

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Desa Cinangka Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor

Agus Aminsyah¹, Ari Raya Wicaksono², Rifaldiansyah³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia

agusaminsyah75@gmail.com, airyawicaksono@gmail.com, rfldnsyh18@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Agust 25, 2025

Revised Sept 20, 2025

Accepted Okt 20, 2025

Kata Kunci:

Kata Kunci Pertama, Kata Kunci Kedua, Kata Kunci Ketiga, Kata Kunci Keempat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan informasi berupa penjelasan yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat. Dan memperoleh hasil dari olahan data tentang seberapa besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

Metode yang digunakan adalah kualitas atau sebab akibat dengan metode pengaruh. Jenis penelitian adalah deskriptif dan verifikatif dengan populasi dan sampel yang digunakan berjumlah 100 orang responden masyarakat yakni dengan bentuk kajian lapangan dan survey langsung melalui penyebaran angket kuesioner.

Hasil koefisien korelasi diperoleh nilai r kualitas pelayanan 0,881 ini berarti ada korelasi positif dengan tingkat hubungan kuat yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat. Hasil koefisien determinasi (R^2) 0,774 artinya 77,4% variabel independent yaitu kualitas dapat menjelaskan oleh variabel dependen yaitu kepuasan masyarakat. Sisanya 22,6% dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Hasil persamaan regresi yaitu $Y = 5,606 + 0,838X$ dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana variabel X (kualitas pelayanan) memiliki koefisien yang positif, berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (kepuasan masyarakat). Hasil dari pengujian hipotesis, diperoleh variabel kualitas pelayanan memiliki $\text{sig} < 0,05$ yaitu 0,000 artinya signifikan. t hitung = 18,424 dan t tabel = 1,984. Variabel kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Sehingga hasil uji hipotesis variabel kualitas pelayanan (X) : H_0 ditolak dan H_1 diterima.

ABSTRACT

This study aims to produce information in the form of a more in-depth explanation of the effect of service quality on community satisfaction. And obtain results from processed data about how much the quality of service on community satisfaction. The method used is quality or cause and effect with the method of influence. The type of research is descriptive and verification with the population and sample used totaling 100 community respondents, namely in the form of field studies and direct surveys through distributing questionnaires.

The result of the correlation coefficient obtained by the service quality r value of 0.881 means that there is a positive correlation with a strong relationship level which indicates that improving service quality can increase community satisfaction. The result of the



coefficient of determination (R^2) 0.774 means that 77.4% of the independent variable, namely quality, can explain the dependent variable, namely community satisfaction. The remaining 22.6% is explained by other factors not examined by this study. The results of the regression equation are $Y = 5.606 + 0.838X$ using the simple regression analysis method variable X (service quality) has a positive coefficient, meaning that the independent variable has a direct influence on variable Y (community satisfaction). The results of hypothesis testing, obtained by the service quality variable, have $sig < 0.05$, namely 0.000, which means significant. t count = 18.424 and t table = 1.984. The service quality variable is positively and significantly related to community satisfaction. So that the results of the service quality variable hypothesis test (X): H_0 is rejected and H_1 is accepted.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Rifaldiansyah
 Program Studi Manajemen
 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia. Jl. Akes UI No. 89 Depok – Jawa Barat
 Email: rfldnsyh18@gmail.com

1. PENDAHULUAN (11 PT)

1.1 Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa mengatur mengenai penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, pembinaan kemasyarakatan, dan pemberdayaan masyarakat desa (BPK, 2014).

Pelayanan Desa merupakan salah satu aspek penting dalam menciptakan pemerintahan yang transparan, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Layanan publik di Desa Cinangka terus ditingkatkan demi memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat, salah satunya melalui pelayanan administrasi seperti pembuatan surat-surat kependudukan, perizinan, serta penyaluran bantuan sosial yang dilaksanakan secara efisien dan tepat sasaran.

Jumlah kehadiran pada Desa Cinangka Periode 2024 mengalami fluktuasi dalam kehadiran, data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Absensi Karyawan Desa Cinangka

Bulan	Jumlah Karyawan	Hari Kerja	Absensi Tidak Hadir / Bulan				
			Alfa	Izin	Sakit	Total	%
Januari	13	18	0	1	0	1	8%
Februari	13	19	0	2	2	4	31%

Maret	13	19	0	0	1	1	8%
April	13	14	0	0	0	0	0%
Mei	13	20	0	2	2	4	31%
Juni	13	17	0	4	3	7	54%
Juli	13	23	0	3	3	6	46%
Agustus	13	22	0	2	0	2	15%
September	13	20	0	2	6	8	62%
Oktober	13	23	0	1	0	1	8%
November	13	21	0	0	0	0	0%
Desember	13	20	0	2	3	5	38%
Rata-Rata Persentase							25%

Sumber: Kantor Desa Cinangka, 2024

2.

3. Berdasarkan pada Tabel 1.1 absensi kehadiran karyawan di Desa Cinangka pada periode 2024 mengalami fluktuasi. Bulan dengan persentase absensi tertinggi adalah September yaitu sebesar 62%, sementara bulan dengan persentase absensi terendah adalah April dan November dengan 0%. Secara keseluruhan, rata-rata persentase absensi selama periode tersebut adalah sekitar 25%. Tingginya angka absensi ini akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik. Ketika pegawai Desa sering tidak hadir, layanan administrasi dan kebutuhan warga lainnya jadi terhambat, pada akhirnya akan menurunkan tingkat kepuasan masyarakat. Warga akan menilai kualitas pelayanan dari kehadiran pegawai Desa untuk kesiapan dalam melayani, absensi yang tinggi menciptakan persepsi negatif terhadap kinerja di kantor Desa Cinangka.

4. **Kualitas Pelayanan Publik** di Desa Cinangka, terdapat keluhan warga terhadap pelayanan publik di kantor Desa, terutama mengenai proses pengurusan dokumen administrasi seperti KTP, KK, dan surat keterangan usaha. Keluhan tersebut muncul akibat lambatnya proses pelayanan, minimnya informasi yang diberikan, serta kurangnya respon dari petugas Desa. Menurut penelitian yang dilakukan (Agustina, dkk, 2024;13) pelayanan publik merupakan usaha untuk memenuhi segala sesuatu yang berhubungan dengan produksi, jasa, manusia, proses, lingkungan, dan yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen baik itu berupa barang dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat sebagai pelanggan.

5. **Promosi** yang dilakukan oleh pihak pegawai Desa atau usaha lokal seperti UMKM mulai meningkat, terutama melalui media sosial, spanduk dan event Desa, hal ini menumbuhkan rasa puas, terutama ketika ekspektasi warga terpenuhi atau bahkan terlampaui. Menurut penelitian yang dilakukan (Sembiring, 2024;39) promosi sebagai strategi integral dalam dunia pemasaran yang tidak bisa diabaikan oleh industri saat memasarkan produk atau layanan mereka.

6. **Lokasi** di Desa Cinangka cukup strategis sehingga mempermudah warga untuk mengakses ke kantor Desa, hal ini berdampak pada kepuasan masyarakat karena kemudahan akses layanan. Menurut penelitian yang dilakukan (Praptiningrum, 2022;13) lokasi suatu bangunan perusahaan juga kerap menjadi



sorotan bagi para tamu dalam melakukan keputusan menginap. Lokasi yang menjadi daya tarik tersendiri tentunya dilihat dari kestrategisan, lokasi yang memadai dan terjangkau.

7. **Komunikasi** di Desa Cinangka masih kurang efektif sehingga dapat menimbulkan berbagai kendala dalam pelayanan kepada masyarakat, contohnya yaitu informasi yang kurang akurat terkait prosedur administrasi, lambatnya respon, ketanggapan, kehandalan dan empati. Menurut penelitian yang dilakukan (Suriadi, dkk, 2024;509) komunikasi pemasaran merupakan proses penyebaran informasi terkait perusahaan dan sesuatu produk atau layanan yang hendak ditawarkan perusahaan pada pasar sasaran. Hal ini akan menimbulkan timbal balik antar keduanya dan secara umum pesan yang disampaikan menggunakan suatu media tertentu.

8. **Kepercayaan Masyarakat** di Desa Cinangka, kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah desa belum maksimal karena masih adanya anggapan bahwa pengelolaan anggaran kurang transparan dan keputusan diambil tanpa melibatkan warga. Hal ini membuat sebagian masyarakat merasa kurang puas terhadap pelayanan Desa, karena mereka meragukan keadilan dan keterbukaan pihak Desa. Menurut penelitian yang dilakukan (Dewi, dkk, 2024;75) kepercayaan masyarakat juga menjadi poin penting dalam menciptakan kepuasan masyarakat, agar dapat terjalin hubungan dalam jangka panjang antara penyedia jasa dan masyarakat, maka dibutuhkan kepercayaan yang mana terdiri dari perasaan masyarakat dalam mempercayai jasa yang diberikan oleh penyedia jasa.

9. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, menurut peneliti variabel yang diduga dominan adalah kualitas pelayanan. Sehingga peneliti mengangkat judul penelitian yaitu **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Desa Cinangka Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor"**

10.

1. Identifikasi Masalah

Agar lebih paham tentang topik, berdasarkan latar belakang penelitian, dan setelah ditemukan variabel-variabel yang diduga mempengaruhi kepuasan masyarakat, maka dilakukan identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berhubungan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat?
2. Apakah Promosi berhubungan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat?
3. Apakah Lokasi berhubungan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat?
4. Apakah Komunikasi berhubungan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat?
5. Apakah Kepercayaan Masyarakat berhubungan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

11. Agar hasil penelitian dapat digunakan untuk pemecah masalah dilapangan, telah ditemukan 5 identifikasi masalah. Kualitas pelayanan yang

diduga lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan masyarakat. Sehingga variabel tersebut di konstruksi sebagai variabel bebas, selanjutnya kepuasan masyarakat di konstruksi sebagai variabel terikat.

12.

1.4 Rumusan Masalah

Dilihat dari batasan masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat?

1.5 Tujuan Penelitian

Agar penelitian tidak menyimpang dari topik atau masalah yang dibahas, maka tujuan penelitian ini yang akan dicapai adalah:

1. Memperoleh informasi serta kajian data tentang hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.
2. Memperoleh informasi dari hasil olahan dan kajian data tentang seberapa besar hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

1.6 Kegunaan Penelitian

13. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, khususnya:

1. Bagi Akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber belajar dan acuan bagi mahasiswa ke depan untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.
 - b. Penelitian ini diharapkan bisa menarik minat baca mahasiswa dan menjadi referensi tambahan dalam bidang manajemen, khususnya tentang kualitas pelayanan kepada kepuasan masyarakat.
 - c. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa sebagai media pembelajaran dalam kajian ilmu manajemen, khususnya pada manajemen sumber daya manusia yang membahas tentang kualitas pelayanan kepada kepuasan masyarakat.
2. Praktisi
 - a. Sebagai evaluasi yang memuat informasi mengenai keterkaitan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat, yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi atau referensi bagi karyawan atau pihak yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang serupa, khususnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

- c. Memahami dan mendapatkan pengetahuan, baik teori maupun fakta, tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

2 TINJAUAN PUSTAKA (11 PT)

2.1 Kajian Pustaka

14. 2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

A. Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia

15. Menurut Hasibuan (2023:10) Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah suatu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi perusahaan. Unsur MSDM adalah manusia yang merupakan tenaga kerja pada perusahaan. Dengan demikian, fokus yang dipelajari ini hanyalah masalah yang berhubungan dengan tenaga kerja manusia saja.

B. Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia

16. Menurut Hasibuan (2023:10) Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Menurut (Hariandja, 2018:2) sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan di samping faktor yang lain seperti modal. Oleh karena itu, SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia (MSDM).

C. Komponen Manajemen Sumber Daya Manusia

17. Menurut Hasibuan (2023:12) tenaga kerja manusia pada dasarnya dibagi menjadi beberapa komponen, yaitu:

1. Pengusaha

18. Pengusaha adalah setiap orang yang menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak menentu tergantung pada laba yang dicapai perusahaan.

2. Karyawan

19. Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka aktivitas perusahaan tidak akan terjadi.

3. Pemimpin atau Manajer

20. Pemimpin adalah seseorang yang mempergunakan wewenang dan kepemimpinannya untuk mengarahkan orang lain serta bertanggung jawab atas pekerjaan orang tersebut dalam mencapai suatu tujuan.

2.4.1 Kualitas Pelayanan (X)

A. Konsep Kualitas Pelayanan

21. Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan berarti memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang tepat agar mereka merasa puas.

B. Definisi Kualitas Pelayanan

22. Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller dalam (Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

C. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

23. Menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:66) ada lima dimensi kualitas pelayanan yang harus dipenuhi, yaitu:

1. **Bukti Fisik (*Tangibles*)**

24. Bukti fisik (*Tangibles*) ini mencakup dalam penampilan fisik perusahaan, seperti penampilan fisik, peralatan, personal, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.

2. **Empati (*Empathy*)**

25. Empati (*Empathy*) kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

3. **Keandalan (*Reliability*)**

26. Keandalan (*Reliability*) kemampuan pereusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

4. **Cepat Tanggap (*Responsiveness*)**

27. Cepat tanggap (*Responsiveness*) daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

28. 5. **Jaminan (*Assurance*)**

29. Jaminan (*Assurance*) kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

2.1.3 Kepuasan (Y)

A. Konsep Kepuasan

30. Menurut Kotler & Keller (2012:138) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

B. Definisi Kepuasan Masyarakat

31. Menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:82) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja gagal memenuhi yang diharapkan, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas. Jika kinerja melebihi apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas atau senang.

32.

C. Dimensi-Dimensi Kepuasan Masyarakat

33. Menurut Kotler & Keller (2012:140) terdapat lima (5) dimensi kepuasan masyarakat, yaitu:



1. Tetap setia

34. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama dan tidak akan pernah membeli produk lain selain produk/jasa tersebut.
2. Membeli produk yang ditawarkan

35. Keinginan untuk membeli produk atau jasa lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik pada saat membeli produk/jasa tersebut sehingga selalu mencari dan menghindari pengalaman yang buruk.
3. Merekomendasikan produk

36. Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk/jasa tersebut sehingga calon konsumen baru akan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan tersebut.
4. Bersedia membayar lebih

37. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga. Sehingga konsumen selalu bersedia membayar lebih demi mendapatkan produk/jasa yang menurutnya baik.
5. Memberi masukan

38. Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai, dan timbul inovasi baru dan melakukan ide baru untuk perkembangan produk/jasa yang telah berjalan.

1.2 Studi Empiris

39. Penelitian oleh Andrianto Wahyu Eka Pratama (2014) yang memiliki judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat" bertujuan untuk:
 1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsive, assurance, empathy*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Sondokan?
 2. Untuk mengetahui diantara ke 5 dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsive, assurance, empathy*) dimensi manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Sondokan?
40. Hasil penelitiannya menunjukan bahwa:
- 41.
- 42.
1. Analisa regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

43. $Y = 2,747 + 0,110 X_1 + 0,132 + X_2 + 0,327 X_3 + 0,141 X_4 + 0,130 X_5$
44. Dari persamaan di atas maka diinterpretasikan sebagai berikut:
45. Koefisien regresi variabel sebesar 2,747 maka *Tangibles, Reliability, Assurance, Responsive*, dan *Empathy* naik sebesar satu-satuan maka variabel *tangibles* naik sebesar 0,110 maka kepuasan meningkat, variabel *reliability* naik sebesar 0,132 maka

kepuasan meningkat, variabel *assurance* naik sebesar 0,327 maka kepuasan meningkat, variabel *responsive* naik sebesar 0,141 maka kepuasan meningkat, variabel *empathy* naik sebesar 0,130 maka kepuasan meningkat.

2. Hasil uji t diketahui variabel *tangibles* (X_1) ditolak t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,225 > 2,000$) maka hal ini menunjukan bahwa *tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat atau karena t_{sig} (0,028) lebih kecil dari 0,05.

46. Variabel *reliability* (X_2) diketahui H_0 ditolak t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,338 > 2,000$) maka hal ini menunjukan bahwa *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat atau karena t_{sig} (0,022) lebih kecil dari 0,05.

47. Variabel *assurance* (X_3) diketahui H_0 ditolak t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,031 > 2,000$) maka hal ini menunjukan bahwa *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat atau karena t_{sig} (0,000) lebih kecil dari 0,05.

48. Variabel *responsive* (X_4) diketahui H_0 ditolak t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,234 > 2,000$) maka hal ini menunjukan bahwa *responsive* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat atau karena t_{sig} (0,028) lebih kecil dari 0,05.

49. Variabel *empathy* (X_5) diketahui H_0 ditolak t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,234 > 2,000$) maka hal ini menunjukan bahwa *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat atau karena t_{sig} (0,031) lebih kecil dari 0,05.

3. Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,890 > 2,53$), maka H_0 ditolak, berarti secara bersama-sama variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.

4. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh R square (R^2) sebesar 0,567, berarti variasi perubahan variabel Kepuasan Masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4) dan *Empathy* (X_5) sebesar 56,7%. Sedangkan sisanya sebesar 43,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

50.

51.

52.

53.

54.

2.3 Latar Belakang Institusi

2.3.1 Sejarah Singkat

55. Desa Cinangka merupakan salah satu Desa di wilayah Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, di dirikan pada tahun 1952, dengan luas wilayah kurang lebih 350 ha, ketinggian 234 mdpl. Desa ini terdiri dari 4 kodusunan, 10 rukun warga (RW) dan 48 rukun tetangga (RT).

56. Letaknya yang strategis, perbatasan dengan beberapa Desa dan sungai, serta memiliki akses yang baik ke pusat pemerintahan, yaitu hanya 5 km dari Ibu Kota Kecamatan. Lahan Desa didominasi oleh sawah, ladang, dan permukiman, serta dilengkapi fasilitas umum seperti sekolah, tempat ibadah, dan lapangan olahraga.

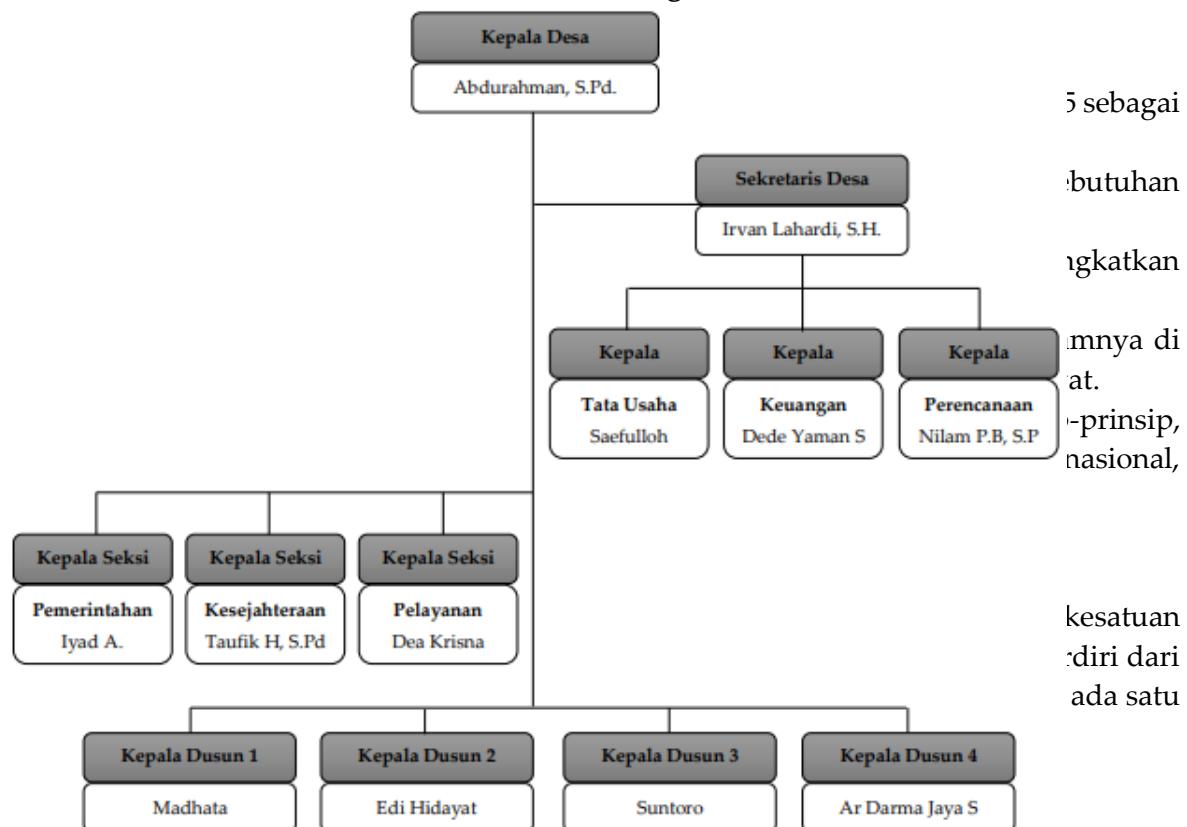
57. Dengan jumlah penduduk 14.227 jiwa per Maret 2023, Desa Cinangka memiliki potensi besar untuk dikembangkan, khususnya dalam bidang peretanian, Pendidikan, dan pelayanan sosial.

2.3.2 Struktur Organisasi

58. Struktur organisasi disusun untuk mendukung kelancaran tugas dan fungsi pemerintah Desa untuk menunjang tercapainya tujuan. Dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut:

59. Gambar 2.1

60. Struktur Organisasi



1. Kepala Desa

Kepala desa bertugas menyelenggarakan pemerintahan, melaksanakan pembangunan, membina masyarakat, dan memberdayakan masyarakat desa untuk mewujudkan kemajuan dan kesejahteraan warga desa.

2. Sekretaris Desa

Sekretaris desa bertugas membantu kepala desa dalam bidang administrasi pemerintahan dan pelayanan masyarakat agar pemerintahan desa dapat berjalan dengan baik.

3. Kepala Urusan Tata Usaha

Kepala urusan tata usaha desa bertugas mengelola surat-menyerat, arsip, dan inventaris desa untuk mendukung kelancaran pemerintahan desa.

4. Kepala Urusan Keuangan

Kepala keuangan desa bertugas untuk mengatur dan mencatat keuangan desa mulai dari perencanaan anggaran hingga pencatatan dan penyusunan laporan, agar anggaran dikelola dengan tertib dan transparan.

5. Kepala Urusan Perencanaan

Kepala urusan perencanaan desa bertugas untuk menyusun rencana pembangunan desa dan mengelola data perencanaan untuk mendukung program kerja dan kemajuan desa.

6. Kepala Seksi Pemerintahan

Kepala seksi pemerintahan desa bertugas untuk mengelola administrasi kependudukan, pertanahan, dan membantu pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan di tingkat desa.

7. Kepala Seksi Kesejahteraan

Kepala seksi kesejahteraan desa bertugas untuk mengelola program pembangunan dan pelayanan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, seperti pendidikan, kesehatan, dan bantuan sosial.

8. Kepala Seksi Pelayanan

Kepala seksi pelayanan desa bertugas untuk melaksanakan kegiatan pelayanan kepada masyarakat, baik itu di bidang pendidikan, kesehatan, dan sosial kemasyarakatan di desa.

9. Kepala Dusun

Kepala dusun membantu kepala desa dalam pelaksanaan tugas di wilayah dusun, termasuk mendata penduduk, menyampaikan informasi, dan menjaga ketertiban serta pelayanan kepada masyarakat setempat.

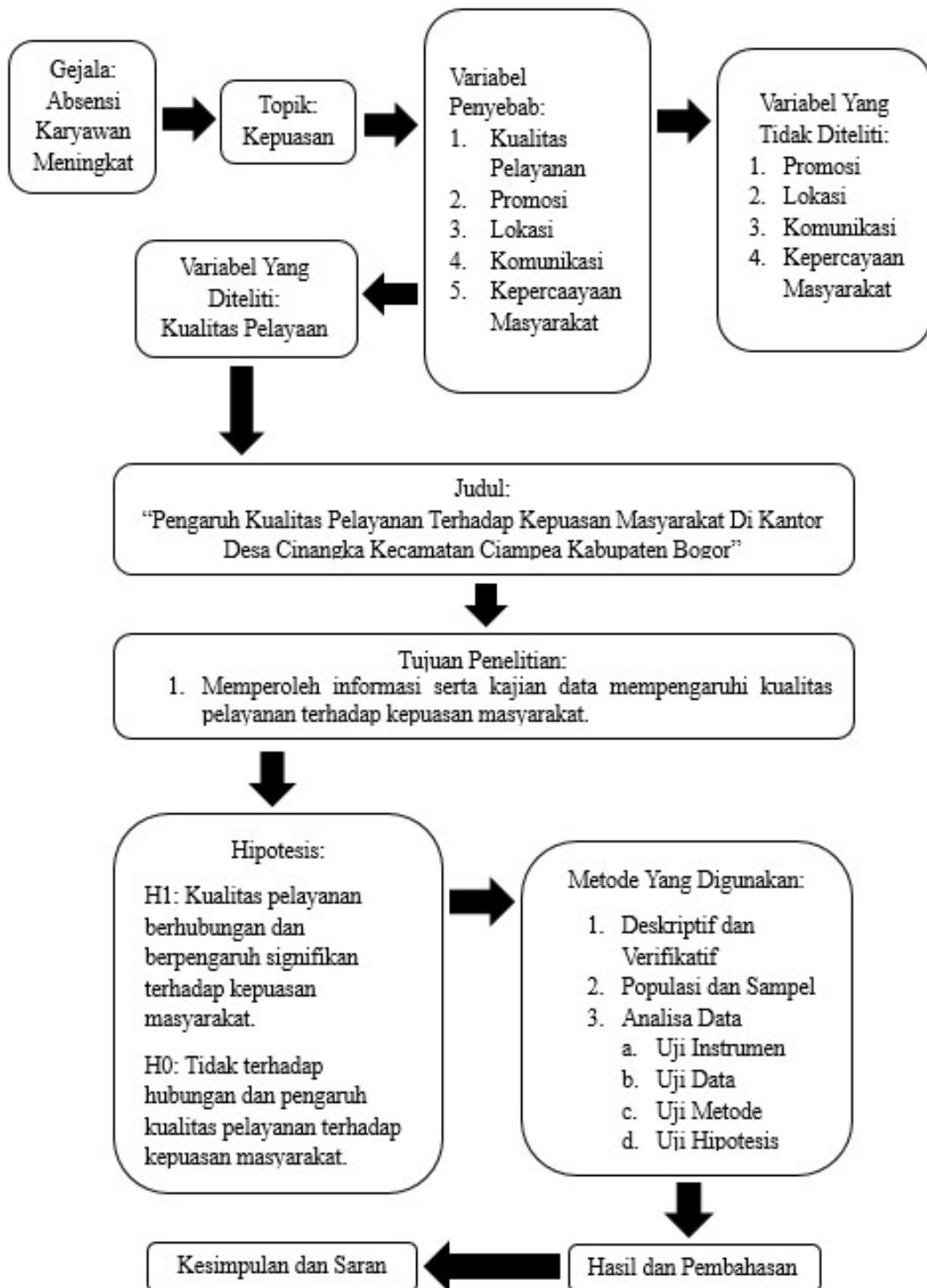
2.3.4 Bidang Pemerintahan

Desa Cinangka merupakan intansi pemerintahan yang memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, bertanggung jawab atas berbagai urusan, termasuk administrasi kependudukan, pembangunan desa, pelayanan sosial, dan pemberdayaan masyarakat.

2.4 Kerangka Pemikiran

2.4 Desain Penelitian

Gambar 2.2
Desain Penelitian



Sumber: Diolah, 2025

2.4.2 Konsep Penelitian

Berdasarkan desain penelitian diatas maka konsep penelitian atau konstruk dalam penelitian ini adalah:

- A. **Kualitas Pelayanan (X)**
1. **Konsep Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan berarti memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang tepat agar mereka merasa puas.

2. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Keller dalam Indrasari (2019:66) ada lima dimensi kualitas pelayanan yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*Tangibles*) ini mencakup dalam penampilan fisik perusahaan, seperti penampilan fisik, peralatan, personal, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.

2. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) kemampuan pereusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

4. Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Cepat tanggap (*Responsiveness*) daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

5. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

B. Kepuasan (Y)

2. Konsep Kepuasan

Menurut Kotler & Keller (2012:138) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsi produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

3. Dimensi-Dimensi Kepuasan Masyarakat

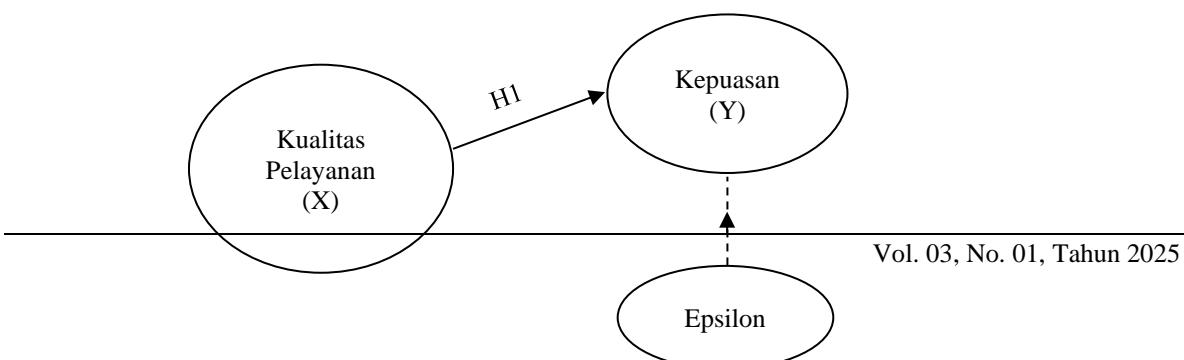
Menurut Kotler & Keller (2012:140) terdapat lima (5) dimensi kepuasan masyarakat, yaitu:

1. Tetap setia
2. Membeli produk yang ditawarkan
3. Merekendasikan produk
4. Bersedia membayar lebih
5. Memberi masukan

2.4.3 Model Penelitian

Berdasarkan desain penelitian dan konsep penelitian maka model penelitian ini dapat digambarkan seperti Gambar 2.3 berikut:

Gambar 2.3
Model Penelitian



Sumber: Diolah, 2025

Keterangan:

X : Variabel Bebas

Y : Variabel Terikat

Epsilon : Variabel Yang Tidak Diteliti

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan yang dirumuskan dalam masalah penelitian. Disebut sementara karena jawaban jawaban tersebut masih berdasarkan teori yang relevan dan belum di dukung oleh data atau bukti empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Hipotesis bisa dianggap sebagai jawaban teoritis atas masalah penelitian, bukan jawaban yang sudah terbukti secara empiris (Sugiyono, 2024:63).

Berdasarkan model penelitian Gambar 2.3 dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Kualitas Pelayanan berhubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

H0: Tidak terdapat hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

3 METODE PENELITIAN (11 PT)

3.1 Metode Yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan kata dengan tujuan dan keunggulan tertentu.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021:16). Penelitian ini bertujuan untuk menentukan ada tidaknya hubungan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungannya terhadap variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah masyarakat Desa Cinangka dengan jumlah penduduk 14.227 orang akan tetapi yang digunakan untuk sampel hanya 100 orang saja.

B. Sampel

Menurut Sugiyono (2021:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{14.227}{1 + 14.227 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{14.227}{1 + 14.227 (0,01)}$$

$$n = \frac{14.227}{142,7}$$

$$N = 99.96 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan hasil di atas, maka didapat sebanyak 99.96 sampel yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 sampel atau responden.

3.3 Subjek Dan Obek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek mengacu pada lokasi atau pihak yang berhubungan langsung dengan objek (variabel) yang menjadi fokus penelitian (Fitrah & Luthfiyah, 2017;152). Subjek penelitian ini adalah masyarakat di Desa Cinangka.

3.3.2 Objek penelitian

Objek penelitian adalah permasalahan atau topik tertentu yang ditelaah dalam suatu penelitian (Fitrah & Luthfiyah, 2017;156). Dalam penelitian ini, objek yang diteliti meliputi Kualitas Pelayanan (X), dan Kepuasan Masyarakat (Y).



3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Agar dapat mengetahui lebih rinci operasional variabel dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
(X) Kualitas Pelayanan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Tjiptono dalam (Meithiana, 2019:61).	1. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik) 2. <i>Empathy</i> (Empati) 3. <i>Reliability</i> (Keandalan) 4. <i>Responsiveness</i> (Cepat tanggap) 5. <i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Penampilan pegawai yang rapi dan profesional. 2. Ketersedian fasilitas fisik yang memadai. 3. Pegawai bersikap ramah dan peduli. 4. Pelayanan diberikan secara personal. 5. Konsisten pelayanan yang diterima. 6. Layanan diberikan sesuai janji. 7. Pegawai cepat merespon permintaan. 8. Kesediaan membantu pelanggan kapan saja 9. Sikap sopan dan profesional pegawai. 10. Pelanggan merasa aman selama proses layanan.	Ordinal

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
(Y) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja gagal memenuhi yang diharapkan, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas. Kotler dan Keller dalam (Meithiana, 2019;82).	1. Tetap setia 2. Membeli produk yang ditawarkan 3. Merekomendasikan produk 4. Bersedia membayar lebih 5. Memberi masukan	1. Pelanggan terus menggunakan jasa yang sama dalam jangka waktu yang lama. 2. Tidak berpindah ke penyedia jasa lain meskipun ada penawaran yang lebih murah. 3. Menunjukkan minat terhadap berbagai jenis layanan yang tersedia. 4. Memanfaatkan lebih dari satu jenis dalam portofolio perusahaan. 5. Memberi tahu orang lain tentang pengalamannya positifnya. 6. Menyebarluaskan informasi tentang jasa melalui media sosial atau dari mulut ke mulut 7. Memberikan ulasan positif di platform online atau survei pelanggan 8. Menganggap harga sesuai atau sepadan dengan kualitas layanan. 9. Memberikan saran atau kritik untuk perbaikan jasa. 10. Menyampaikan keluhan atau puji secara langsung atau melalui media komunikasi resmi.	Ordinal

Sumber: Diolah, 2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data



Menurut Sugiyono (2021:296) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

A. Sumber Dan Cara Penentuan Data

Menurut Sugiyono (2024:137) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2024:137) selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survei langsung ke Kantor Desa Cinangka sebagai subjek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang akurat. Adapun data yang diperoleh meliputi:

a. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2024:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang berhubungan dengan penelitian, data ini diperoleh dari:

- Sejarah, literatur, dan profil Kantor Desa Cinangka Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor.
- Data-data absensi kehadiran karyawan Kantor Desa Cinangka.
- Buku-buku yang berhubungan dengan variabel penelitian.
- Jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.

C. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan serangkaian yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian ini.

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang dilakukan dengan mengumpulkan data primer dari kuesioner (angket) yang telah disebarluaskan kepada masyarakat Desa Cinangka. Kemudian data ini diolah dengan menggunakan program Microsoft Excel kemudian dimasukan kedalam program pengolahan data SPSS Versi 25.

3.6.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yaitu upaya menampilkan data agar data tersebut dapat dipaparkan secara baik dan diinterpretasikan secara mudah. Dalam penelitian ini data yang digunakan terdiri dari satu variabel independen dan satu variabel dependen yaitu Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan (Y).

3.6.2 Olah Data

1. Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2024:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

A. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2024:121) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2024:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Pengujian validitas instrument dilakukan menggunakan program SPSS versi 25 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrumen tersebut dinyatakan invalid.

B. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah koefisien Cronbach Alpha yaitu suatu alat analisis penilaian keandalan dari suatu skala yang dibuat. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{\text{hitung}} > 0,6$ maka kuesioner reliabel
- Jika $r_{\text{hitung}} < -0,6$ maka kuesioner tidak reliabel

Reliabilitas suatu konstruk variabel dinyatakan baik jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

2. Uji Data

Menurut Ghazali (2018:161) uji normalitas bermaksud untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Penelitian ini, peneliti menggunakan exact test Monte Carlo dalam melakukan pengujian Kolmogrov-Smirnov dengan tingkat confidence level sebesar 95%. Menurut (Ghazali;2018) dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan exact test Monte Carlo sebagai berikut:

- Jika probabilitas dengan signifikannya lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.
- Jika probabilitas dengan signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

3. Uji Metode

A. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Kusmiati (2024:74) koefisien korelasi adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengukur dan menggambarkan kekuatan serta arah hubungan linier antara dua variabel. Korelasi memberikan informasi tentang sejauh mana satu variabel berubah ketika variabel lain berubah. Nilai koefisien korelasi berada dalam rentang antara $+1$ hingga -1 , dimana semakin mendekati angka 1, maka hubungan yang ditunjukkan oleh R semakin kuat. Jika nilai X tinggi, maka nilai Y juga akan tinggi.

Untuk dapat menafsirkan R, maka dibutuhkan pedoman tabel sebagai berikut:



Tabel 3.2
Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,199	Sangat rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,60 - 0,799	Kuat
5	0,80 - 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2024

B. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018:97) determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien ini dinyatakan dalam persen (%) yaitu $KD = r^2 \times 100\%$.

C. Persamaan Regresi

Menurut Sugiyono (2024:188) persamaan regresi digunakan untuk mengetahui besar pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan) di Kantor Desa Cinangka. Diolah menggunakan program SPSS versi 25 dengan rumus dasar linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

- Y' : Variabel Terikat (kepuasan)
- a : Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- X : Variabel Bebas (kualitas pelayanan)

4. Uji Hipotesis

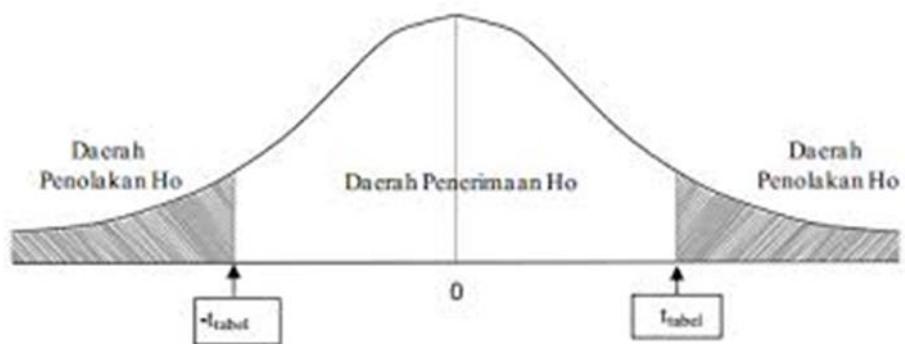
A. Uji (T) Parsial

Menurut Ghazali (2018:179) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus uji (t-test) yang telah dihitung kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika nilai t hitung $\leq t$ tabel atau nilai signifikansi $\geq \alpha$
2. H_0 ditolak jika nilai t hitung $\geq t$ tabel atau nilai signifikansi $\leq \alpha$

Gambar 3.1
Kriteria Pengujian Hipotesis



Sumber: Sugiyono, 2024

4 HASIL DAN PEMBAHASAN (11 PT)

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Data Penelitian

Dari lampiran 2, dapat disusun Resume Persepsi Responden seperti Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Resume Persepsi Responden

Pernyataan	Variabel		Pernyataan	Variabel	
	Σ	X		Σ	Y
X.1	408	4,08	Y.1	371	3,71
X.2	391	3,91	Y.2	342	3,42
X.3	386	3,86	Y.3	381	3,81
X.4	376	3,76	Y.4	385	3,85
X.5	332	3,32	Y.5	345	3,45
X.6	358	3,58	Y.6	371	3,71
X.7	379	3,79	Y.7	382	3,82
X.8	337	3,37	Y.8	368	3,68
X.9	405	4,05	Y.9	375	3,75
X.10	396	3,96	Y.10	399	3,99
Jumlah	3768	37,68	Jumlah	3719	37,19
Rata-Rata	376,8	3,768	Rata-Rata	371,9	3,719
Nilai Minimum	332	3,32	Nilai Minimum	342	3,42
Nilai Maksimum	408	4,08	Nilai Maksimum	399	3,99

Sumber: Diolah, 2025

Dari Tabel 4.1 diatas dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

- Untuk pernyataan kuesioner X.5 yaitu pelayanan yang saya terima selalu konsisten dari waktu ke waktu mempunyai skor terendah yaitu sebesar 332 dengan rata-rata sebesar 3,32%, dan pernyataan kuesioner X.1 yaitu pegawai selalu tampil dengan



- rapi dan profesional dalam memberikan layanan mempunyai skor tertinggi yaitu sebesar 408 dengan rata-rata sebesar 4,08%.
- b. Berdasarkan hasil hitungan pada Tabel resume persepsi responden untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) tersebut diperoleh jumlah sebesar 3768, nilai rata-rata sebesar 3,768%, nilai minimal sebesar 332 dan nilai maksimal sebesar 408.

2. Variabel Kepuasan Masyarakat (Y)

- a. Untuk pernyataan kuesioner Y.2 yaitu saya tidak berpindah ke layanan lain (misalnya ke kecamatan atau pihak luar) meskipun ada yang lebih cepat atau murah mempunyai skor terendah sebesar 342 dengan rata-rata sebesar 3,42%, dan pernyataan kuesioner Y.10 yaitu saya pernah menyampaikan keluhan atau puji tentang pelayanan desa melalui cara yang resmi atau langsung kepada aparatur desa mempunyai skor tertinggi yaitu 399 dengan rata-rata sebesar 3,99.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel resume persepsi responden untuk variabel Kepuasan Masyarakat (Y) tersebut diperoleh jumlah 3719, nilai rata-rata sebesar 3,719%, nilai minimal sebesar 342 dan nilai maksimal sebesar 399.

4.1.1 Frekuensi Identitas Responden

Identitas responden dapat diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan pada Tabel 4.2 sampai dengan Tabel 4.4.

a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

		JENIS_KELAMIN			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-Laki	60	60,0	60,0	60,0
	Perempuan	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Berdasarkan data persentase pada Tabel 4.2 dari 100 responden yang diteliti, diketahui bahwa responden yang memakai jasa pelayanan Kantor Desa Cinangka terdiri dari 60 laki-laki dengan persentase (60%) dan 40 orang perempuan dengan persentase (40%).

b. Usia Responden

Karakter responden berdasarkan usia responden dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Usia Responden

		USIA			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Kurang dari 17 Tahun	13	13,0	13,0	13,0
	Lebih Dari 17 Tahun	87	87,0	87,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3 bahwa usia masyarakat dengan kurang dari tujuh belas tahun sebanyak 13 orang (13%), usia masyarakat lebih dari tujuh belas tahun sebanyak 87 orang (87%).

c. Tingkat Pendidikan Responden

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Tingkat Pendidikan
PENDIDIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	4	4,0	4,0
	SMA/SMK	71	71,0	75,0
	S1	24	24,0	99,0
	S2/S3	1	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Berdasarkan Tabel 4.4 bahwa tingkat pendidikan masyarakat yaitu SMP sebanyak 4 orang (4%), SMA/SMK sebanyak 71 orang (71%), S1 sebanyak 24 orang (24%) dan S2/S3 sebanyak 1 orang (1%).

d. Tingkat Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Tingkat Pekerjaan
PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	39	39,0	39,0
	Pegawai Swasta	18	18,0	57,0
	Wiraswasta	11	11,0	68,0
	Buruh	10	10,0	78,0
	Lain-Lain	22	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah V25, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5 bahwa tingkat pekerjaan masyarakat yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 39 orang (39%), pegawai swasta 18 orang (18%), wiraswasta 11 orang (11%), buruh sebanyak 10 orang (10%) dan lain-lain sebanyak 22 orang (22%).

4.2 Hasil Olahan

4.2.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Perhitungan uji validitas dapat dilihat melalui Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel

Item	r hitung (X)	r hitung (Y)	r Tabel	Keterangan

1	0,646	0,757	0,196	Valid
2	0,691	0,632	0,196	Valid
3	0,833	0,705	0,196	Valid
4	0,753	0,765	0,196	Valid
5	0,720	0,736	0,196	Valid
6	0,739	0,695	0,196	Valid
7	0,794	0,826	0,196	Valid
8	0,611	0,758	0,196	Valid
9	0,796	0,665	0,196	Valid
10	0,812	0,691	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Dari pengujian validitas pada Tabel 4.6 menunjukan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan tersebut boleh dilanjutkan untuk pengujian reliabilitas.

b. Uji Reliabilitas

Dari hasil pengujian reliabilitas dapat disimpulkan bahwa kuesioner reliable. Artinya dapat dipergunakan dalam penelitian ini untuk pengujian data dari responden, secara langsung hasilnya tersebut pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

No	Variabel	r hitung	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,933	0,6	Reliabel
2	Kepuasan Masyarakat	0,927	0,6	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

4.2.2 Uji Data

1. Uji Data (Normalitas)

Berdasarkan hasil data penelitian, dilakukan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan exact dengan hasil seperti Tabel 4.8

Tabel 4.8
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}		0,0000000
	Mean	3,73457865
	Std. Deviation	
Most Extreme Differences		0,076
	Absolute	0,051
	Positive	

	Negative	-0,076
Test Statistic		0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Pada Tabel 4.8 diketahui probabilitas p atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,166. Karena nilai probabilitas p yakni 0,166, lebih besar dibandingkan tingkat signifikan, yakni 0,05 hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi.

4.2.3 Uji Metode

1. Koefisien Korelasi

Menghitung kuat atau tidaknya hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat, dapat dihitung dengan menggunakan analisis koefisien korelasi. Berikut dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Koefisien Korelasi Parsial
Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.881**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100

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

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Dari Tabel 4.9 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat terdapat koefisien korelasi (r) sebesar 0,881 dengan signifikan 0,000. Hal tersebut dapat diartikan bahwa terdapat korelasi positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat dengan tingkat hubungan yang kuat dan positif atau searah dan korelasi tersebut signifikan karena $p < 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

2. Koefisien Determinasi

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	0,776	0,774	3,754

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025



Jika dilihat hasil output Tabel 9.10 pada kolom Adjusted R Square bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan masyarakat sebesar 0,774 atau 77,4% dan sisanya sebesar 22,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan masyarakat (Y).

Tabel 4.11
Persamaan Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5,606	1,755		3,195	0,002
X	0,838	0,045	0,881	18,428	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Dilihat dari Tabel 4.11 diperoleh konstanta sebesar 5,606 skor arah regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,838. Berdasarkan konstanta dan arah regresi tersebut maka rumus persamaan garis regresinya adalah $Y = 5,606 + 0,838X$.

Model penelitian dalam bentuk persamaan regresi linear sederhana diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Jika kualitas pelayanan diberi 1 satuan, maka kepuasan masyarakat sebesar 5,606.
2. Jika kualitas pelayanan ditingkatkan 100%, maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan masyarakat sebesar 83,7%, dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji T

Tabel 4.12
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5,606	1,755		3,195	0,002
X	0,838	0,045	0,881	18,428	0,000

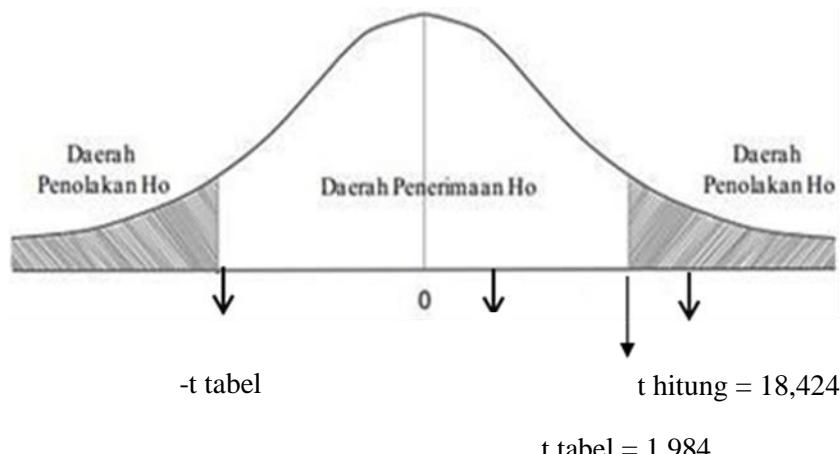
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah SPSS V25, 2025

Dari Tabel 4.12 diperoleh nilai t hitung untuk Kualitas Pelayanan (X) yaitu nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($18,424 > 1,984$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000. Artinya:

1. Variabel kualitas pelayanan secara parsial terbukti berhubungan signifikan dengan kepuasan masyarakat, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Gambar 4.1
Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0



Sumber: Diolah, 2025

4.3 Pembahasan

1. Hasil Uji Metode

a. Koefisien Korelasi (R)

Berdasarkan Tabel 4.9 dikatahui nilai *Pearson Correlation* antara kepuasan masyarakat dengan kualitas pelayanan terdapat koefisien korelasi (r) sebesar 0,881 dengan signifikansi 0,000. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat korelasi positif antara kepuasan masyarakat dengan kualitas pelayanan dengan tingkat hubungan yang sangat kuat dan positif atau searah. Korelasi tersebut signifikan karena $p < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) diukur menggunakan skala interpretasi koefisien.

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). tujuannya untuk menghitung besarnya pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

Dari Tabel 4.10 kolom *Adjust R Square* bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan masyarakat sebesar 0,774 atau 77,4% dan sisanya sebesar 22,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam analisis ini.

c. Persamaan Regresi

Dari Tabel 4.11 persamaan regresi yaitu $Y = 5,606 + 0,838X$. Artinya jika kualitas pelayanan diasumsikan berisi 1 satuan, maka kepuasan bernilai 5,606. Jika kualitas pelayanan ditingkatkan 100% maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan masyarakat sebesar 83,8% dengan asumsi variabel tidak mengalami perubahan.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji T



Dari perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X) yaitu t hitung (Tabel 4.12) lebih besar dari t tabel ($18,424 > 1,984$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000. Sehingga variabel kualitas pelayanan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

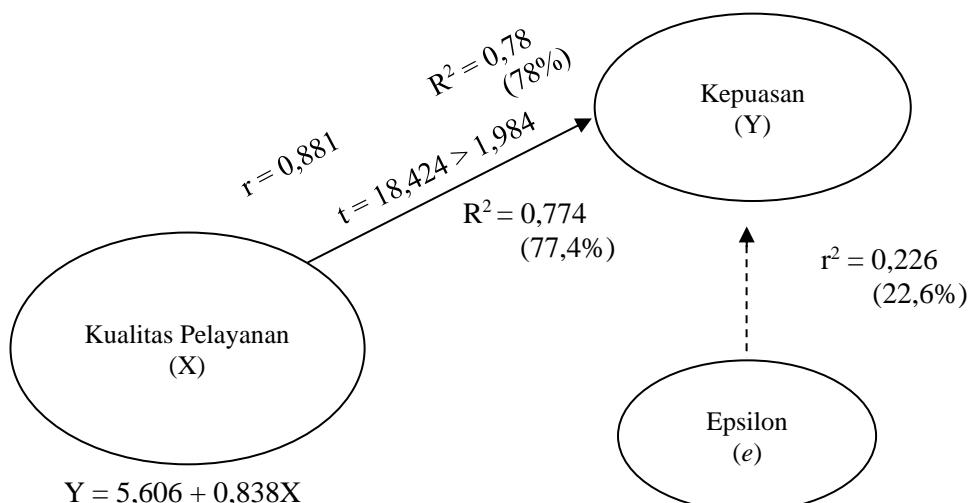
5 KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Tujuan Penelitian butir 1.5, Hipotesis 2.5, dan Pembahasan 4.3, maka dapat disimpulkan

5.1.1 Hasil Model Penelitian, seperti Gambar 2.3

Gambar 5.1
Hasil Model Penelitian



Sumber: Diolah, 2025

5.1.2 Hasil Uji Pengaruh

1. Koefisien Determinasi

Dari Gambar 5.1 koefisien determinasi diketahui (R Square) kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat menyumbang sebesar 0,774 atau 77,4% dan sisanya sebesar 22,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Persamaan Regresi

Dari Gambar 5.1 persamaan regresi linear sederhana antara variabel X dan Y adalah $Y = 5,606 + 0,838X$. Jika kualitas pelayanan diasumsikan berisi 1 satuan, maka kepuasan masyarakat bernilai 5,606. Jika kualitas pelayanan ditingkatkan 100%, maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan sebesar 83,8% dengan asumsi variabel tidak mengalami perubahan.

5.1.3 Hasil Uji Hubungan

1. Koefisien Korelasi

Dari gambar 5.1 koefisien korelasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat terdapat koefisien korelasi (r) sebesar 0,881 dengan signifikansi 0,000. Hal tersebut berarti ada korelasi positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat dengan tingkat hubungan sangat kuat. Korelasi tersebut signifikan karena $p < 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

2. Uji T

Dari Gambar 5.1 hasil uji t diperoleh nilai t hitung untuk kualitas pelayanan (X) yaitu nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($18,424 > 1,984$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000, yang artinya variabel kualitas pelayanan terbukti secara parsial berhubungan signifikan dengan kepuasan masyarakat.

5.1.4 Hasil Banding Studi Empiris

Tabel 5.1
Hasil Banding Studi Empiris

Nama Peneliti & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Penelitian ini	Keterangan
Andrianto Wahyu Eka Pratama, 2014 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus Pada Kantor Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta)	$R^2 = 0,657$	$R^2 = 0,774$	Mendukung
	$T = 2,225$	$T = 18,424$	Mendukung

Sumber: Diolah, 2025

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini metode yang digunakan semuanya sama yaitu metode deskriptif dan verifikatif yaitu uji metode. Dalam perbandingan penelitian ini untuk variabel kualitas pelayanan (X) hasil t hitung diatas t tabel hal ini diartikan berpengaruh signifikan maka dari itu mendukung. Untuk uji metode yang lain semuanya mendukung, sehingga dapat disimpulkan penelitian ini berpengaruh dan berhubungan mendukung penelitian terdahulu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di Kantor Desa Cinangka maka akan dikemukakan beberapa saran, yang biasa menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan dilakukan berkaitan dengan kualitas pelayanan kaitannya dengan kepuasan masyarakat, adapun sarannya sebagai berikut:

5.2.1 Subjek Penelitian

1. Dari resume persepsi responden variabel kualitas pelayanan didapat hasil angka yang paling rendah pada pernyataan 5 yaitu pelayanan yang saya terima selalu



- konsisten dari waktu ke waktu, maka disarankan agar karyawan Kantor Desa Cinangka untuk menjaga persepsi konsistensi pelayanan, melakukan pelatihan rutin bagi petugas pelayanan, serta memastikan evaluasi dan pengawasan mutu dilakukan secara berkala agar pelayanan tetap stabil dan tidak menurun dari waktu ke waktu. Dengan begitu masyarakat merasa puas dalam mendapatkan pelayanan.
2. Dari hasil resume responden variabel kepuasan masyarakat didapat hasil angka yang paling rendah pada pernyataan 2 yaitu saya tidak berpindah ke layanan lain (misalnya ke kecamatan atau pihak luar) meskipun ada yang lebih cepat atau murah, maka disarankan untuk mempertahankan loyalitas masyarakat seperti ini, penting bagi penyedia layanan untuk terus menjaga kualitas pelayanan, membangun hubungan emosional yang kuat, serta memberikan nilai tambah yang tidak hanya berfokus pada kecepatan atau biaya. Selain itu lakukan evaluasi rutin agar masyarakat merasa dihargai dan kebutuhan mereka diperhatikan.

5.2.2 Akademisi

1. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber belajar dan acuan bagi mahasiswa ke depan untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menarik minat baca mahasiswa dan menjadi referensi tambahan dalam bidang manajemen, khususnya tentang kualitas pelayanan kepada kepuasan masyarakat.
3. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa sebagai media pembelajaran dalam kajian ilmu manajemen, khususnya pada manajemen sumber daya manusia yang membahas tentang kualitas pelayanan kepada kepuasan masyarakat.

5.2.3 Penulis

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat, banyak sekali ilmu yang didapat, mulai dari menentukan variabel untuk dijadikan topik masalah yang kemudian diolah dengan mengkaji ilmu teori dari referensi sampai dengan proses pemecahan masalah terhadap topik yang diangkat menjadi judul pada penelitian ini.

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yaitu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat agar lebih banyak menggali sumber atau referensi terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat agar hasil penelitian bisa lebih maksimal.

5.2.4 Praktisi

1. Sebagai evaluasi yang memuat informasi mengenai keterkaitan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat, yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi atau referensi bagi karyawan atau pihak yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang serupa, khususnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

Memahami dan mendapatkan pengetahuan, baik teori maupun fakta, tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., Pasciana, R., & Rosdiana, D. (2024). *Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Desa Karangmulya Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut*. *Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 13.
- BPK. (2014, Januari 15). Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id>: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38582/uu-no-6-tahun-2014>
- Dewi, T. G., Saputra, G. W., & Istikomah. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kartu Keluarga dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Cimahi Tengah*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 75.
- Efendi Hariandja, M. T. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ghozali, I. (2018). *IBM SPSS 25*. Dalam I. Ghozali, *IBM SPSS 25* (hal. 45). Semarang: Undip.
- Hasibuan, M. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusmiati, M. (2024). *Statistika Ekonomi*. Garut: CV. Aksara Global Akademia.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Praptiningrum, D. A., & Talumantak, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Mercure Jakarta Gatot Subroto*. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 13.
- Sembiring, S., & Suhardi. (2024). *Pengaruh Kepercayaan, Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Grabfood di Kota Batam*. *Jurnal Ilmiah Feasible*, 39.
- Suriadi, Utomo, S. B., Laksmono, R., Kurniawan, R., & Judijanto, L. (2024). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 509.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA.