

The Influence Of Trust And Service Quality On Public Satisfaction (Case Study At The Ratu Agung Sub-District Office, Bengkulu City)

Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Study Kasus Pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu)

Sendi Nopriansyah¹⁾; Ida Ayu Made E.G²⁾; Kamelia Astuty³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ demposendi@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [11 April 2026]

Revised [07 Juni 2026]

Accepted [10 Juni 2026]

KEYWORDS

Trust, Service Quality and Public Satisfaction.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kepuasan masyarakat merupakan tolak ukur penting, di dalam sebuah pelayanan di instansi pemerintahan dan swasta yang menyediakan jasa. Kepuasan dapat diukur dan dilihat dari berbagai aspek salah satunya, Kepercayaan konsumen terhadap pelayanan yang dia terima setelah melakukan jasa pelayanan yang dilakukan di suatu instansi atau jasa pelayanan dan sebagainya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan, terhadap kepuasan Masyarakat pada kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif atau asosiatif kasual. Metode penelitian ini adalah Kuesioner dengan skala likert, dan Sampel penelitian ini adalah berjumlah 50 responden yang melakukan pelayanan di kantor Camat Ratu Agung kota Bengkulu di Saat di temui. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa regresi linier berganda didapat $Y = 10,696 + 0,286 (X1) + 0,457 (X2) + 3,312$ artinya terjadi hubungan positif atau searah antar Kepercayaan (X1), dan Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Masyarakat dalam kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. Hasil Uji Kepercayaan (X1) menunjukkan $t_{Hitung} 2,018 > t_{Tabel} 2,011$ dan $Sig. 0,049 < 0,05$. Maka hasil dari hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Berarti kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat dikantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. Hasil Uji Pelayanan (X2) menunjukkan $t_{Hitung} 3,390 > t_{Tabel} 2,011$ dan $Sig. 0,001 < 0,05$. Maka hasil dari hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Berarti pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat dikantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. Selanjutnya hasil nilai F_{Hitung} yaitu $34,134 > 3,195$ maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh simultan antara kepercayaan (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap kepuasan Masyarakat (Y) dalam Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. Hal ini terlihat pada tingkat signifikan $3,195 > 0,05$.

ABSTRACT

Public satisfaction is an important indicator in assessing service performance in both government and private institutions that provide services. Satisfaction can be measured and observed from various aspects, one of which is consumer trust in the services received after engaging with a particular institution or service provider. The purpose of this study is to determine the extent to which trust and service quality influence public satisfaction at Ratu Agung Sub-District Office, Bengkulu City. This research is categorized as a quantitative study with a causal associative approach. The data collection method used a questionnaire with a Likert scale, and the sample consisted of 50 respondents who received services at Ratu Agung Sub-District Office at the time of the study. The results of the study indicate that the multiple linear regression equation obtained is: $Y = 10.696 + 0.286 (X1) + 0.457 (X2) + 3.312$, which means that there is a positive (direct) correlation between trust (X1) and service quality (X2) on public satisfaction (Y) at Ratu Agung Sub-District Office, Bengkulu City. The hypothesis testing for trust (X1) shows that $t\text{-count} = 2.018 > t\text{-table} = 2.011$ and significance value = $0.049 < 0.05$. Thus, H_a is accepted and H_o is rejected, indicating that trust has a significant effect on public satisfaction. Meanwhile, the test for service quality (X2) shows that $t\text{-count} = 3.390 > t\text{-table} = 2.011$ and significance value = $0.001 < 0.05$. Therefore, H_a is accepted and H_o is rejected, indicating that service quality also has a significant effect on public satisfaction. Furthermore, $F\text{-test}$ result shows that $F\text{-count} = 34.134 > 3.195$, indicating that the hypothesis is accepted. This means that there is a simultaneous effect of trust (X1) and service quality (X2) on public satisfaction (Y) at Ratu Agung Sub-District Office, Bengkulu City.

PENDAHULUAN

Kepuasan masyarakat merupakan salah satu konsep penting dalam manajemen sumber daya manusia yang sering menjadi perhatian organisasi dan para peneliti. Istilah ini mengacu pada perasaan individu terhadap pekerjaan mereka, mencakup perasaan senang, puas, atau bahkan kecewa yang dialami dalam menjalani rutinitas kerja. Kepuasan masyarakat tidak hanya berdampak pada produktivitas karyawan secara langsung, tetapi juga berpengaruh terhadap berbagai aspek organisasi, termasuk loyalitas, tingkat pergantian karyawan, dan kinerja keseluruhan perusahaan.

Kepuasan masyarakat menurut Harbani Pasolong (2013). dalam jurnal Sutri Sulistiyowati “ mengatakan kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik itu dinilai sangat penting dikarenakan adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Dalam hal ini semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang di berikan oleh petugas, maka akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat.” Sejalan degan pendapat sebelumnya tadi kepuasan menurut Kotler (2014) adalah “perasaan senang atau rasa kecewa seseorang yang muncul setelah ia membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang di dapatkan dan harapan harapannya.”

Seiring perkembangan zaman, banyak organisasi yang semakin menyadari bahwa kepuasan masyarakat merupakan investasi penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis. Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat yang puas dengan pekerjaan mereka lebih termotivasi, memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi, serta lebih sedikit kemungkinan untuk meninggalkan perusahaan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat dan bagaimana mengelolanya menjadi hal yang krusial bagi keberhasilan organisasi.

Kepercayaan terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan individu. Ketika seseorang atau individu telah sangat percaya dan memiliki harapan yang tinggi pada keyakinan bahwa dia tidak akan mengalami kekecewaan atas keyakinan itu. Kepercayaan sebagai sebuah ciri-ciri apektif seperti sebuah perasaan atau emosi, sebagai ganti ciri-ciri kepribadian. Kepercayaan akan menjadi sesuatu yang bernilai untuk menciptakan harapan yang ingin di capai. Kepercayaan tersebut juga mengurangi risiko dalam bermitra dan membangun hubungan jangka panjang serta meningkatkan komitmen dalam berhubungan. Kepercayaan dapat juga diartikan bahwa semakin baik timbal balik yang di berikan seseorang individu terhadap keinginan individu lainnya, maka dapat di artikan bahwa semakin baik kepercayaan yang akan di dapat individu tersebut. Suprpto & Azizi (2020) adalah “kepercayaan dimana pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan pada keyakinan, bahwa setiap orang yang dipercayai memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai dengan apa yang diharapkan”. Kemudian, Gassenheimer dan Manolis (2001) dalam Suprpto & Azizi (2020) menyatakan bahwa sebuah “kepercayaan adalah keinginan untuk mencapai sebuah tujuan yang berlangsung dalam jangka panjang”. Menurut Mowen (2002) dalam Suprpto & Azizi (2020) tentang kepercayaan konsumen yaitu, “Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, dan manfaatnya”.

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam membangun hubungan yang kuat antara masyarakat dan institusi pemerintahan. Menurut Kotler & Keller (2019), kepercayaan adalah keyakinan bahwa penyedia layanan akan bertindak sesuai dengan harapan masyarakat tanpa adanya manipulasi atau eksploitasi. Dalam konteks pelayanan publik, kepercayaan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan. Ketika masyarakat mempercayai institusi, mereka cenderung merasa lebih puas dengan pelayanan yang diterima, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja keseluruhan institusi.

Kualitas pelayanan juga memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana kebutuhan dan harapan masyarakat terpenuhi. Parasuraman et al. (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2021), yang menekankan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan tetapi juga terhadap loyalitas masyarakat terhadap institusi pelayanan publik

Kualitas Pelayanan adalah penilaian yang di berikan seseorang pada kepuasan kerja yang di berikan seseorang terhadap layanan yang di berikan kepada individu tersebut, Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan “karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya. Sedangkan menurut Usmara pada penelitian (Gofur, 2019)” memaparkan bahwa kualitas pelayanan ialah suatu statement tentang perilaku, ikatanyang berasal dari pertimbangan antara keinginan (harapan dengan kinerja yang dilakukan (hasil). Serta menurut (Gunara & Sudiby, 2006) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengan tarkan atau melayani. Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan berdasarkan, situasi hati dan kondiasi tempat pelayanan diberikan. Kualitas pelayanan sangat penting bagi citra baik suatu organisasi, oleh karena itu organisasi harus meningkatkan kepercayaan kerja pegawainya agar kualitas pelayanannya meningkat. Dengan tercapainya hasil kerja. yang sesuai dengan visi dan misi pemberian pelayanan prima maka akan meningkatkan kualitas pelayanan.

. Kebutuhan masyarakat dalam bentuk pelayanan administrative sehingga memicu untuk setiap administrator agar dapat mengimbangi kebutuhan masyarakat. Agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bentuk administrasi setiap pegawai diharuskan memaksimalkan kerjanya sehingga hasil kerja (melayani masyarakat) tercapai visi, misi dan tujuan. Menurut Stanton (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah Tingkat baik buruknya kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakikatnya bersifat intangible; merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lainnya..

Kantor camat adalah lembaga yang berperan penting sebagai penghubung antara pemerintah daerah dengan masyarakat di tingkat kecamatan. Dalam melaksanakan fungsinya, kantor camat memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan publik, seperti pengurusan administrasi kependudukan dan perizinan usaha. Peran camat sebagai pimpinan di tingkat kecamatan tidak hanya mencakup fungsi administrasi, tetapi juga menjadi koordinator dalam penyelenggaraan pembangunan dan penyelesaian masalah sosial di wilayahnya. Seiring dengan perkembangan teknologi dan tuntutan masyarakat yang semakin meningkat, kantor camat diharapkan dapat mengadopsi sistem pelayanan berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi pelayanan publik. Hal ini sesuai dengan prinsip good governance, yang menekankan pentingnya akuntabilitas, partisipasi, dan responsivitas dalam pelayanan kepada masyarakat Albrecht & Zakaria, (2021).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Ratu Agung, Kota Bengkulu. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang jelas mengenai hubungan antara kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap masyarakat, serta menjadi dasar pengembangan strategi peningkatan pelayanan publik yang lebih baik di masa depan.

LANDASAN TEORI

Kepercayaan

Kepercayaan terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika seseorang telah mempercayai pihak lain maka mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan tak akan ada lagi kekecewaan. Kepercayaan sebagai sebuah ciri-ciri apektif seperti sebuah perasaan atau emosi, sebagai ganti ciri-ciri kepribadian. Kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses. Kepercayaan tersebut juga mengurangi risiko dalam bermitra dan membangun hubungan jangka panjang serta meningkatkan komitmen dalam berhubungan.

Ainurrofiq (2023) menyatakan bahwa Trust adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Sedangkan Mowen dan Minor dalam Priansa (2016) menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Sedangkan Rousseau dalam Priansa (2016) menyatakan bahwa kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan terjadi ketika seseorang yakin dengan reliabilitas dan integritas dari orang yang dipercaya. Kepercayaan nasabah dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Sinollah (2019) kualitas pelayanan yaitu seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Parasuraman dan Yulianto (2018) mendefinisikan kualitas layanan (service quality) sebagai persepsi pelanggan atas jasa yang mereka terima. Di samping itu, Parasuraman juga menyatakan kualitas layanan merupakan evaluasi keseluruhan dari fungsi jasa yang diterima secara aktual oleh pelanggan (kualitas teknis) dan bagaimana cara layanan tersebut disampaikan (kualitas fungsional). Apabila layanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dianggap sebagai kualitas yang baik, dan sebaliknya apabila kualitas layanan

yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan buruk.

Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat dapat ditunjukkan melalui sikap masyarakat setelah mengkonsumsi produk yang didapatkan. Kepuasan masyarakat akan terlihat dari seberapa baik produk yang di dapatkan dan dirasakan. Semakin baik kualitas produk yang didapatkan, maka kepuasan masyarakat akan semakin baik. Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan masyarakat adalah suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan masyarakat dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi” berdasarkan pada pengertian masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang setelah mengonsumsi produk atau jasa terhadap kebutuhan, keinginan dan harapan yang diinginkannya.

Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Menurut Harbani Pasolong dan Hendriek Mahendry (2023:13), semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayannya yang di berikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat. (high trust)”. Kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi apabila masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa terpuaskan akan pelayanan tersebut.

Menurut atmaja (2018:51) menyatakan bahwa, kepuasan masyarakat merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan jasa dengan harapan.

Oliver dalam Desmanto (2023:17), memberikan pendapat bahwa kepuasan keseluruhan di tentukan oleh ketidak sesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan merupakan fungsi positif dari harapan pelanggan dan keyakinan dikonfirmasi. Dengan demikian kepuasan atau ketidak puasannya masyarakat merupakan respon dari perbandingan antara harapan dan kenyataan.

METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2022) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2022).

Dalam uji validitas digunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 21.0. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Uji reabilitas

Menurut Sugiyono (2022) Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2022). Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,60 (Ghozali, 2015).

Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik. Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau biasa disebut asumsi klasik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mempunyai pola seperti distribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat dengan uji *Kolmogorov Smirnov*.

- Dasar pengambilan keputusannya adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan.
- Penerapan pada uji *Kolmogorov Smirnov* adalah bahwa jika signifikansi di atas 0,05 berarti data yang akan diuji tidak mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut normal (Menuturt Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2013) "Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain". Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan dalam pengujian heteroskedastisitas salah satunya yaitu Uji Glejser, Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES).

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi antara variabel-variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF), dimana:

1. Jika $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.
2. Jika $Tolerance \geq 0,10$ atau sama dengan $VIF \leq 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2022) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2022) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Kerja
X₁ = Kepercayaan
X₂ = Kualitas Pelayanan
b₁, b₂ = koefisien korelasi
a = Nilai Konstanta
e = error

Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Setiap tambahan satu variabel independen maka R² pasti akan meningkat walaupun belum tentu variabel yang ditambahkan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, digunakan nilai *adjusted R²* karena nilai *adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS Versi 21 maka dapat dilihat hasil uji validitas seperti pada Lampiran 5. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} ($n-2=50-2=48$) maka nilai r_{tabel} sebesar 0,248. Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Table 1 Hasil Uji Validitas

Persyaratan	r-Hitung	r-Tabel	P (sig,)	Keterangan
Kepercayaan (X1)				
X1.1	0,866	0,248	<0,001	Valid
X1.2	0,815	0,248	<0,001	Valid
X1.3	0,765	0,248	<0,001	Valid
X1.4	0,665	0,248	<0,001	Valid
X1.5	0,609	0,248	<0,001	Valid
X1.6	0,733	0,248	<0,001	Valid
X1.7	0,743	0,248	<0,001	Valid
X1.8	0,832	0,248	<0,001	Valid
X1.9	0,825	0,248	<0,001	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)				
X2.1	0,524	0,248	<0,001	Valid
X2.2	0,561	0,248	<0,001	Valid
X2.3	0,702	0,248	<0,001	Valid
X2.4	0,486	0,248	<0,001	Valid
X2.5	0,524	0,248	<0,001	Valid
X2.6	0,545	0,248	<0,001	Valid
X2.7	0,708	0,248	<0,001	Valid
X2.8	0,712	0,248	<0,001	Valid
X2.9	0,887	0,248	<0,001	Valid
X2.10	0,869	0,248	<0,001	Valid
X2.11	0,838	0,248	<0,001	Valid
X2.12	0,539	0,248	<0,001	Valid
X2.13	0,789	0,248	<0,001	Valid
X2.14	0,678	0,248	<0,001	Valid
X2.15	0,671	0,248	<0,001	Valid
Kepuasan Masyarakat (Y)				
Y.1	0,532	0,248	0,000	Valid
Y.2	0,589	0,248	0,000	Valid
Y.3	0,545	0,248	0,000	Valid
Y.4	0,715	0,248	0,000	Valid
Y.5	0,670	0,248	0,000	Valid
Y.6	0,701	0,248	0,000	Valid
Y.7	0,752	0,248	0,000	Valid
Y.8	0,693	0,248	0,000	Valid
Y.9	0,746	0,248	0,000	Valid
Y.10	0,719	0,248	0,000	Valid
Y.11	0,829	0,248	0,000	Valid
Y.12	0,682	0,248	0,000	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2025 dengan SPSS V.30 (2025)

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas dapat dilihat dari 36 item pertanyaan yang diberikan kepada 50 Responden memiliki nilai r Hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,248 dan nilai P (sig) lebih kecil dari 0,05 maka berarti semua item pertanyaan dinyatakan Valid.

Uji Reabilitas

Table 2 Hasil Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kepercayaan	0,910	9	Realiabel
Pelayanan	0,928	15	Realiabel
Kepuasan Masyarakat	0,903	12	Realiabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Hasil Uji Normalitas

Table 3: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84483967
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.080
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai *Tolerance* > 0.10 dan nilai VIF <10, maka data bebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardize Coefficients		Unstandardize Coefficients	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	10.69	3.312		
(X1)	6				
Kepercayaan	.268	.133	.303	.385	2.596
Pelayanan (X2)	.457	.135	.509	.385	2.596

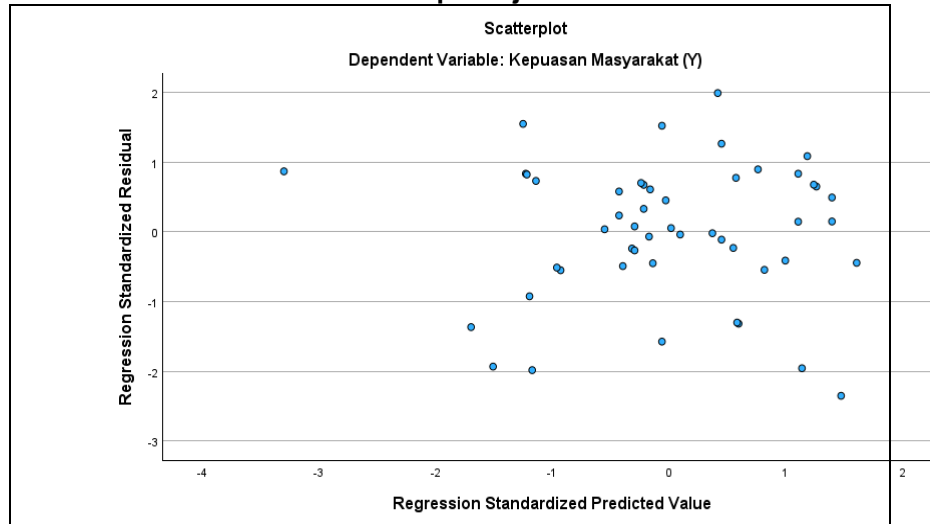
a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat (Y)

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Melihat hasil pada tabel 6, hasil perhitungan nilai *Tolerance* tidak ada Variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,01 dengan nilai *Tolerance* masing-masing variabel independen bernilai kepercayaan sebesar 0,385, dan Pelayanan sebesar 0,385. Sementara itu hasil perhitungan nilai *Variabel Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dengan nilai VIF masing-masing variabel independen bernilai kepercayaan sebesar 2,596, dan Pelayanan sebesar 2,596. Merujuk hasil perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Hasil Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Dari grafik Scatterplot di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardize Coefficients		Unstandardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.263	2.033		1.605	.115
Kepercayaan (X1)	.022	.081	.064	.275	.785
Pelayanan (X2)	-.051	.083	-.143	-.611	.544

Pada tabel, pengujian menunjukkan nilai signifikan variabel Kepercayaan sebesar 0,785 lebih besar dari 0,05. Sedangkan nilai signifikan variabel pelayanan sebesar 0,544 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen. Adapun rumus dari regresi linier berganda (*multiple linier regression*) secara umum adalah sebagai berikut:

Table 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	10.6	3.3			3.2	.00
Kepercayaan	.286	.13	.303		1.0	.04
Pelayanan	.457	.13	.509		3.3	.00

Uji Koefisien Determinasi R²
Table 7 Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.770 ^a	.592	.575	2.905	

Uji Parsial (Uji t)
Table 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	10.696	3.312		3.229	.002
	Kepercayaan (X1)	.268	.133	.303	2.018	.049
	Pelayanan (X2)	.457	.135	.509	3.390	.001

Sumber: Hasil Olah Data 2025

Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur pengaruh X₁ (kepercayaan) dan X₂ (pelayanan) terhadap kepuasan masyarakat (Y) secara bersama-sama (simultan) maka digunakan uji F. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova (uji f) dapat dilihat pada Tabel 12 berikut.

Table 9 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	576,017	2	288,009	34,134	<,001 ^b	
Residual	396,563	7	8,438			
Total	972,580	9				

Sumber: Hasil Olah Data 2025

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu, dapat diuraikan hasil analisis regresi berganda uji determinasi dan uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi, Uji Determinasi dan Pengujian Hipotesis

Variabel	Nilai Koef	Standar Error	R ² Square	F	Sig.	t	Keterangan
Persamaan : $Y = 10,696 + 0,286 (X1) + 0,457 (X2) + 3,312$							
Kepercayaan	0,303	0,268			0,049	2,018	Signifikan
Pelayanan	0,509	0,457			0,001	3,390	Signifikan
Uji F				34,134	<,001 ^b		Signifikan
Determinasi			0,592				59,2%

Sumber: Hasil Olah Data 2025

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu, berdasarkan tabel 12 dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,018 dengan Sig. sebesar 0,049. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{Tabel} 2,011 dan nilai Sig. lebih kecil daripada

0,05. Dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Artinya variabel kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pada layanan yang diberikan pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu, maka kepuasan masyarakat akan meningkat. Artinya dengan adanya kepercayaan yang tinggi terhadap layanan yang diterima akan menciptakan rasa aman dan nyaman terhadap layanan yang diberikan oleh Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu, dan tidak akan mengecewakan masyarakat yang telah memberikan kepercayaan untuk melakukan pelayanan publik di Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. dan akan meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu, berdasarkan tabel 13 dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,390 dengan Sig. sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{Tabel} 2,011 dan nilai Sig. lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Artinya variabel Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang di terimahi konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan juga adalah persepsi pelanggan atas apa yang dia terima dari pemberi jasa layanan.

Dalam kualitas pelayanan juga penting untuk memperhatikan beberapa poin penting untuk menunjang dan meningkatkan kepercayaan penerima jasa pelayanan salah satunya Fasilitas pendukung seperti media yang digunakan untuk melakukan pelayanan harus senantiasa up to date atau di perbarui sesuai dengan perkembangan bertujuan untuk menunjang pelayanan yang akan diberikan pada penerima jasa pelayanan seperti saat ini era teknologi penyedia layanan harus selalu bergerak sesuai dengan perkembangan teknologi yang sekarang sedang mejamur di setiap kegiatan, seperti pelayanan yang diberikan bisa dijangkau dimanapun saja dan kapan saja dengan kualitas yang sama dengan pelayanan yang diberikan melalui fisik atau tatap muka bahkan di tingkatkan untuk mempermudah alur pelayanan, sedangkan di kontak fisik perusahaan atau instansi harus senantiasa memperhatikan penampilan karyawan atau Staf, dan juga penampilan fisik perusahaan atau instansi tersebut sesuai dengan standar pelayanan yang baik dan senantiasa menjaga kerapian dan formalitas pekerjaan. Hal ini akan sangat berpengaruh pada evaluasi dan citra perusahaan di mata pelanggan atau penerima jasa pelayanan.

Keandalan juga akan berperan penting dalam pelayanan pada masyarakat atau konsumen karena setiap kepercayaan dan kualitas handal yang diberikan akan berperan penting untuk meningkatkan kualitas dan kereabilitas perusahaan atau instansi dimana kecepatan, ketepatan dan solusi yang cepat dan andal akan meningkatkan keakuratan pelayanan yang dijanjikan pada setiap pelanggan, serta dapat mengatasi masalah-masalah kecil, sedang atau besar dengan efisien dan terpercaya juga akan meningkatkan nilai perusahaan atau instansi di mata Konsumen atau pelanggan untuk memberikan evaluasi untuk kebaikan kedepannya.

Ketangapan juga akan menjadi tolak ukur bagi pelanggan untuk mengetahui kepuasan pelayanan yang telah diberikan, kecepatan dan ketepatan serta kesigapan untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas dan terjamin akan menjadi poin krusial dalam penilaian ketangapan terhadap keinginan konsumen. Daya tanggap perusahaan untuk memberikan pelayanan yang tepat waktu. Daya tanggap untuk membantu pelanggan bukan hanya kecepatan dan ketepatan waktu tapi juga mengacu pada ketepatan, kecepatan, keandalan dalam membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

Pelayanan juga dibutuhkan jaminan agar pelayanan tersebut memiliki kemampuan dan keramahan serta sopan santun untuk menunjang kecakapan dan kepercayaan pelanggan pada perusahaan pada pelayanan yang dia butuhkan untuk kepentingan pelayanan yang sangat dibutuhkan pelanggan saat itu, keyakinan dari pelanggan akan semakin membuat perusahaan menjadi lebih baik, keyakinan didapat dari perilaku pegawai penyedia layanan dari keramahan, sopan santun dan kepercayaan yang di dapatkan dari keandalan dan tingkat perhatian,

Empati yang diberikan dari sikap tegas tapi penuh perhatian yang diberikan akan membuat pelanggan nyaman dan merasa percaya akan layanan yang diberikan oleh karyawan terhadap pelanggan. Kemampuan komunikasi yang baik dan mudah dipahami karyawan untuk dapat menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang di sediakan perusahaan untuk kesamaan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan saat ini. Semuanya penilaian diatas akan menjadi bahan untuk Evaluasi kinerja pada pelayanan empati.

Hasil penelitian ini sesuai menurut penjelasan dari Parasuraman dan Angraini (2021) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangibles* (yang teramati), *Reability* (Kendala), *Responsiveness* (ketangapa), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati). Berdasarkan kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka kepuasan kerja dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, baik masyarakat yang baru pertama kali melakukan pelayanan maupun masyarakat yang sudah berulang-ulang melakukan pelayanan.

Pengaruh Kepuasan Masyarakat Pada Kepercayaan dan Pelayanan

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 12 di variabel uji F diperoleh nilai Signifikansi F_{Hitung} 34,134 dengan nilai Sig, sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{Hitung} lebih besar daripada F_{Tabel} 3,195 dan nilai sig, lebih kecil dari 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain kepercayaan dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Kepuasan Masyarakat dapat diperoleh dari hasil yang diterima atas pelayanan yang diberikan selama melakukan pelayanan publik di instansi pemerintahan atau melakukan pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan cepat, ringkas dan teliti dan sesuai standar yang berlaku di visi misi kantor tersebut. Hal ini berarti bahwa kepuasan masyarakat di Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu, akan meningkat ketika kepercayaan didalam suatu posisi yang tinggi dalam suatu perusahaan atau instansi pemerintahan dalam hal ini Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Kepuasan masyarakat memiliki 4 kriteria atau indikator yang harus terpenuhi untuk mendapatkan hasil kepuasan masyarakat yaitu masyarakat yang melakukan pelayanan akan diberikan ruang seluas-luasnya untuk memberikan saran dan keluhan untuk menyampaikan saran, pendapat untuk kedepannya, dan keluhan agar bisa diperbaiki dan disempurnakan kembali di kemudian hari untuk peningkatan pelayanan yang diberikan pada masyarakat. Perusahaan harusnya senantiasa melakukan survey untuk menerima umpan balik dan tanggapan dari masyarakat atas layanan yang diberikan pada masyarakat, serta akan memberikan tanda *signal* positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap masyarakat yang melakukan kegiatan pelayanan diperusahaan. Kualitas pelayanan dilakukan untuk berperan sebagai masyarakat potensial produk perusahaan dalam pelayanan yang diberikan perusahaan dan produk yang diberikan pada konsumen. Dalam pelayanan ini juga untuk mengukur dan mengetahui temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan persaingan, untuk perbaikan kedepannya. Analisis pelanggan juga akan diterapkan untuk mengetahui kenapa konsumen yang dulunya menggunakan layanan di kantor tersebut pindah atau tidak melakukan pelayanan lagi di kantor, bertujuan untuk mengetahui informasi penyebab terjadinya hal tersebut sebagai bahan evaluasi kedepannya. Informasi yang didapatkan akan sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil langkah kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas masyarakat kedepannya.

Hasil ini sesuai dengan indikator yang dikemukakan Peringski (2024) yaitu Variabel Kepuasan Masyarakat dengan indikator sistem keluhan dan saran (*customer-oriented*), Survey kepuasan masyarakat (*Signal*), Kualitas Pelayanan (*ghost shopper*), dan Analisis Pelanggan yang dihentikan (*Lost Customer Analisis*).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu. yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 10,696 + 0,286 (X_1) + 0,457 (X_2) + 3,312$, hal ini menggambarkan arah regresi yang positif antar kepercayaan (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan masyarakat (Y). Berarti bahwa apabila variabel kepercayaan dan pelayanan meningkat maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat.

Berdasarkan hasil determinasi r kuadrat diperoleh angka R^2 (R Squared) sebesar 0,592 atau (52,9%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar (52,9%), Atau variasi variabel dependen. Yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan sebesar (52,9%). Variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 47,1% dari (100%-52,9%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Uji Parsial (Uji t) diketahui bahwa hasil t Hitung pada setiap variabel sebagai berikut:

Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan Masyarakat berdasarkan tabel 11 dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 2,018 dengan Sig. sebesar 0,049. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t Tabel 2.011 dan nilai Sig. lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan masyarakat di kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan masyarakat berdasarkan tabel 11, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 3.390 dengan nilai Sig. sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t Tabel 2.011 dan nilai sig. lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat di kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Berdasarkan (Uji F) signifikansi F Hitung 34,134 dengan nilai Sig. sebesar $<0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F Hitung lebih besar daripada F Tabel 3,195 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, kepercayaan dan Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat di kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kepercayaan dan pelayanan pada Kantor Camat Ratu Agung Kota Bengkulu berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Dengan demikian semakin baik pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, dan ditingkatkannya kepercayaan, maka kepuasan masyarakat akan lebih baik dan meningkat lagi. Terdapat beberapa saran dari peneliti, yaitu:

Kantor Camat Ratu Agung perlu fokus untuk terus meningkatkan Kualitas Pelayanan secara menyeluruh, mengingat variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Peningkatan dapat dilakukan dengan memastikan standar pelayanan yang jelas dan transparan, serta meningkatkan responsivitas dan kepastian waktu layanan kepada masyarakat. Selain itu, karena variabel Kepercayaan juga terbukti berpengaruh signifikan, pihak kantor harus berupaya meningkatkan aspek ini melalui penyediaan informasi yang konsisten dan akurat mengenai prosedur pelayanan. Hal ini penting mengingat Kelurahan Sawah Lebar Baru memiliki jumlah penduduk terbanyak, sehingga efektivitas komunikasi dan pelayanan di wilayah tersebut harus menjadi prioritas. Seluruh staf, khususnya di Seksi Pelayanan Umum, harus mempertahankan sikap profesional, ramah, dan cepat tanggap untuk memperkuat citra kantor yang dapat dipercaya. Keberlanjutan dalam pembinaan dan pengawasan terhadap kinerja staf juga diperlukan untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan dari waktu ke waktu. Dengan mengoptimalkan kedua faktor ini, Kantor Camat Ratu Agung akan mampu meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat secara berkelanjutan.

Masyarakat umum, sebagai pengguna layanan, disarankan untuk berpartisipasi aktif dalam memberikan masukan dan kritik konstruktif terhadap pelayanan di Kantor Camat Ratu Agung, sehingga pihak kantor dapat terus memperbaiki kualitas dan responsivitas layanannya. Peran aktif masyarakat dalam menyampaikan umpan balik adalah kunci untuk memastikan standar kualitas pelayanan publik selalu terpenuhi, sesuai dengan fungsi Camat dalam pembinaan kehidupan masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada isu pelayanan publik di Kantor Camat Ratu Agung, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel independen lain, mengingat masih ada variabel tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 40,8% variasi kepuasan masyarakat masih belum dapat dijelaskan oleh model ini. Variabel yang dapat dipertimbangkan misalnya adalah Aksesibilitas, Tangible (Bukti Fisik), atau Inovasi Pelayanan Publik untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik. Selain itu, pengumpulan data dapat diperluas dengan menggunakan metode wawancara mendalam untuk melengkapi data kuantitatif, sehingga diperoleh pemahaman kualitatif yang lebih kaya tentang alasan di balik skor kepercayaan dan kepuasan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 267-299.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2017). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Agus, S. (2002). *Pengantar Ilmu Manajemen*. PT. Elex Media Komputindo.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1).

- Adhitya, W. R., & Hutagalung, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Bus Trans Metro Deli Di Belawan. *Jurnal Visi Manajemen*, 9(1), 60-70.
- Alghifari, A.f., dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, 15(2).
- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Conger, J. A., Kanungo, R. N., & Menon, S. T. (2000). Charismatic leadership and follower effects. In K. E. Clark & M. B. Clark (Eds.), *The impact of leadership* (pp. 72-101). Center for Creative Leadership.
- Cahyaningsih, R. I. (2024). Pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai pada kantor camat banyuasin iii kabupaten banyuasin (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Selatan).
- Expectation-Disconfirmation Theory. (n.d.). *Journal of Consumer Research*.
- Fox, J. (1974). Institutional trust and organizational effectiveness. *Journal of Sociology*, 30(2), 123-135.
- Gilbert, J. A., & Tang, T. L.-P. (1998). The impact of trust on organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 19(1), 21-25.
- Hamdiah, H., Firman, A., & Sultan, M. S. (2023). Pengaruh kompetensi, penempatan, dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai di Pemerintahan Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 45-60.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. Wiley.
- Ilahi, R., Mukzam, M. D., & Prasetya, A. (2017). Pengaruh kepuasan kerja terhadap kepercayaan karyawan di instansi pemerintah. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 123-136.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara. (2003). Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik. *Jurnal*: <https://doi.org/10.32662/gjpad.v2i2.778>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Laia, F. (2021). Fenieli Laia Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(1).
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 129-134). Rand McNally.
- Lewis, J. D., & Weigert, A. (1985). Trust as a social reality. *Social Forces*, 63(4), 967-985.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McAllister, D. J. (1995). Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.
- Moenir, M. (2005). *Manajemen pelayanan publik*. Bumi Aksara.
- Muhamad, A. (2009). *Metodologi Penelitian*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Organizational Justice Theory. (n.d.). *Academy of Management Review*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Peringski, P., Soleh, A., & Fitriano, Y. (2024). Analisis Indek Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bengkulu Selatan. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 7(1), 63-72.
- Peraturan Walikota Bengkulu Nomor 58 Tahun 2016 tentang Uraian Tugas dan Fungsi Kecamatan dan Kelurahan di Lingkungan Pemerintah Kota Bengkulu.
- Priyatna, E. H. (2021). Pengaruh komitmen organisasi dan kepuasan kerja terhadap pegawai pada kantor kecamatan Balaraja. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(2), 89-104.
- Ratminto, & Septi Winarsih, A. (2007). *Manajemen pelayanan publik*. Penerbit Universitas Kristen Satya Wacana.
- Relationship Marketing Theory. (n.d.). *Journal of Marketing*.
- Riduwan, R. (2004). *Dasar-dasar Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sahaq, A. B. D. U. L. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bri Mobile (Brimo) Di Kota Arga Makmur Bengkulu Utara (Doctoral dissertation, Universitas Dehasen Bengkulu).

- Saefullah, A. (2022). Pengaruh disiplin kerja pegawai dan kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Desa Kadugede Kecamatan Kadugede Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1-20.
- Sedarmayanti. (2001). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Setiawan, A. B., Ayu, A., & Bela, A. (2020). Pengaruh kepercayaan karyawan terhadap atasan dan kepuasan kerja terhadap kepercayaan karyawan kepada organisasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 14(4), 33-50.
- Simarmata, P. P., Simarmata, H. M. P., & Saragih, D. Y. (2020). Kualitas Pelayanan Kantor Kecamatan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dolok Batu Nanggar Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 3(1), 241-247.
- Simmel, G. (1964). *The sociology of Georg Simmel*. Free Press.
- Social Exchange Theory. (n.d.). *Journal of Social Issues*.
- Subagyo, P. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan di lingkungan kerja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 87-95.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2022 *Metode Penelitian Manajemen 1*, skala liker, Edisi revisi 2, cetakan ke 1. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Service quality and customer satisfaction (4th ed.)*. Andi Publisher .
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.