisi 1 , Andi, Yogyakarta.
- Fandi Tjiptono , 2004, Manajemen Jasa ,
Yogyakarta, Andi Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent (2002): Manajemen
Kualitas dalam Industri Jasa,
Gramedia : Jakarta.
- Kotler , Philip.1998.Manajemen Pemasaran
: Analisis, Perencanaan
,Implementasi dan Korelasi, Jakarta :
PT Prenhallindo.
- Kuncoro, Mudrajad,2003. Metode Riset
untuk Biusnis dan Ekonomi, Jakarta :
Erlangga.
- Kotler, Philips . 2007.Manajemen
Pemasaran , Analisis, Perencanaan ,
Pengendalian, Prentice Hall, edisi
bahasa Indonesia , Jakarta : Salemba
Empat.
- Purnama , Nursya'bani .2006. Manajemen
KualitasPerspektif Global .
Yogyakarta: Ekonisia.
- Singarimbun, Masri dan
SofianEffendi.1999,Metode
Penelitian Survei, Jakarta, PT
Pustaka LP3ES.
- Sugiyono.2007. Metode Penelitian
Kuantitatif dan
Kualitatif,R&D.Bandung :
CV.Alfabeta.
- Yamit Zulian.1996.Manajemen Produksi
dan Operasi .edisi
pertama.Ekonisia.Kampus Fakultas
Ekonomi UIIYogyakarta.
- Yamit Zulian.2005.Manajemen Kualitas
Produk dan Jasa ,edisi pertama ,
cetakan keempat , penerbit Ekonisia
,Kampus Fakultas Ekonomi UII
Yogyakarta.