

## PENGARUH DAYA TANGGAP, KEANDALAN DAN KEPEDULIAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA PT. X

Boni Panahatan Sitorus<sup>1</sup>, Esli Silalahi<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika St. Thomas Medan  
Email: bonipanahatan0507@gmail.com, esli2silalahi@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to determine and explain the influence of Responsiveness, Reliability and Concern on Community Satisfaction at PT. X Medan Representative. This data collection was through interviews, questionnaires and documentation studies. The research method used was quantitative, with 96 respondents taken using the Slovin formula. Data analysis in this study used SPSS version 25. The results of this study indicate that there is a relationship between the independent variables, namely Responsiveness, Reliability and Concern on the dependent variable, namely Community Satisfaction. From the results of the simultaneous F test, it is shown that the F count value is (53.439) > F table (2.704) with a significance level of  $0.000 < (0.05)$  it can be concluded that simultaneously the variables of Responsiveness, Reliability and Concern have a significant effect on Community Satisfaction. From the results of partial testing (t-test) obtained the value of Responsiveness tcount (2.799) > ttable (1.986), Reliability tcount (3.147) > ttable (1.986) and Concern tcount (5.609) > ttable (1.986). This means that Responsiveness, Reliability and Concern have a positive and significant effect on Community Satisfaction at PT. X Medan Representative. From the results of the discussion of multiple linear regression  $KM = 3.381 + 0.153 (DT) + 0.299 (KA) + 0.502 (KP) + e$ . It can be concluded that Responsiveness, Reliability and Concern have a positive and significant effect on Community Satisfaction at PT. X Medan Representative. The coefficient of determination (R Square) is 0.635. This means that 63.5% of customer satisfaction can be explained by responsiveness, reliability, and concern, while the remaining 36.5% can be explained by other factors such as physical evidence, location, and assurance.*

*Keywords: Responsiveness, Reliability, and Concern*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian terhadap kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan. Pengumpulan data ini melalui wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan responden sebanyak 96 responden yang diambil dengan menggunakan rumus slovin. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independent yaitu Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Masyarakat. Dari hasil pengujian F simultan ditunjukkan pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar (53.439) >  $F_{tabel}$  (2,704) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < (0,05)$  dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Dari hasil pengujian parsial (uji t) diperoleh nilai Daya Tanggap  $t_{hitung}$  (2.799) >  $t_{tabel}$  (1,986), Keandalan nilai  $t_{hitung}$  (3.147) >  $t_{tabel}$  (1,986) dan Kepedulian nilai  $t_{hitung}$  (5.609) >  $t_{tabel}$  (1,986). Artinya Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan. Dari hasil pembahasan regresi linear berganda  $KM = 3.381 + 0,153(DT) + 0,299(KA)+0,502(KP) + e$ . Dapat disimpulkan bahwa Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,635. Artinya Kepuasan Masyarakat dapat dijelaskan oleh Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian 63,5% sedangkan 36,5% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain seperti Bukti fisik, tempat dan Jaminan

**Kata kunci :** Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan - kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan strategi pemasaran, karena sekarang bukanlah jaman dimana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen.

Manajemen Pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum (Kotler dan Keller 2011:6). Menurut Tjiptono (2011:2) Manajemen Pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera (Tjiptono dan Chandra 2011: 198). Daya Tanggap PT. X dapat dilihat dari petugas yang tidak tanggap dalam membantu korban ketika hendak melakukan proses claim santunan. Dimana pihak korban atau keluarga harus menunggu lama dikarenakan sistem antrian yang tidak memadai terhadap pelayanan yang semakin banyak. Hanya ada satu petugas yang menangani keluhan dan masalah korban. Sehingga respons yang diberikan sangat lambat dan tidak efektif, maka hal ini akan menurunkan tingkat kepuasan masyarakat.

Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat (Kotler dan Keller 2009:53). PT. X harus dapat menunjukkan keandalan dalam menyelesaikan berbagai prosedur yang terkait dengan pengajuan klaim, namun petugas yang melayani keluhan masyarakat kurang berkompeten dalam penggunaan computer dan perangkat lunak lainnya sehingga petugas kerap bertukar posisi dengan pegawai lainnya dalam melayani keluhan korban. Hal ini dapat menimbulkan ketidak efisienan waktu dari pihak PT. X dan penanganan menjadi lama sehingga mengakibatkan ketidakpuasan masyarakat.

Kepedulian merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen Tjiptono (2006:70). Kurangnya kepedulian petugas terhadap korban dalam pengajuan administrasi dan bersikap tidak peduli terhadap pertanyaan dari korban. Korban cenderung merasa tidak puas jika mereka merasakan perhatian yang kurang baik dari pihak penyedia layanan, serta merasa bahwa masalah mereka tidak dipahami dan ditangani dengan serius. Kepedulian yang rendah dari petugas dapat mengakibatkan ketidakpuasan masyarakat.

Kepuasan masyarakat ditentukan oleh dua hal, yaitu keluhan masyarakat dan harapan atas pelayanan yang diterima dari penyedia layanan (Tjiptono 2011: 24). Pelayanan PT. X Perwakilan Medan dapat dipengaruhi oleh sejauh mana ketiga dimensi ini diterapkan dalam setiap interaksi dengan masyarakat. Jika daya tanggap, keandalan, dan kepedulian tercapai dengan baik, maka masyarakat akan merasa puas dan cenderung memiliki pandangan yang positif terhadap lembaga tersebut. Sebaliknya, jika ketiga faktor ini tidak diperhatikan dengan baik, maka masyarakat berpotensi merasa kecewa dan tidak puas dengan layanan yang diberikan, yang pada akhirnya dapat merugikan citra dan reputasi PT. X di mata masyarakat.

PT. X merupakan perusahaan BUMN dengan bidang usaha Asuransi sosial yang memberikan perlindungan dasar kepada masyarakat melalui 2 (dua) program pertanggung:



1. Asuransi Kecelakaan Penumpang Alat Angkutan Umum berdasarkan UU No. 33 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggungjawaban Wajib Kecelakaan Penumpang.
2. Asuransi Tanggung Jawab Menurut Hukum Terhadap Pihak Ketiga berdasarkan UU No. 34 Tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan

Melaksanakan asuransi kecelakaan penumpang alat angkutan umum sesuai dengan Undang-Undang No.33 Tahun 1964 berikut peraturan pelaksanaannya dan asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga sesuai dengan Undang-Undang No. 34 Tahun 1964 berikut peraturan pelaksanaannya; Mengadakan dan menutup perjanjian asuransi kendaraan bermotor dan asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga dalam hal kecelakaan alat angkutan; Menerima pertanggungjawaban tidak langsung untuk ditahan sendiri oleh Perseroan; dan melakukan kegiatan-kegiatan investasi dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain bidang usaha utama di atas, Perseroan dapat melakukan bidang usaha dalam rangka optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki Perseroan dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Namun, seiring dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 73 Tahun 1992 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian, khususnya pasal 33 yang berbunyi: Perusahaan Asuransi yang menyelenggarakan Asuransi Sosial dilarang menyelenggarakan program asuransi lain selain Program Asuransi Sosial dan pasal 34 yang berbunyi: Perusahaan Asuransi yang menyelenggarakan Program Asuransi Sosial dalam menyelenggarakan usahanya wajib memenuhi ketentuan Peraturan Pemerintah ini beserta peraturan pelaksanaannya, maka Perusahaan hanya menjalankan bidang Asuransi Sosial.

PT. X berperan penting dalam menjaga perlindungan sosial bagi masyarakat yang mengalami kecelakaan dan memastikan bahwa korban mendapatkan hak mereka sesuai regulasi yang berlaku.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Karim Navarin, dkk (2020) dengan judul Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Melalui E-Service Quality Di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat, ada pengaruh positif signifikan kualitas e-services terhadap kepuasan masyarakat, dan ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan publik dan kualitas e-services pada masyarakat. Hasil penelitian Dina Desiyana Norrahimi, dkk (2024) dengan judul Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pada Puskesmas Birayang Kecamatan Batang Alai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Hasil penelitian menunjukkan nilai indeks kepuasan masyarakat dengan mutu pelayanan "B". Kepuasan masyarakat di Puskesmas Birayang tergolong baik.

PT. X Perwakilan Medan memberikan santunan kecelakaan lalu lintas, baik pengguna kendaraan pribadi maupun angkutan umum kepada para korban. Jumlah penerima santunan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Data Jumlah Penerima Santunan Per Bulan Tahun 2023 Kantor Perwakilan Medan**

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	167
2	Februari	193
3	Maret	214
4	April	189
5	Mei	199
6	Juni	208
7	Juli	165
8	Agustus	194
9	September	302
10	Oktober	251
11	November	213
12	Desember	280

**Sumber: PT. X Perwakilan Medan Tahun 2023**

Berdasarkan data jumlah penerima santunan yang diterima oleh PT. X Perwakilan Medan pada tahun 2023, dapat disimpulkan bahwa meskipun ada fluktuasi dalam jumlah penerima santunan, secara umum pelayanan PT. X sudah cukup memadai dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Namun, beberapa bulan dengan penerimaan yang rendah dapat terjadi karena peningkatan kesadaran masyarakat dalam berkendara.

Untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. X maka penulis melakukan observasi lapangan dengan melakukan wawancara terhadap beberapa responden yang melakukan/ mengajukan Claim santunan. Maka didapat hasil observasi mengenai kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. X:

1. Observasi menunjukkan bahwa masyarakat mengeluhkan keterlambatan dalam proses administrasi.
2. Dari hasil observasi di kantor PT. X, terlihat bahwa petugas tidak responsif terhadap kebutuhan masyarakat dalam proses pengajuan claim.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat terbentuk dari sebuah pelayanan yang telah dilakukan oleh sebuah organisasi maupun pelayanan yang telah diberikan orang lain. Kepuasan masyarakat merupakan respon terhadap kinerja organisasi publik, faktor utama penentu kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas jasa. Tingkat kepuasan masyarakat tersebut dipengaruhi oleh pelayanan publik yang diberikan. Pemerintah sebagai penyedia layanan publik bertanggung jawab dan terus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Rendahnya mutu pelayanan publik yang diberikan menjadi citra buruk pemerintah di tengah masyarakat.

Tjiptono (2011:24), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima dari pemberi layanan. Tjiptono dan Candra (2018) kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan masyarakat hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh masyarakat secara langsung dari penyedia jasa yaitu pemerintah, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan masyarakat.

Kotler & Keller (2006:180) kepuasan masyarakat sangat dipengaruhi oleh komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Mereka berpendapat bahwa kebijakan yang melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan lebih diterima dan dapat meningkatkan kepuasan.

### 2.2. Daya Tanggap

Dalam konteks kualitas layanan adalah kemampuan suatu perusahaan atau organisasi untuk merespons kebutuhan, permintaan, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien. Tjiptono dan Chandra (2011:198), Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

Kotler dan Keller (2007 : 56) daya tanggap yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198), daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menanggapi permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.

Lupiyoadi, R (2001:148) mengartikan *responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Dari beberapa pendapat di atas dapat dideskripsikan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) adalah kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

### 2.3. Keandalan

Tjiptono (2014:282) *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang andal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Inti pelayanan kehandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya.

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi Lupiyoadi, R dan Hamdani, (2006:182). Tjiptono (2006:70), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Kotler dan Keller (2009:52) keandalan merupakan kemampuan melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Nasution (2001:70) keandalan adalah kinerja harus sesuai dengan harapan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan, yang sama untuk semua pelanggan sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

### 2.4. Kepedulian

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Tjiptono (2006:70) *empathy* merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Kepedulian adalah di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki, waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan Lupiyoadi, R dan Hamdani (2006:82).

Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera dijawab. Waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan merasa "kalah" dan harus "menyetujui" pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan.

Lupiyoadi, R (2001:148) mengemukakan *empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Faktor Yang Mempengaruhi kepedulian

Empati yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Atau berarti perhatian yang diberikan pemberi jasa pada kliennya. faktor dari empati meliputi :

- a. Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian
- b. Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan (Philip Kotler, 2009:52).
- c. Hipotesis



Hipotesis adalah pernyataan atau asumsi sementara yang dibuat untuk diuji kebenarannya. Berdasarkan pembahasan dalam latar belakang, landasan teori dan kerangka berpikir, maka formulasi hipotesis yang diajukan kebenarannya dalam penelitian yang dilaksanakan di PT. X Perakilan Medan yaitu:

- H1 = Daya Tanggap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X
- H2 = Keandalan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X
- H3 = Kepedulian secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X
- H4 = Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X

## METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Populasi dan Sampel Penelitian

populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah menerima santunan pada PT. X Perwakilan Medan selama tahun 2023 dengan jumlah: 2.575 jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

### 3.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel independen (X)

1. Daya Tanggap (X1)  
Tjiptono dan Chandra (2011:198), daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
2. Keandalan  
Tjiptono (2014:282) *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Kepedulian  
Tjiptono (2006:70), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Variabel dependen (Y)

Kepuasan Masyarakat : Tjiptono (2011:24), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima dari pemberi layanan.

### 3.2. Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh daya tanggap, keandalan dan kepedulian terhadap kepuasan masyarakat. Adapun rumus regresi linier berganda adalah:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

### 3.3. Pembahasan

#### a. Hasil Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil pengujian regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 25 yang disajikan dalam tabel 1 berikut:

**Tabel 2 Hasil Analisis Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.381	1.223		2.766	.007



	DayaTanggap	.153	.055	.222	2.799	.006
	Keandalan	.299	.095	.267	3.147	.002
	Kepedulian	.502	.089	.451	5.609	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

**Sumber:** Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 diatas, maka model regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KM = 3.381 + 0,153DT + 0,299KA + 0,502KP + e$$

Dari rumus diatas dapat disimpulkan bahwa: Nilai konstanta sebesar 3.381 artinya jika Daya Tanggap, Keandalan dan Kepedulian sama dengan 0, maka tingkat kepuasan masyarakat pada PT. X Perwakilan medan adalah 3.381

1. Nilai koefisien regresi pada variabel Daya Tanggap 0,153 artinya Keandalan berpengaruh positif terhadap Kepuasan masyarakat. Apabila Keandalan naik 1 satuan maka Kepuasan masyarakat akan naik sebesar 0,153 dan apabila Daya Tanggap turun 1 satuan maka kepuasan masyarakat turun sebesar 0,153. Nilai koefisien regresi pada variabel Keandalan 0,299, artinya Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Apabila keandalan naik 1 satuan maka kepuasan masyarakat akan naik sebesar 0,299 dan apabila keandalan turun 1 satuan maka kepuasan masyarakat turun sebesar 0,299. Nilai koefisien regresi pada variabel Kepedulian 0,502, artinya Kepedulian berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Apabila Kepedulian naik 1 satuan maka kepuasan masyarakat akan naik sebesar 0,502 dan apabila Kepedulian turun 1 satuan maka kepuasan masyarakat akan turun sebesar 0,502 Dari keterangan 2,3 dan 4 diatas diketahui bahwa Kepedulian mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan masyarakat karena memiliki koefisien regresi lebih besar dari Daya Tanggap dan Keandala yaitu 0,502

**b. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan tabel 1. menunjukkan secara parsial pengaruh masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan signifikansi = 0,05 maka berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa: Nilai t hitung (2,799) > t tabel (1,986) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 < 0,05 sehingga diambil keputusan H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel Daya Tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan. Nilai t hitung (3,147) > t tabel (1,986) tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 sehingga diambil keputusan H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel Keandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan. Nilai t hitung (5,609) > t tabel (1,986) tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga diambil keputusan H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel Kepedulian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap terhadap Kepuasan masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan.

**1. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.914	3	65.971	53.439	.000 <sup>b</sup>
	Residual	113.576	92	1.235		
	Total	311.490	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat  
 b. Predictors: (Constant), Kepedulian, Keandalan, DayaTanggap

**Sumber:** Output SPSS 25



Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat nilai F hitung sebesar 53,439 > F tabel sebesar 2,704 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya secara simultan Variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil dari *R-Square* dari regresi digunakan untuk mengetahui besarnya kepuasan anggota yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 <sup>a</sup>	.635	.623	1.111
a. Predictors: (Constant), Kepedulian, Keandalan, DayaTanggap				
b. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat				

**Sumber:** Output SPSS 25

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa: Nilai R sebesar 0,797 sama dengan 79,7% artinya Daya Tanggap, Keandalan dan kepedulian mempunyai hubungan yang kuat dengan Kepuasan masyarakat. Koefisien determinasi *R square* sebesar 0,635 sama dengan 63,5% artinya Kepuasan Masyarakat dapat dijelaskan oleh Daya Tanggap, Keandalan dan kepedulian. Sedangkan 36,5% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain seperti Bukti fisik, tempat, Jaminan, dan lain lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## c. Pembahasan

### 1. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan.

Dari tabel 4.24 dapat dilihat bahwa Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan uji statistik yang telah dijelaskan diatas diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  (2,799) >  $t_{tabel}$  (1,986) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$  sehingga diambil Keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya Daya Tanggap yang dilakukan PT. X Perwakilan Medan mempunyai peran penting dalam meningkatkan kepuasan Masyarakat Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khomeiny Yunior (2019) dengan judul Pengaruh Daya Tanggap Dan Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Suriatama Mahkota Kencana Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$

### 2. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan

Dari tabel 4.24 dapat dilihat bahwa Keandalan berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan uji statistik yang telah dijelaskan diatas diketahui koefisien regresinya  $t_{hitung}$  (3,147) >  $t_{tabel}$  (1,986) tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  sehingga diambil keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur Samsir (2020) dengan judul Pengaruh Keandalan Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa DI Mahakarya Photography. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $t$  dimana nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

### 3. Pengaruh Kepedulian terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan

Dari tabel 4.24 dapat dilihat dari koefisien regresinya diketahui nilai  $t_{hitung}$  (5,609) >  $t_{tabel}$  (1,986) tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga diambil keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel Kepedulian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan. Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fattah hidayat (2004) dengan judul Hubungan antara Kepedulian Pelayanan, Citra merek, dan Kepuasan Konsumen Telkom Flexi. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $t$  dimana nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ .

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai *pengaruh daya tanggap, keandalan, dan kepedulian terhadap kepuasan masyarakat pada PT. X Perwakilan Medan*, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Kecepatan petugas dalam melayani korban serta bertambahnya jumlah petugas dapat meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan tersebut.
2. Keandalan (*reliability*) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Pelayanan yang konsisten, tepat waktu, dan sesuai prosedur mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menciptakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Kepedulian (*empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Sikap ramah, perhatian, serta kemampuan dalam memahami kebutuhan masyarakat secara personal turut mendorong terbentuknya kepuasan yang lebih baik terhadap pelayanan PT. X Perwakilan Medan
4. Secara simultan, daya tanggap, keandalan, dan kepedulian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Artinya, ketiga dimensi tersebut merupakan faktor penting yang secara bersama-sama membentuk persepsi positif masyarakat terhadap pelayanan yang diterima.
5. Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan masyarakat secara menyeluruh, PT. X Perwakilan Medan perlu terus menjaga dan mengembangkan aspek daya tanggap, keandalan, serta kepedulian dalam setiap proses pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asna, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi
- Dina Desiyana Norrahimi, dkk (2024) *Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pada Puskesmas Birayang Kecamatan Batang Alai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Tengah*. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 8, No. 2, hlm. 143–153
- Fattah hidayat (2004) dengan judul *Hubungan antara Kepedulian Pelayanan, Citra merek, dan Kepuasan Konsumen Telkom Flexi*. Tesis, Universitas Gadjah Mada
- Ghozali, I. (2018). *Analisis multivariat dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro..
- Hayani, N. (2019). *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Husin Cindy, dkk (2024). *Pengaruh Keandalan (Reliability) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Pada Bisnis Transportasi Online Grab (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan)*. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(8), 108–118.
- Indra Gunawan (2019) *Pengaruh Daya Tanggap Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur* *Jurnal Simplex Volume 2*, Nomor 1, April 2019
- Karim Navarin, dkk. (2020). *Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Melalui E-Service Quality Di Kota Jambi*. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(2), 135–150.
- Khomeiny Yunior (2019) *Pengaruh Daya Tanggap Dan Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Suriatama Mahkota Kencana Medan*. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, Vol. 6, No. 2
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-15). Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, M. (2009). *Metode kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nasution, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (edisi ketiga). Bumi Aksara.
- Nor Hadi (2019) *Pengaruh Emphaty, Tangible, Responsiveness, Kedisiplinan Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat di Pemerintahan Desa*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol 6, No 2 (2018)
- Parasuraman, A. (2011). *Service Quality and Management*. Prentice Hall.



- Samsir, Nur (2020) *Pengaruh Keandalan Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Di Mahakarya Photography*. Skripsi, Universitas Negeri Makassar
- Sihombing, M., & Siregar, R. (2020) *Pengaruh Kepedulian Pemerintah terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Pelayanan Publik di Kota Medan*. jurnal EKUITAS Vol 3, No 2, November 2021, Hal 174–180.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 14). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa* (Edisi ketiga). Andi
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2018). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi
- Wendha, H., et al. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi