

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan pada Unit Pelayanan Disdukcapil Kota Bogor

Nurullah Sururi Afif

Departemen Manajemen IPB, Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor
Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680
nurul.afif_bsi@yahoo.com

Jono M Munandar

Departemen Manajemen IPB, Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor
Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680

Ma'mun Sarma

Departemen Manajemen IPB, Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor
Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680

ABSTRACT

Based on data Bogor Statistical Centre in 2014, Bogor City has a constantly increasing population every year. One of the citizen administrative service which many requested among other is the requirement of Residence Identification Card (KTP), as it is an important matter also obligation for every citizens of certain age to have it. Service performed is expected to meet the needs of service users that raise the level of satisfaction. The sampling in this research used 100 respondents. The processing data used in this study was the analysis on Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square. Service users are predominantly teenagers between 17 – 20 years that is equal 50%. The analysis showed that physical environment quality, price was affecting the customer satisfaction, while interaction quality, outcome quality was not affecting the customer satisfaction.

Keywords: interaction quality, outcome quality, physical environment quality, price, SEM

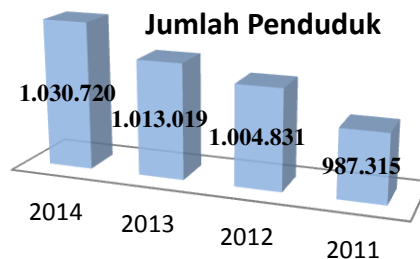
ABSTRAK

Berdasarkan data BPS Kota Bogor tahun 2014, Kota Bogor mempunyai populasi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Salah satu administrasi kependudukan yang banyak dibutuhkan adalah KTP, hal ini merupakan bagian yang penting dimiliki serta merupakan kewajiban bagi setiap masyarakat usia tertentu untuk memilikinya. Pelayanan yang diberikan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna layanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Pengambilan sample dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *Partial least Square*. Pengguna layanan didominasi oleh remaja antara usia 17 -20 tahun yaitu sebesar 50%. Hasil analisis menunjukkan bahwa *physical environment quality*, harga (*price*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan, sedangkan *interaction Quality*, *Outcome Quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan.

Kata Kunci: *interaction quality, outcome quality, physical environment quality, price, SEM*

I. Pendahuluan

Pemerintah merupakan suatu entitas yang memiliki tujuan melayani masyarakat, permintaan pelayanan yang terus meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya, hal ini berjalan seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, tingkat pendidikan serta tingkat kebutuhan. Pertambahan jumlah penduduk tersebut akan sangat berhubungan dengan meningkatnya kebutuhan pelayanan administrasi kependudukan di Kota Bogor. Berdasarkan data BPS kota bogor tahun 2014, seperti terlihat pada Gambar 1 menunjukkan pertumbuhan penduduk Kota Bogor. Pertumbuhan dari 2011 yang terus mengalami peningkatan, dimana tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 1,8% dari tahun sebelumnya, kemudian pada tahun 2013 meningkat sebesar 0,8% dari tahun sebelumnya dan pada 2014 naik lagi sebesar 1,7% dari tahun sebelumnya.

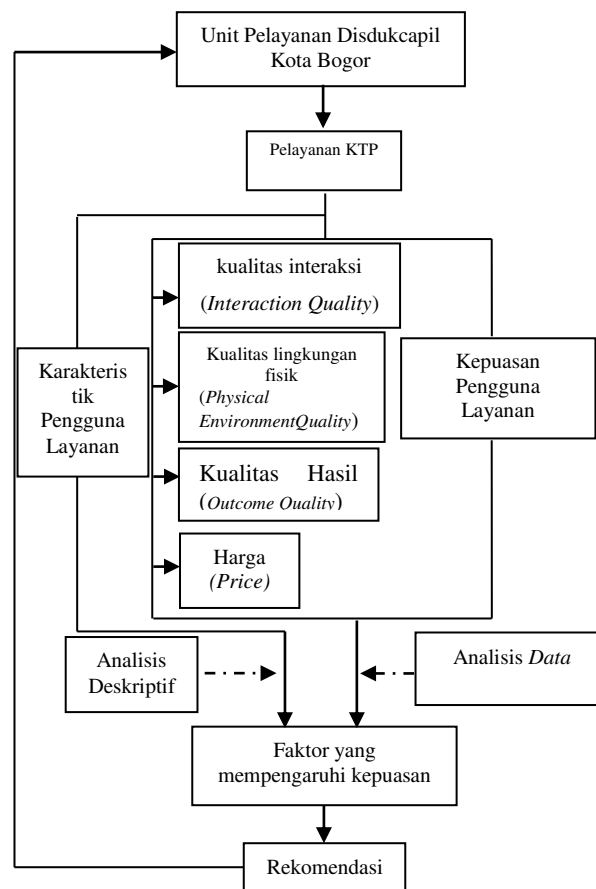


Gambar 1. Jumlah Penduduk Kota Bogor
Sumber BPS Kota Bogor (2014)

Salah satu pelayanan kependudukan yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat adalah pembuatan KTP, karena merupakan bagian yang penting serta diwajibkan bagi setiap penduduk usia tertentu untuk memilikinya. Pada saat ini pemerintah sedang melakukan perbaikan terhadap semua pelayanan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Pelayanan yang diberikan pemerintah diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap masyarakat pengguna layanan. Brady dan Cronin (2001) menjelaskan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh tiga dimensi yaitu kualitas interaksi (*Interaction Quality*) yang merupakan kualitas interaksi antara konsumen dengan karyawan, kualitas lingkungan fisik (*Physical Environment Quality*) yang merupakan kondisi lingkungan fisik pada area pelayanan, kualitas Hasil (*Outcome Quality*) merupakan hasil dari pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Sedangkan harga (*Price*) merupakan salah satu unsur pelayanan yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan, didasari oleh unsur pelayanan Kepmenpan Nomor 25 Tahun 2004. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana karakteristik pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (2) Apakah kualitas interaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (3) Apakah kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (4) Apakah kualitas hasil berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (5) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor.

Mengacu pada perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian sebagai berikut: (1) Mengidentifikasi karakteristik pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (2) Menganalisis pengaruh kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (3) Menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (4) Menganalisis pengaruh kualitas hasil terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor; (5) Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor.

Tingkat kepuasan masyarakat pada unit pelayanan Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang menurut Brady dan Cronin (2001) didasarkan kepada tiga dimensi yaitu kualitas interaksi (*Interaction Quality*), kualitas lingkungan fisik (*Physical Environment Quality*), kualitas hasil (*Outcome Quality*). Kashif dan Ekiz (2009) dalam jurnalnya mengemukakan bahwa kualitas interaksi (*Interaction Quality*), kualitas lingkungan fisik (*Physical Environment Quality*), kualitas hasil (*Outcome Quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga (*Price*) merupakan salah satu pelayanan yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan, hal ini didasari oleh unsur pelayanan Kepmenpan Nomor 25 Tahun 2004. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aga dan Safakli (2008) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti tersaji pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) Pelayanan adalah suatu kegiatan yang ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008) pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Interaksi diidentifikasi sebagai tatap muka antara karyawan dan konsumen (Hartline dan Ferrell 1996). Menurut Brady & Cronin (2001), bahwa kualitas interaksi dibangun oleh perilaku pelaku pelayanan yang mendukung terhadap terbentuknya persepsi yang baik dari konsumen. Kualitas lingkungan fisik merupakan persepsi pelanggan terhadap fasilitas fisik (Rys, Frederick & Luery, 1987), sedangkan menurut Brady & Cronin (2001) kualitas lingkungan sekeliling pada area pelayanan.

Kualitas hasil adalah hasil dari transaksi layanan (Gronroos, 1990), sedangkan menurut Brady & Cronin (2001) merupakan hasil yang diperoleh pelanggan ketika proses jasa selesai dilakukan. Menurut (Malik et al. 2012) dalam jurnalnya menerangkan bahwa harga yang pantas serta layak sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang diakibatkan dari kinerja yang dipresepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi (Kotler dan Keller, 2008).

Pada penelitian yang dilakukan Tan Q, Ade O, Paul F (2014) mengenai *Service Quality And Customer Satisfaction In Chines Fast Food Sector*, dijelaskan bahwa service quality mempunyai beberapa faktor yaitu, tangible, responsiveness, assurance, empathy, reliability. Hasil penelitian menunjukkan bahwa services quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kecuali faktor reliability yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Penelitian Kamarni N (2011) mengenai “Analisis Pelayanan Publik Terhadap Masyarakat (Kasus Pelayanan Kesehatan di RS Lubuk Basung Kabupaten Agam)”, dimana penelitian ini menganalisis indeks kepuasan masyarakat terhadap rumah sakit di kabupaten Agam, menganalisis kinerja rumah sakit di kabupaten Agam. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum tingkat pelayanan berkategori baik, dimana unsur pelayanan yang paling menonjol adalah prosedur pelayanan dan kepastian jadwal pelayanan. Berdasarkan 14 unsur yang dianalisis, terdapat 11 unsur yang memiliki kualitas pelayanan di atas rata-rata dan 3 unsur di bawah rata-rata yaitu kenyamanan lingkungan, kedisiplinan petugas pelayanan dan kecepatan pelayanan.

Adapun tabel operasionalisasi variabel dari kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Penjelasan Variabel	Indikator
1	Kualitas interaksi (<i>Interaction Quality</i>)	Interaksi diidentifikasi sebagai tatap muka antara karyawan dan konsumen (Hartline dan Ferrell 1996). Brady & Cronin (2001), bahwa kualitas interaksi dibangun oleh perilaku pelaku pelayanan yang mendukung terhadap terbentuknya persepsi yang baik dari konsumen	X1.1: Keramahan dan kesopanan petugas X1.2: Kesiapan Petugas X1.3: Sikap terhadap kebutuhan pelayanan yang baik X1.4: Kesungguhan petugas X1.5: Respon cepat petugas X1.6: Tingkah laku petugas terhadap kebutuhan Pengguna layanan

<p>2</p>	<p>Kualitas lingkungan fisik (<i>Physical Environment Quality</i>)</p>	<p>Merupakan persepsi pelanggan terhadap fasilitas fisik (Rys, Frederick & Luery, 1987). Kualitas lingkungan sekeliling pada area pelayanan (Brady & Cronin, 2001).</p>	<p>X1.7: Petugas yang dapat diandalkan X1.8: Mampu menjelaskan dan menyelesaikan tugas dengan baik X1.9: Memahami pentingnya kemampuan mereka dalam menyelesaikan tugasnya X2.1: Perasaan terhadap keamanan dan kenyamanan X2.2: Area pelayanan yang terawat X2.3: Pemahaman petugas terhadap pentingnya keamanan dan kenyamanan dalam pelayanan X2.4: Kondisi penataan area pelayanan X2.5: Alur pelayanan yang memudahkan pengguna layanan X2.6: Pemahaman petugas akan pentingnya penataan area pelayanan yang baik X2.7: Kesan dari pengguna layanan lain X2.8: Konsistensi petugas dalam memberi pelayanan yang baik X2.9: Ketertiban di area pelayanan</p>
<p>3</p>	<p>Kualitas Hasil (<i>Outcome Quality</i>)</p>	<p>Kualitas hasil adalah hasil dari transaksi layanan (Gronroos, 1990). Hasil yang diperoleh pelanggan ketika proses jasa selesai dilakukan (Brady dan Cronin, 2001)</p>	<p>X3.1: Kepastian jadwal pelayanan X3.2: Kecepatan pelayanan X3.3: Pemahaman petugas terhadap pentingnya waktu penyelesaian tugasnya X3.4: Fasilitas yang mempermudah prosedur pelayanan X3.5: Pelayanan yang sesuai X3.6: Pemahaman petugas terhadap kebutuhan fasilitas yang memudahkan pelayanan X3.7: Perasaan yang baik terhadap layanan X3.8: Kepercayaan akan pelayanan yang baik X3.9: Pemahaman petugas terhadap apa yang diinginkan pengguna layanan</p>
<p>4</p>	<p>Harga (<i>Price</i>)</p>	<p>Menurut (Malik <i>et al.</i> 2012) dalam jurnalnya menerangkan bahwa harga yang pantas serta layak sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan Kepmenpan Nomor 25 Tahun 2004. Harga merupakan unsur pelayanan yang berpengaruh</p>	<p>X4.1: Kepantasan harga X4.2: Kelayakan harga</p>

5	Kepuasan Pengguna Layanan (<i>Customer Satisfaction</i>)	terhadap kepuasan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang diakibatkan dari kinerja yang dipresepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi. (Kotler dan Keller, 2008).	Y1: Pelayanan yang menyenangkan Y2: Pelayanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan Y3: Kepuasan secara keseluruhan
---	--	--	---

II. Metode

Populasi penelitian ini adalah penduduk di Kota Bogor, menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor pada Tahun 2014 adalah sebanyak 1.030.720. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Sugiyono (2008) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

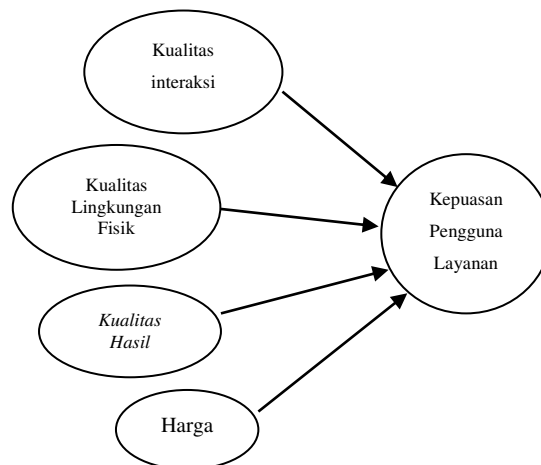
e : Batas toleransi kesalahan

Batas toleransi kesalahan yang ditetapkan dalam penelitian ini sebesar 10 %. Berdasarkan rumus di atas maka diperoleh jumlah responden sebagai berikut:

$$n = \frac{1.030.720}{1 + (1.030.720)0,1^2} = 99,990 \text{ dibulatkan } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka sampel yang bisa di gunakan adalah sebesar 100 responden. Penelitian dilakukan pada unit layanan pembuatan KTP pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor, Jawa Barat yang difokuskan pada kajian pengaruh kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil dan harga terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Disdukcapil Kota Bogor. Penelitian dilakukan pada bulan September – November 2016.

Analisis dengan menggunakan SmartPLS dilakukan dengan tiga tahap yaitu, Analisa *Outer Model*, Analisa *Inner Model*, Pengujian Hipotesa. Menurut Ghozali dan Latan (2015) PLS-SEM bertujuan menguji hubungan prediktif dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antara konstruk tersebut. PLS tidak mensyaratkan data terdistribusi normal dan estimasi dapat dilakukan tanpa kriteria *goodness of fit*. Model penelitian seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Model Penelitian

Pengujian hipotesa dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya dan T statistiknya dengan kriteria penerimaan hipotesa adalah $T \text{ statistik} > T \text{ tabel}$ (Hussein, 2015).

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Kualitas interaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor.
- H2: Kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor.
- H3: Kualitas hasil berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor.
- H4: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor.

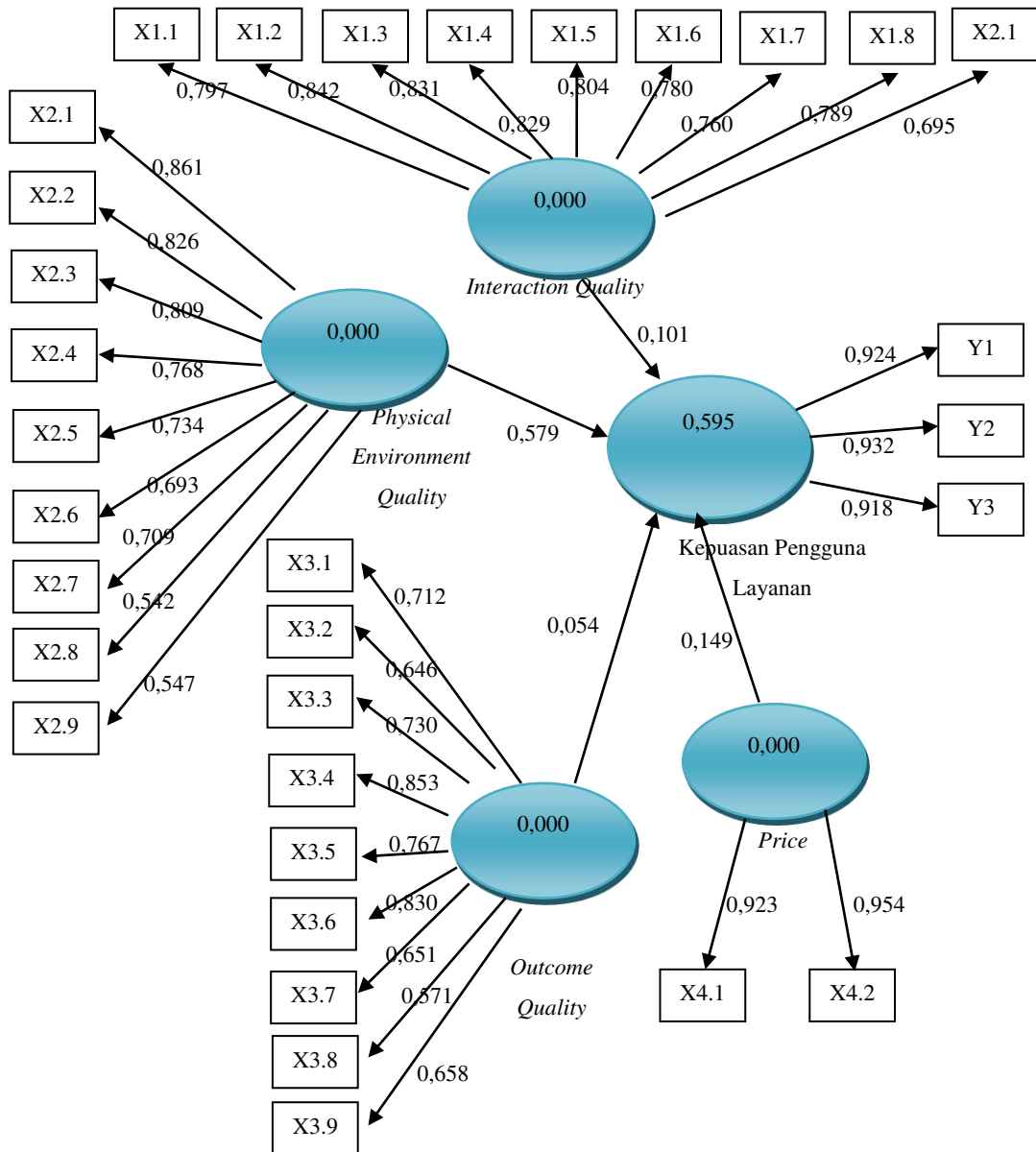
III. Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna layanan pembuatan KTP pada unit pelayanan Disdukcapil Kota Bogor. Mayoritas pengguna layanan pembuatan KTP pada unit pelayanan Disdukcapil Kota Bogor dalam Gambar 3 adalah mereka yang berusia 17 - 20 tahun, yaitu sebesar 50% responden dari total keseluruhan responden. Berdasarkan data tersebut, maka kebutuhan pembuatan KTP didominasi oleh usia remaja, hal ini dimungkinkan karena mereka sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa yang masih memiliki waktu luang untuk mengurus KTP pada saat jam kerja.

Status pekerjaan para pengguna layanan menunjukkan bahwa para pengguna layanan pembuatan KTP pada unit pelayanan Disdukcapil Kota Bogor sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa yaitu sebesar 41% dan pegawai swasta sebesar 26%, kemudian ibu rumah tangga sebesar 13%.

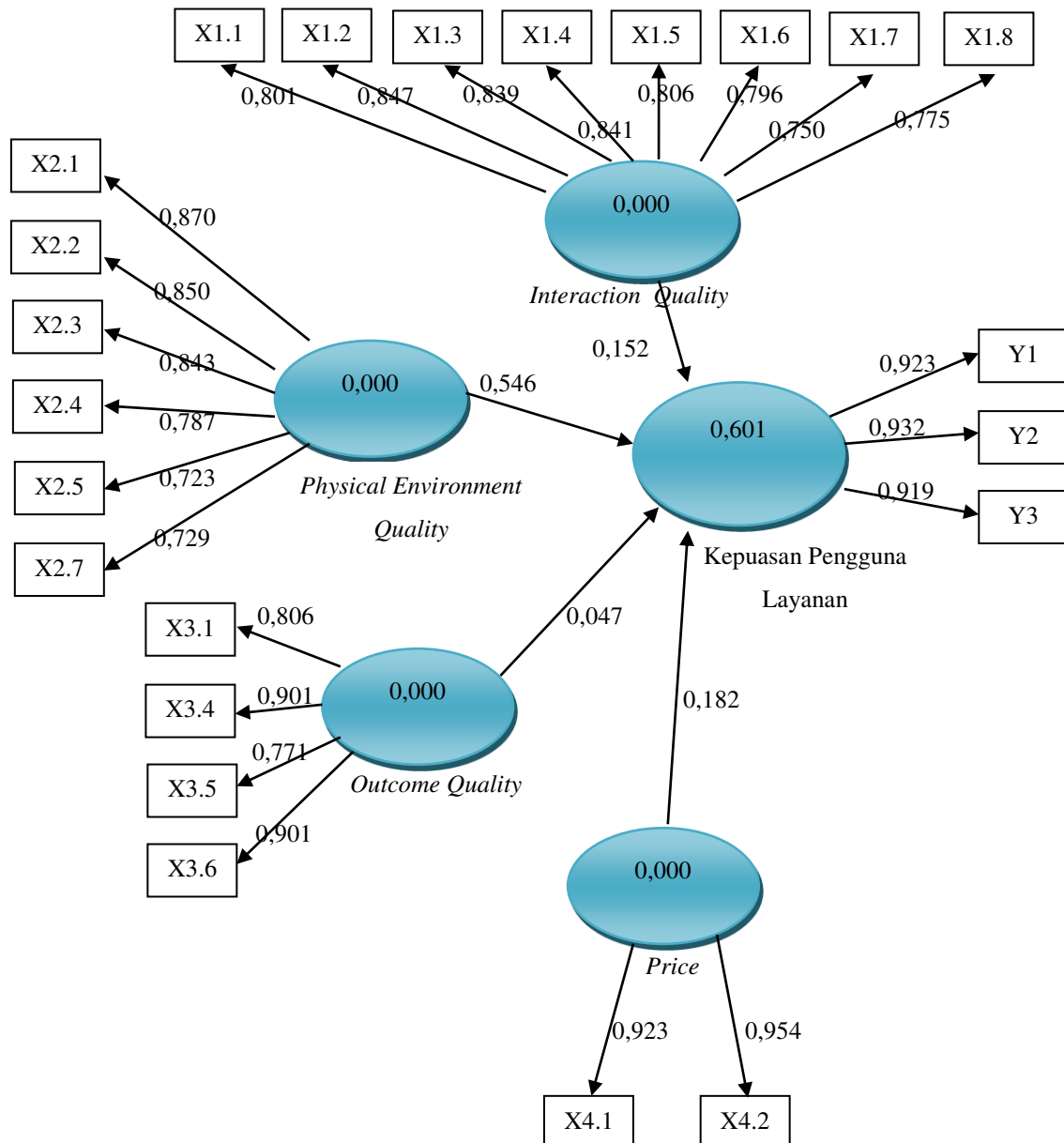
Indikator dianggap valid jika memiliki nilai kolerasi lebih besar dari 0,7 (Ghozali, 2008). Berdasarkan hasil analisis pada gambar 4, menunjukkan bahwa ada 9 indikator yang harus dikeluarkan dari model karena berada di bawah 0,7 yaitu indikator X1.9, X2.6, X2.8, X2.9, X3.2, X3.3, X3.7, X3.8, X3.9. Indikator-indikator yang dikeluarkan bukan

berarti tidak penting, akan tetapi indikator tersebut hanya mempunyai sedikit pengaruh dan tidak mencerminkan variabel latennya. Hasil pengolahan data seperti tersaji pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil analisis model *outer* awal

Pada model path estimasi akhir terlihat pada Gambar 5, sudah tidak ada indikator yang dikeluarkan atau di *drop* dari model, karena nilai loading faktor setiap indikator lebih besar dari 0,7. Pada estimasi kedua tersebut dapat dilihat bahwa model telah memenuhi *convergent validity*, dengan *loading factor* diatas 0,7. Gambar 5 adalah hasil output diagram jalur persamaan struktural pada PLS yang merupakan hasil analisis model *outer* akhir.



Gambar 5. Hasil analisis model *outer* akhir

Convergent validity juga dapat dilihat melalui nilai AVE, menurut Ghazali (2008) nilai *Average Variance Extraced* (AVE) lebih dari 0,5, maka tidak ada permasalahan konvergen validity pada model yang diuji. Pada Tabel 1 dapat dilihat nilai AVE pada semua variabel memiliki nilai di atas 0,5, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada permasalahan konvergen validiti pada model yang diuji.

Variabel dikatakan cukup reliabel apabila variabel tersebut mempunyai nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh pada Tabel 2, menunjukan nilai *composite reliability* yang baik karena memiliki nilai > 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada variabel sudah cukup mempunyai reabilitas yang baik atau sudah mampu untuk mengukur konstruknya. Hasil pengolahan data seperti tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengujian *Outer Model*

	<i>AVE</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>R Square</i>	<i>Cronbachs Alpha</i>
<i>Interaction Quality</i>	0,6523	0,9374	0	0,9237
<i>Kepuasan Pengguna Layanan</i>	0,8553	0,9466	0,6009	0,9154
<i>Outcome Quality</i>	0,7169	0,9098	0	0,8686
<i>Physical Environment Quality</i>	0,6438	0,9152	0	0,888
<i>Price</i>	0,8804	0,9364	0	0,8661

Evaluasi *Inner Model* untuk mengevaluasi pengaruh antar konstruk dan uji Model struktural ini dievaluasi dengan menggunakan R Square, dimana R Square (R^2) menunjukkan bahwa seberapa besar variabel Y mampu dijelaskan oleh Variabel X nya. R^2 pada kepuasan Pengguna layanan sebesar 60,09% terlihat pada Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa *Interaction Quality*, *Outcome Quality*, *Physical Environment Quality*, dan *Price* mampu menerangkan Kepuasan Pelanggan Layanan sebesar 60,09% dan sisanya 39,91% dijelaskan oleh variabel lain. Menurut Wiyono (2011) menyatakan bahwa hasil R^2 sebesar 0,67 (baik), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hasil analisis menunjukan bahwa R^2 dalam kategori baik.

Pada pengukuran selanjutnya dilakukan dengan melihat T statistik pada setiap indikator yang ada, apakah indikator valid dan signifikan serta mampu menjelaskan latennya dengan baik. Berdasarkan Hasil pengujian seperti terlihat pada Tabel 3, dimana menurut Hussein, AS (2015) batas pengukuran adalah jika T statistik lebih besar daripada T tabel (1,66) maka pengukuran tersebut dikatakan valid dan signifikan. Hasil menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai nilai T statistik di atas 1,66, hal ini dapat dikatakan bahwa semua indikator yang ada pada model tersebut valid dan signifikan. Hal ini menunjukan bahwa semua indikator mampu menjelaskan latennya dengan baik. Hasil pengolahan data dari pengukuran setiap indikator tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. T Hitung *Bootstrapping*

Latent	Indikator	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standard Error (STERR)</i>	T Statistik
Kualitas Interaksi (Interaction Quality)	x1.1	0,8014	0,0334	23,9941
	x1.2	0,8469	0,0277	30,5984
	x1.3	0,8388	0,032	26,2202
	x1.4	0,8414	0,0255	32,9915
	x1.5	0,8064	0,0354	22,792
	x1.6	0,7957	0,0447	17,7867
	x1.7	0,75	0,0437	17,1603
	x1.8	0,7754	0,0356	21,7848
	x1.9	0,87	0,0227	38,2472
Kualitas Lingkungan Fisik (Physical Environment Quality)	x2.1	0,8499	0,028	30,3712
	x2.2	0,8429	0,0284	29,722

	X2.3	0,7868	0,0454	17,3147
	X2.4	0,7227	0,0538	13,425
	X2.5	0,7294	0,0584	12,4989
	X2.6	0,8063	0,0363	22,2
	X2.7	0,9011	0,0231	39,0716
	X3.1	0,7706	0,0947	8,1403
	X3.2	0,901	0,02	44,9585
	X3.3	0,9228	0,0356	25,952
Kualitas Hasil (Outcome Quality)	X3.4	0,9535	0,0085	111,6521
	X3.5	0,9233	0,0238	38,849
	X3.6	0,9321	0,0185	50,4704
	X3.7	0,919	0,0262	35,0935
	X3.9	0,8014	0,0334	23,9941
Harga (Price)	X4.1	0,8469	0,0277	30,5984
	X4.2	0,8388	0,032	26,2202
Kepuasan Pengguna Layanan	Y1	0,8414	0,0255	32,9915
	Y2	0,8064	0,0354	22,792
	Y3	0,7957	0,0447	17,7867

Uji hipotesis dilakukan dalam menjawab permasalahan pada penelitian, dengan melihat analisis *Bootstrapping* pada *path coefficient*. Pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh pada variabel laten yakni *interaction quality*, *outcome quality*, *physical environment quality*, *price* terhadap kepuasan pengguna layanan. Menurut Hussein, AS (2015) batas untuk menolak hipotesis yaitu dengan membandingkan antara T Statistik dengan T Tabel, yaitu jika $T \text{ Statistic} < T \text{ Tabel}$ (1,66) maka hipotesis ditolak dan apabila $T \text{ Statistic} > T \text{ Tabel}$ (1,66) maka hipotesis diterima. Pengujian hipotesis yang diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada variabel laten dapat dilihat dari besarnya nilai T-Statistik yang terdapat pada hasil pengolahan data seperti tersaji pada Tabel 4.

Tabel 4. T-Hitung *Bootstrapping*

<i>Path</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Error (STERR)</i>	<i>T Statistics (O/STERR)</i>
<i>Interaction Quality -> Kepuasan Pengguna Layanan</i>	0,1515	0,1925	0,1083	1,3994
<i>Outcome Quality -> Kepuasan Pengguna Layanan</i>	0,0474	0,0485	0,127	0,3731
<i>Physical Environment Quality -> Kepuasan Pengguna Layanan</i>	0,5459	0,5034	0,1433	3,8082
<i>Price -> Kepuasan Pengguna Layanan</i>	0,1816	0,1774	0,0748	2,4275

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 4, variabel kualitas interaksi dan variabel kualitas hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan. Hasil uji hipotesis kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna layanan, menunjukkan nilai T-hitung (1,3994) < T-tabel artinya kualitas interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan. Sedangkan untuk uji hipotesis kualitas hasil terhadap kepuasan pengguna layanan, menunjukkan bahwa Kualitas hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa T-hitung (0,3731) < T-tabel (1,66).

Uji hipotesis kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pengguna layanan pada output tabel menunjukkan nilai T-hitung (3,8082) > T-tabel (1,66). Hasil menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan dan memiliki hubungan langsung yang bersifat positif. Artinya dengan dilakukannya peningkatan terhadap kualitas lingkungan fisik, maka tingkat kepuasan masyarakat pengguna layanan akan dapat meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien parameter yang positif pada *original sample* sebesar 0,5459. Menurut Brady & Cronin, (2001), menjelaskan bahwa variabel kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji terhadap harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan, dimana hasil uji menunjukkan nilai T-hitung (2,4275) < T-tabel (1,66). Hasil analisis harga menunjukkan bahwa harga mempunyai dukungan positif terhadap kepuasan pengguna layanan, hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien parameter yang positif pada *original sample* sebesar 0,1816. Menurut Malik et al. (2012) dalam jurnalnya menerangkan bahwa harga yang pantas serta layak sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin layak dan pantas harga yang ditetapkan maka akan meningkat pula tingkat kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Disdukcapil Kota Bogor.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah disajikan, menunjukkan bahwa pengurusan pembuatan KTP didominasi oleh warga usia remaja, hal ini dimungkinkan karena mereka sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa yang masih memiliki waktu luang untuk mengurus KTP pada saat jam kerja. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas interaksi dan kualitas hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan pada unit pelayanan Disdukcapil Kota Bogor. Variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan adalah variabel kualitas lingkungan fisik dan variabel harga. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik mempunyai dukungan positif terhadap kepuasan pengguna layanan, artinya dengan dilakukannya peningkatan terhadap kualitas lingkungan fisik, maka tingkat kepuasan masyarakat pengguna layanan dapat meningkat. Begitu pula dengan harga (*Price*) dimana hasil analisis harga menunjukkan bahwa harga mempunyai dukungan positif terhadap kepuasan pengguna layanan, artinya semakin layak dan pantas harga yang ditetapkan maka akan meningkat pula tingkat kepuasan masyarakat pengguna layanan.

Berdasarkan temuan tersebut, maka diharapkan unit pelayanan disdukcapil kota bogor dapat melakukan peningkatan terhadap kualitas lingkungan fisik yang ada, implikasi manajerial yang dapat direkomendasikan adalah meningkatkan tingkat keamanan dan kenyamanan terhadap pengguna layanan dengan melakukan penataan dan perbaikan terhadap fasilitas fisik pada area unit layanan. Memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengakses unit layanan dengan perbaikan penataan area layanan yang ada. Selanjutnya berhubungan dengan harga, yaitu dengan menghilangkan pungutan tidak resmi serta memperhatikan kejelasan biaya yang harus dikeluarkan oleh pengguna layanan sesuai aturan yang berlaku. Bagi peneliti selanjutnya dengan menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka pada penelitian lainnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih besar lagi agar hasil penelitian menjadi lebih akurat. Memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang memungkinkan untuk digali lebih dalam lagi.

Daftar Pustaka

- Aga M, Safakli OV. 2007. An Empirical Investigation Of Service Quality and Customer Saisfaction in Professional Accounting Firms: Evidence from North Cyprus. *Journal Problem and Perspectives in Management*. Volume(5): pp.84-98
- Brady, Cronin. 2001. Some New Thoughts On Conseptualizing Perceived Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing*. Volume(65): pp. 34-49.
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Modeling Teori Konsep dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali I, Latan H. 2015. *Partial Least Square Konsep Tehnik dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gronroos, C. 1990. *Service Managemant and Marketing: Managing the Moments of Truthin Sercice Competition*. Lexington: Lexington Books
- Hussein AS. 2015. *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Hartline M.D, Ferrell OC. 1996. The management of customer contact service employees: an empirical investigation. *Journal of Marketing*. Volume (60): pp.52-70.
- Kashif H, Ekiz HE. 2009. Perceptions of Service Quality through Interaction, Physical Environment and Outcome Quality of Hotel Service. *Journal of Hospitality Application and Reserch*. Volume(3): pp.26-40.
- Kamarni N. 2011. Analisis Pelayanan Publik Terhadap Masyarakat (Kasus Pelayanan Kesehatan di RS Lubuk Basung Kabupaten Agam). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Andalas*. Volume (2), No.3: pp.84-117
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 25 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah. Jakarta: Kemenpan
- Kotler P, Kevin LK. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock C, Wirtz J,. 2011. *Service Marketing*. New Jersey (USA): Pearson.

- Mahmud A, Jusoff K, Hadijah St. 2013. The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and loyalty of Customer Flight Service Industri. *World Applied Sciences Journal*. Volume(3): pp. 354-359.
- Malik ME, Muhammad MG, Hafiz KI. 2012. Impact Of Brand Image Service Quality and Price On Cuatomer Satisfaction In Pakistan Telecommunication Centre. *Pakistan: International Jurnal Business and Social Science*. Volume (3), No.23: pp.123-129.
- Rys, M.E., Frederick, J.O, Luery, D. 1987. *Are Service Value and Service Quality Synonymous*. Chicago (US): American Marketing Assocation.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tan Q, Ade O, Paul F. 2014. Service Quality And Customer Satisfaction In Chines Fast Food Sector. *International Jurnal of Akdeniz University*. Volume (2), No. 1: pp.30-53.
- Pemerintah Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Wiyono, 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS17.00 dan Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.