

Analisis Kualitas Pelayanan dan Reputasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti

Firman Kislew Tanjaya

Universitas Satyagama, Jakarta, Indonesia

Email: kislewtan@outlook.com

Abstrak

Kepuasan pengguna merupakan tingkat perasaan positif atau evaluatif yang muncul setelah pengguna membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan suatu lembaga dengan ekspektasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Metode penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengguna Layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) yang berjumlah 52761. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan margin error 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 24% terhadap kepuasan pengguna, reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 21,1% terhadap kepuasan pengguna dan kualitas pelayanan dan reputasi lembaga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 30,8% terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Reputasi Lembaga, Kepuasan Pengguna

Abstract

User satisfaction is a level of positive or evaluative feelings that arise after users compare their perceptions of an institution's product or service performance with their expectations. This study aims to analyze the effect of service quality and institutional reputation on user satisfaction at the Gamana Krida Bhakti Business Certification Institute. This research method uses quantitative analysis with multiple linear regression analysis techniques. The population in this study were all users of Business Certification Services at the Gamana Krida Bhakti (GKB) Business Certification Institute (LSBU), totaling 52,761. The determination of the number of samples used in this study was determined using the Slovin formula with an margin error of 10% so that a sample size of 100 respondents was obtained. The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect of 24% on user satisfaction, institutional reputation has a positive and significant effect of 21.1% on user satisfaction and service quality and institutional reputation together have a positive and significant effect of 30.8% on user satisfaction at the Gamana Krida Bhakti (GKB) Business Certification Institute (LSBU).

Keywords: *Service Quality, Institutional Reputation, User Satisfaction*

Pendahuluan

Persaingan global telah menjadi fenomena tak terhindarkan dalam dunia industri terutama di era yang ditandai dengan perubahan yang serba cepat. Khususnya di bidang jasa, semua lembaga, baik itu lembaga pemerintahan atau swasta, dituntut untuk memiliki kemampuan baru agar dapat berhasil dan tetap kompetitif (Warto & Samsuri, 2020). Salah satu strategi yang telah diadopsi oleh lembaga jasa untuk mendominasi dalam persaingan adalah dengan fokus pada pemberian pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi tingkat kepuasan pengguna (Astriyanti et al., 2023).

Kepuasan pengguna merupakan tingkat perasaan positif atau evaluatif yang muncul setelah pengguna membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan suatu lembaga dengan ekspektasi mereka. Kepuasan pengguna menjadi kunci penting dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pengguna. Kepuasan pengguna terbentuk melalui perbandingan antara apa yang pengguna harapkan (ekspektasi) dengan apa yang mereka terima (kinerja aktual) (Sholikhah, 2017).

Kepuasan pengguna terhadap suatu produk atau jasa menjadi hal yang sulit dicapai jika lembaga pemerintah atau swasta tersebut tidak sepenuhnya memahami apa yang diharapkan oleh konsumennya (Suherni et al., 2023). Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, harapan, dan preferensi pengguna menjadi kunci dalam membangun dan mempertahankan tingkat kepuasan yang tinggi. Lembaga perlu secara aktif menggali dan memahami ekspektasi pengguna, serta berupaya untuk mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan tersebut (Pandipa, 2020).

Pelayanan yang responsif dan berkualitas tinggi, yang sesuai dengan harapan pengguna, dapat membentuk persepsi positif dan memperkuat ikatan antara pengguna dan Lembaga. Sebaliknya, ketidakpahaman terhadap kebutuhan pengguna dapat menyebabkan ketidakpuasan, mempengaruhi citra lembaga, dan bahkan berpotensi kehilangan pengguna. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap perspektif pengguna menjadi kunci dalam upaya mencapai dan mempertahankan tingkat kepuasan yang optimal.

Kualitas layanan pada dasarnya merupakan kunci penting dalam membentuk kepuasan pengguna. Apabila kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga tidak sesuai dengan harapan pengguna, hal ini dapat menyebabkan pengguna kehilangan minat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, upaya untuk memastikan bahwa kualitas layanan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pengguna menjadi sangat penting. Sebaliknya, jika lembaga mampu memberikan layanan yang memuaskan dan melampaui harapan pengguna, kemungkinan besar pengguna akan tetap setia dan bahkan cenderung menggunakan kembali produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga. Oleh karena itu, pemberian pelayanan berkualitas menjadi strategi yang efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar lembaga, terutama di tengah persaingan global yang ketat (Arifin & Nasution, 2017).

Penilaian kualitas pelayanan harus dilihat dari perspektif pengguna, bukan hanya lembaga (Santoso, 2019). Oleh karena itu, lembaga harus fokus pada kepentingan pengguna dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, serta berkomitmen mempertahankan kualitas. Dengan mengadaptasi strategi sesuai harapan pengguna, lembaga dapat memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi standar yang diharapkan, sehingga menciptakan hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan (Mutiara et al., 2021).

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan layanan dapat tercermin dalam keberadaan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU). Lembaga Sertifikasi Badan Usaha adalah sebuah lembaga atau organisasi yang bertanggung jawab untuk melakukan proses sertifikasi terhadap badan usaha atau perusahaan (Kementerian PUPR, 2021). Proses sertifikasi ini bertujuan untuk memverifikasi bahwa badan usaha tersebut memenuhi standar tertentu yang ditetapkan dalam bidang tertentu, seperti manajemen mutu, lingkungan, keselamatan, keamanan, atau bidang lainnya.

Lembaga sertifikasi badan usaha biasanya memiliki kriteria dan prosedur yang ketat untuk memastikan bahwa perusahaan yang disertifikasi telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Sertifikasi ini dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya bahwa badan usaha tersebut telah mencapai standar tertentu dalam operasinya.

Berdasarkan data akumulasi status permohonan LSBU menunjukkan bahwa terdapat 16 lembaga yang berada dibawah naungan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Lembaga dengan tiga peringkat tertinggi permohonan sertifikasi terdapat pada lembaga Aspeknas Konstruksi Mandiri (109011), Gamana Krida Bhakti (53971) dan Gapeknas Infrastruktur (40323). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga lembaga ini memiliki minat yang tinggi untuk memperoleh sertifikasi sebagai bukti bahwa mereka memenuhi standar yang ditetapkan dalam industri konstruksi dan infrastruktur.

Permohonan sertifikasi ini dapat menjadi langkah yang penting bagi lembaga-lembaga tersebut untuk meningkatkan reputasi mereka di pasar, menunjukkan komitmen mereka terhadap kualitas dan keamanan dalam proyek-proyek konstruksi dan infrastruktur, serta memperluas peluang kerjasama dengan pihak-pihak terkait dalam industri tersebut. Salah satu lembaga yaitu Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) yaitu Gamana Krida Bhakti (GKB) menunjukkan penolakan yang cukup tinggi yaitu sebesar 1433 (Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2024).

Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa penolakan berbagai bisnis usaha tersebut dalam mengajukan sertifikasi disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk laporan keuangan yang belum diaudit oleh akuntan publik dan belum di barcode oleh Kementerian Keuangan, kurangnya pengalaman kerja yang sesuai dengan bidang yang diambil, kekurangan tenaga ahli yang relevan atau tidak memiliki tenaga ahli tambahan sesuai dengan persyaratan, serta ketidakmampuan untuk memenuhi standar sistem manajemen mutu (ISO).

Analisis Kualitas Pelayanan dan Reputasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti

Sertifikasi ini tidak hanya mencerminkan komitmen LSBU GKB terhadap standar dan kualitas layanan yang tinggi, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan pengguna layanan. Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) memiliki peran yang sangat penting dalam menyediakan layanan sertifikasi untuk Badan Usaha (BU) dalam bidang PB-UMKU (Perizinan Berusaha – Untuk Menunjang Kegiatan Usaha) dalam bentuk SBU (Sertifikasi Badan Usaha) pada pengguna (PT. Gamana Krida Bhakti, 2023). Sertifikasi ini memiliki dampak signifikan terhadap legitimasi dan kepercayaan dari pihak terkait terhadap kualitas dan keamanan produk atau layanan yang ditawarkan oleh Badan Usaha.

LSBU Gamana Krida Bhakti dibentuk oleh BPP GAPENSI berdasarkan Akta Notaris No. 1 Tahun 2021, dengan pengesahan Pendirian Badan Hukum PT. Gamana Krida Bhakti Nomor AHU-0001433.AH.01.01. TAHUN. 2021 (Kementerian Hukum dan Ham, 2021). Fokus utama lembaga ini adalah pada kegiatan layanan sertifikasi pekerjaan konstruksi, yang bertujuan untuk mendukung pemerintah dalam beberapa aspek penting. Pertama, LSBU Gamana Krida Bhakti berkomitmen untuk meningkatkan kemampuan dan kapasitas usaha jasa konstruksi nasional.

Selain itu, lembaga ini berperan aktif dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif dan mendorong persaingan usaha yang sehat. Lalu, LSBU Gamana Krida Bhakti juga bertujuan agar terselenggaranya jasa konstruksi sesuai dengan standar kemampuan dan kapasitas badan usaha yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan ini, LSBU Gamana Krida Bhakti telah membentuk dan dilengkapi dengan sarana-prasarana fisik dan digital yang memadai, skema sertifikasi yang relevan, dan personil yang kompeten dalam melaksanakan seluruh proses sertifikasi (PT. Gamana Krida Bhakti, 2023). Dengan demikian, lembaga ini berperan sebagai mitra strategis dalam memajukan sektor konstruksi, memastikan bahwa Badan Usaha yang bersertifikat dapat beroperasi dengan standar tertinggi dan memenuhi persyaratan yang berlaku.

Ini mencakup ketersediaan sarana-prasarana fisik dan digital, skema sertifikasi yang relevan, dan personil yang kompeten. Keberhasilan dalam memperoleh sertifikasi tersebut mencerminkan upaya LSBU GKB dalam memberikan layanan yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna layanan (PT. Gamana Krida Bhakti, 2023). Sertifikasi Badan Usaha juga dapat dianggap sebagai bentuk pengakuan eksternal terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh LSBU GKB. Hal ini dapat memberikan keyakinan kepada Badan Usaha yang bersertifikat dan calon pengguna layanan bahwa mereka dapat mengandalkan LSBU GKB untuk proses sertifikasi yang andal dan berkualitas tinggi (Nawarini et al., 2020).

Selain itu, sertifikasi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap integritas dan kompetensi LSBU GKB sebagai lembaga sertifikasi. Pengguna layanan cenderung merasa lebih puas ketika mereka tahu bahwa proses sertifikasi dijalankan oleh lembaga yang memiliki sertifikasi dan akreditasi yang relevan. Secara keseluruhan, Sertifikasi Badan Usaha di LSBU GKB bukan hanya menjadi indikator kualitas layanan, tetapi juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna layanan dengan memberikan keyakinan, kepercayaan, dan pengakuan terhadap kompetensi serta

kredibilitas LSBU GKB dalam menyelenggarakan proses sertifikasi (Hasibuan & Nasution, 2022).

Kualitas layanan merujuk pada sejauh mana suatu organisasi atau lembaga dapat memenuhi atau melebihi harapan dan kebutuhan pengguna dalam penyediaan layanan. Ini melibatkan serangkaian atribut atau karakteristik yang membentuk pengalaman pengguna dan menciptakan persepsi tentang seberapa baik suatu layanan diberikan (Kurniasih & Wismaningtyas, 2020). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama keberhasilan sebuah lembaga, karena dengan kualitas pelayanan baik dapat memberi nilai lebih terhadap para konsumen dan juga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara masyarakat dengan lembaga yang bisa saling bekerja sama (Herlambang & Komara, 2021).

Dimensi dari kepuasan konsumen dikenal dengan namanya SERVQUAL yakni Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati. Model SERVQUAL ini telah menjadi alat penting dalam mengukur dan meningkatkan kualitas layanan di berbagai sektor industri. Dengan memahami dan memperhatikan setiap dimensi ini, lembaga dapat mengidentifikasi area-area di mana peningkatan diperlukan untuk memenuhi atau melebihi harapan pengguna (Istianah & Yustanti, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Herlambang & Komara (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Sementara itu, hasil lain dari Budiarno (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Faktor lain yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah reputasi. Reputasi memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pengguna. Ketika sebuah lembaga dikenal dengan reputasi yang baik, hal ini dapat memberikan dampak positif pada pengalaman pengguna serta meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Reputasi yang baik menciptakan kepercayaan dan keyakinan pengguna terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh lembaga. Pengguna cenderung merasa lebih nyaman dan yakin saat berinteraksi dengan lembaga yang memiliki reputasi yang solid (Christoper, 2024).

Reputasi yang baik juga mencerminkan kualitas, integritas, dan komitmen terhadap kepuasan pengguna. Ketika pengguna merasakan bahwa memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan kebutuhan dan harapan mereka, hal ini dapat menciptakan hubungan yang kuat dan positif antara dan pengguna. Pengguna cenderung percaya bahwa dengan reputasi yang baik cenderung memberikan produk atau layanan yang handal, inovatif, dan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Oleh karena itu, reputasi yang baik dapat menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Nawawi (2022) menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Sementara itu, hasil lain dari Nisa (2024) menunjukkan bahwa reputasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Tantangan yang dihadapi oleh LSBU GKB dalam menyelenggarakan proses sertifikasi yang efektif dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari ketersediaan sumber daya yang memadai hingga kemampuan untuk mengikuti perkembangan regulasi terbaru

dalam industri terkait (Kurniasih & Wismaningtyas, 2020). Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam terkait kualitas pelayanan dan reputasi yang diberikan oleh LSBU GKB, dan dampaknya terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha. Dengan melalui pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna, LSBU GKB dapat mengidentifikasi area-area perbaikan dalam proses layanan mereka. Analisis ini dapat memberikan pandangan yang berharga untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan transparansi, dan memastikan bahwa Badan Usaha yang bersertifikat merasakan nilai tambah yang signifikan dari proses sertifikasi yang dijalankan oleh LSBU GKB.

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui: menganalisis besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB). Untuk menganalisisnya besarnya pengaruh reputasi terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB). Untuk menganalisisnya besarnya pengaruh secara bersama-sama kualitas layanan dan reputasi terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Penelitian yang menganalisis kualitas layanan dan reputasi terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) memiliki berbagai kegunaan penting. Beberapa kegunaan dari penelitian ini meliputi: Penelitian ini dapat mengidentifikasi masalah dan kelemahan dalam penyediaan layanan sertifikasi. Hasil penelitian dapat digunakan oleh LSBU GKB untuk melakukan perbaikan yang dibutuhkan dalam proses sertifikasi dan pelayanan, sehingga meningkatkan kualitas layanan dan reputasi secara keseluruhan.

Berdasarkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, LSBU GKB dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk memastikan bahwa pengguna layanan merasa lebih puas dengan proses sertifikasi. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan menjadikan mereka lebih loyal terhadap layanan yang diberikan oleh LSBU GKB. Hasil penelitian yang mengindikasikan komitmen LSBU GKB untuk meningkatkan kualitas layanan dan reputasi dapat membantu mengembangkan lembaga. Reputasi yang baik dan kepercayaan pengguna dapat berdampak positif pada pertumbuhan bisnis dan kredibilitas lembaga. Penelitian dapat menjadi referensi penting bagi penelitian yang akan datang terutama berkaitan dengan pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian ini bertujuan agar nilai penolakan LSBU dapat berkurang dan ketidaktepatan dalam verifikasi dapat dicegah. Dengan menganalisis kualitas pelayanan dan reputasi lembaga, diharapkan dapat diidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, sehingga proses sertifikasi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Pengurangan nilai penolakan akan mengurangi hambatan bagi pengguna dalam memperoleh sertifikasi, sementara pencegahan ketidaktepatan dalam verifikasi akan memastikan bahwa setiap tahapan proses dilakukan dengan akurat dan sesuai dengan

standar yang ditetapkan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi.

Metode Penelitian

Studi jenis ini memakai teknik kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial, menurut Amruddin (2022) adalah teknik studi yang berdasarkan pada filosofi post-positivisme, dan dipakai guna melakukan studi terhadap populasi dan sampel tertentu. Data yang digunakan merupakan data primer pada pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB). Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber asli atau pertama kali, tanpa melalui perantara atau interpretasi lain. Data ini diperoleh melalui penelitian atau pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti atau orang yang mengumpulkan data.

Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas ini menentukan valid atau tidaknya sebuah kuesioner yang digunakan sebagai pengukur suatu konseptual. Bisa dinyatakan valid jika setiap item dapat mengungkap fakta sesuatu secara akurat, konsisten, serta stabil. Validnya indikator kuesioner apabila bisa mencapai tujuan pengukuran tepat di variabel independen Dalam penelitian ini indikator dapat dikatakan valid jika memiliki nilai sig. > 0,60 dan rhitung lebih tinggi dibanding rtabel. Hasil uji validitas yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

No. Item	R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Y1	0.896**	0.1966	0.000	Valid
Y2	0.933**	0.1966	0.000	Valid
Y3	0.831**	0.1966	0.000	Valid
Y4	0.903**	0.1966	0.000	Valid
Y5	0.942**	0.1966	0.000	Valid
Y6	0.764**	0.1966	0.000	Valid
Y7	0.932**	0.1966	0.000	Valid
Y8	0.939**	0.1966	0.000	Valid
Y9	0.934**	0.1966	0.000	Valid
Y10	0.915**	0.1966	0.000	Valid
X1.1	0.332**	0.1966	0.000	Valid
X1.2	0.541**	0.1966	0.000	Valid
X1.3	0.634**	0.1966	0.000	Valid
X1.4	0.533**	0.1966	0.000	Valid
X1.5	0.737**	0.1966	0.000	Valid
X1.6	0.508**	0.1966	0.000	Valid
X1.7	0.670**	0.1966	0.000	Valid
X1.8	0.830**	0.1966	0.000	Valid
X1.9	0.892**	0.1966	0.000	Valid
X1.10	0.787**	0.1966	0.000	Valid
X2.1	0.707**	0.1966	0.000	Valid
X2.2	0.746**	0.1966	0.000	Valid
X2.3	0.756**	0.1966	0.000	Valid
X2.4	0.665**	0.1966	0.000	Valid

Analisis Kualitas Pelayanan dan Reputasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan
Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti

No. Item	R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X2.5	0.915**	0.1966	0.000	Valid
X2.6	0.617**	0.1966	0.000	Valid
X2.7	0.786**	0.1966	0.000	Valid
X2.8	0.804**	0.1966	0.000	Valid
X2.9	0.879**	0.1966	0.000	Valid
X2.10	0.881**	0.1966	0.000	Valid

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 1 uji validitas menunjukkan secara keseluruhan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai R hitung $> R$ tabel (0,1966) sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel kepuasan pengguna, kualitas pelayanan dan reputasi lembaga dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada tingkat kestabilan atau konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu, serta sejauh mana instrumen tersebut dapat dianggap dapat diandalkan. Perihal ini dinyarak konstruk dengan reliabilitas baik bila nilai Cronbach Alpha ≥ 0.60 (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas yakni sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepuasan Pengguna (Y)	0.974	10
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.865	10
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.927	10

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 2 uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha variabel kepuasan pengguna (0,974), kualitas pelayanan (0,865) dan reputasi lembaga (0,927) memiliki nilai Cronbach's alpha ≥ 0.60 sehingga kuesioner atau item pertanyaan dianggap telah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah populasi data menyebar normal atau sebaliknya. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan yaitu uji Kolmogorow Smirnov. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari nilai α yaitu 0,05 maka data berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas (Damanik, 2024). Hasil perhitungan uji normalitas Kolmogorov Smirnov sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	0.0000000	0.0000000
	4.88878863	1.66325295
Most Extreme Differences	0.079	0.059
	0.048	0.054
	-0.079	-0.059

Test Statistic	0.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.122

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 3 normalitas, hasil yang didapatkan dari nilai asymp. Sig yaitu sebesar 0,122 yang nilainya lebih dari 0.05, artinya data pada penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi, maka data tersebut memiliki masalah multikolinearitas. Sebuah model regresi yang baik ditunjukkan dengan tidak terjadinya korelasi antara variabel independen secara kuat. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) di mana nilai VIF harus di bawah nilai 10 atau nilai Tolerance lebih dari 0.01 sehingga dapat disimpulkan dengan tegas bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas (Ghozali, 2018). Hasil perhitungan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.796	1.256
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.796	1.256

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan hasil dari tabel 4 uji multikolinearitas pada tabel, dapat dilihat pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan dan reputasi lembaga < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini memakai uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai α yaitu 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Purnomo, 2016). Hasil perhitungan uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
(Constant)	0.017
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.056
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.245

Sumber: Data diolah (2024).

Analisis Kualitas Pelayanan dan Reputasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti

Berdasarkan tabel 6 diatas dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan reputasi lembaga mempunyai nilai sig > 0,05. Sehingga menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

$H_0 = \beta_0 = 0$: tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

$H_a = \beta_0 \neq 0$: terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Uji t

Tabel 6. Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	B	t	Sig	H0	Hasil
(Constant)	17.152	3.581			
Kualitas Pelayanan (X_1)	0.623	5.674	0.000	Ditolak	Terbukti

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien beta 0.623 yang menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Kualitas Pelayanan (X_1)	0.247	0.240

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan pada tabel 7 diperoleh angka R^2 (Adjusted R Square) sebesar 0.240 atau 24% pada variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) sebesar 24%. Sedangkan sisanya sebesar 76% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Persamaan Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil analisis dalam pengujian hipotesis ini diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_2 X_1$$

$$\hat{Y} = 17,152 + 0,623 X_1$$

$$\hat{Y} = 17,775$$

Persamaan regresi linear tersebut menjelaskan bahwa apabila terjadi kenaikan satu-satuan dari kualitas pelayanan pada karyawan perusahaan maka kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) akan mengalami peningkatan sebesar 17,775 dengan asumsi variabel reputasi lembaga konstan.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

$H_0 = \beta_0 = 0$: tidak terdapat pengaruh reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

$H_a = \beta_0 \neq 0$: terdapat pengaruh reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Uji t

Tabel 8. Uji t Pengaruh Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	B	t	Sig	H0	Hasil
(Constant)	24.391	6.410			
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.464	5.248	0.000	Ditolak	Terbukti

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien beta 0.424 yang menunjukkan H₀ ditolak dan menerima H_a sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi lembaga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10 Koefisien Determinasi Pengaruh Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.219	0.211

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan pada tabel 10 diperoleh angka R² (Adjusted R Square) sebesar 0.211 atau 21,1%. % pada variabel reputasi lembaga. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) sebesar 21,1%. Sedangkan sisanya sebesar 78,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Persamaan Regresi Sederhana

Analisis Kualitas Pelayanan dan Reputasi terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti

Berdasarkan hasil analisis dalam pengujian hipotesis ini diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_2 X_1$$

$$\hat{Y} = 24,391 + 0,464 X_2$$

$$\hat{Y} = 24,855$$

Persamaan regresi linear tersebut menjelaskan bahwa apabila terjadi kenaikan satu-satuan dari reputasi lembaga pada karyawan perusahaan maka kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) akan mengalami peningkatan sebesar 24,855 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan konstan.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

$H_0 = \beta_0 = 0$: tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi lembaga secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

$H_a = \beta_0 \neq 0$: terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi lembaga secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Uji F

Tabel 11 Uji Simultan Variabel Kualitas Pelayanan dan Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	F	Sig.
Kualitas Pelayanan (X_1) dan Reputasi Lembaga (X_2)	23.039	0.000

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 11 pada variabel kualitas pelayanan dan reputasi lembaga didapatkan nilai hasil Sig. adalah 0.000, Artinya, semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Variabel kualitas pelayanan dan reputasi lembaga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12 Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Kualitas Pelayanan (X_1) dan Reputasi Lembaga (X_2)	0.322	0.308

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 12 persentase sumbangsih pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di

Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) sebesar 30,8%. Sedangkan sisanya sebesar 69,2% dijelaskan oleh pengaruh lain diluar model.

Uji Persamaan Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis dalam pengujian hipotesis ini diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2$$

$$\hat{Y} = 11.723 + 0.450 X_1 + 0.304 X_2$$

$$\hat{Y} = 12,477$$

Persamaan regresi linear tersebut menjelaskan bahwa bahwa apabila terjadi kenaikan satu-satuan dari kualitas layanan dan reputasi lembaga secara bersama sama pada karyawan perusahaan maka kepuasan pengguna layanan Sertifikasi Badan Usaha di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha (LSBU) Gamana Krida Bhakti (GKB) akan mengalami peningkatan sebesar 12,477 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan konstan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan nilai parameter dari setiap variabel dependen terhadap variabel independen. Berikut adalah hasil uji statistik t:

Tabel 13 Uji Parsial

Variabel	B	t	Sig	H0	Hasil
Pengaruh Kualitas Pelayanan (X ₁) Terhadap Kepuasan (Y)					
(Constant)	17.152	3.581			
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.623	5.674	0.000	Ditolak	Terbukti
Pengaruh Reputasi Lembaga (X ₂) Terhadap Kepuasan (Y)					
(Constant)	24.391	6.410			
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.464	5.248	0.000	Ditolak	Terbukti
Pengaruh Kualitas Pelayanan (X ₁) dan Reputasi Lembaga (X ₂) Terhadap Kepuasan (Y)					
(Constant)	11.723	2.412	0.018		
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.450	3.832	0.000	Ditolak	Terbukti
Reputasi Lembaga (X ₂)	0.304	3.271	0.001	Ditolak	Terbukti

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel 13 uji T maka dapat diketahui pengaruh dari variabel yakni sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna
 Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai prob sig untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0.000, karena nilai prob sig < 0.05 maka H0 ditolak dan menerima H1 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna.
- 2) Pengaruh Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna
 Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai prob sig untuk variabel reputasi lembaga adalah 0.000, karena nilai prob sig < 0.05 maka H0 ditolak dan menerima H2 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna.
- 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai prob sig untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0.000, karena nilai prob sig < 0.05 maka H₀ ditolak dan menerima H₃ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai prob sig untuk variabel reputasi lembaga adalah 0.001, karena nilai prob sig < 0.05 maka H₀ ditolak dan menerima H₃ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji F adalah dengan melihat signifikansi < 0.05 (Ghozali, 2018). Hasil dari uji F yakni sebagai berikut:

Tabel 14 Uji F

Variabel	F	Sig.
Kualitas Pelayanan (X ₁)	31.189	0.000
Reputasi Lembaga (X ₂)	27.545	0.000
Kualitas Pelayanan (X ₁) dan Reputasi Lembaga (X ₂)	23.039	0.000

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan pada tabel 14 sehingga diketahui hasil penelitian yakni sebagai berikut:

- 1) Variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai hasil Sig. adalah 0.000, Artinya, semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna.
- 2) Variabel reputasi lembaga didapatkan nilai hasil Sig. adalah 0.000, Artinya, semua variabel independen yaitu reputasi lembaga yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna. Variabel reputasi lembaga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna.
- 3) Variabel kualitas pelayanan dan reputasi lembaga didapatkan nilai hasil Sig. adalah 0.000, Artinya, semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Variabel kualitas pelayanan dan reputasi lembaga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai adjusted R Square dikarenakan variabel independen lebih dari satu.

Tabel 15 Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Kualitas Pelayanan (X_1)	0.247	0.240
Reputasi Lembaga (X_2)	0.219	0.211
Kualitas Pelayanan (X_1) dan Reputasi Lembaga (X_2)	0.322	0.308

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan pada tabel 15 diperoleh angka R² (Adjusted R Square) sebesar 0.240 atau 24% pada variabel kualitas pelayanan dan sebesar 0,211 atau 21,1% pada reputasi lembaga serta sebesar. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna sebesar 24%. Sedangkan sisanya sebesar 76% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Presentase sumbangan pengaruh reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna sebesar 21,1%. Sedangkan sisanya sebesar 78,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Presentase sumbangsih pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna sebesar 30,8%. Sedangkan sisanya sebesar 69,2% dijelaskan oleh pengaruh lain diluar model.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al., (2021), Herlambang & Komara (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil Adjusted r-square kualitas pelayanan sebesar 0.240 yang menunjukkan presentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna sebesar 24%. Sedangkan sisanya sebesar 76% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dalam teori ilmu pemerintahan, kualitas pelayanan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja lembaga publik, termasuk Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Kualitas pelayanan yang tinggi mencerminkan efektivitas, efisiensi, dan responsivitas lembaga dalam memenuhi kebutuhan pengguna (Tamaun et al., 2024). Ketika layanan yang diberikan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi ekspektasi pengguna, maka hal ini berkontribusi langsung pada peningkatan kepuasan pengguna. Dalam konteks ini, kepuasan pengguna merupakan hasil dari persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, yang mencakup aspek seperti kecepatan, kejelasan informasi, keramahan, dan kompetensi petugas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berpengaruh positif tetapi juga signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan reputasi tersebut (Syafiie, 2022).

Kualitas pelayanan memainkan peran krusial dalam mempengaruhi kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Ketika layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna, ini menciptakan

pengalaman positif yang dapat meningkatkan rasa percaya dan loyalitas terhadap lembaga tersebut (Rahayu et al., 2021). Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek seperti kecepatan respons, keakuratan informasi yang diberikan, sikap ramah dan profesional dari staf, serta kemudahan dalam proses sertifikasi. Semua faktor ini berkontribusi pada persepsi positif pengguna terhadap layanan yang mereka terima (Hudaya, 2024).

Kepuasan pengguna sering kali dipengaruhi oleh bagaimana mereka merasa diperlakukan selama proses pelayanan. Di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti, ketika pengguna merasa bahwa mereka dilayani dengan baik, mendapatkan perhatian yang sesuai, dan kebutuhan mereka dipahami serta direspons dengan cepat, mereka cenderung merasa lebih puas. Pelayanan yang responsif dan personalisasi juga dapat meningkatkan persepsi pengguna bahwa lembaga ini memperhatikan detail dan berusaha untuk memberikan layanan terbaik, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan (Indrasari, 2019).

Selain itu, kualitas pelayanan yang tinggi berhubungan erat dengan tingkat kepercayaan pengguna terhadap lembaga. Jika pengguna merasa bahwa layanan yang mereka terima berkualitas tinggi, mereka akan lebih cenderung mempercayai kemampuan lembaga dalam menjalankan tugasnya dengan profesional (Susetyo et al., 2024). Kepercayaan ini penting karena lembaga sertifikasi seperti Gamana Krida Bhakti memiliki tanggung jawab besar dalam memberikan sertifikasi yang kredibel, yang berdampak langsung pada operasional dan reputasi badan usaha yang mereka sertifikasi.

Pengaruh Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawawi (2022) menunjukkan bahwa reputasi lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil Adjusted r-square reputasi lembaga sebesar 0.211 yang menunjukkan presentase sumbangan pengaruh reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna sebesar 21,1%. Sedangkan sisanya sebesar 78,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dalam teori ilmu pemerintahan, reputasi sebuah lembaga atau perusahaan merupakan salah satu aset non-material yang sangat penting, terutama dalam konteks lembaga publik seperti Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti (Zainal, 2019). Reputasi mencerminkan persepsi publik terhadap integritas, kompetensi, dan keandalan lembaga tersebut dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Dalam lembaga yang bertugas memberikan sertifikasi atau layanan publik lainnya, reputasi yang baik dapat menjadi faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna (Purba et al., 2023).

Reputasi yang tinggi pada Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti menunjukkan bahwa lembaga ini diakui sebagai entitas yang kredibel dan profesional dalam menyediakan layanan sertifikasi. Pengakuan ini tidak datang secara instan, melainkan dibangun melalui konsistensi dalam memberikan layanan berkualitas,

transparansi dalam proses, serta akuntabilitas dalam semua aspek operasional (Prasetya, 2023). Teori ilmu pemerintahan menekankan bahwa reputasi yang baik juga merupakan hasil dari tata kelola yang efektif, di mana lembaga mampu mengelola sumber daya dengan baik, memenuhi standar etika, dan mempertahankan hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (Dewi & Suparno, 2022).

Pengaruh reputasi lembaga terhadap kepuasan pengguna dapat dilihat melalui beberapa mekanisme. Pertama, reputasi yang baik menciptakan ekspektasi positif di kalangan pengguna. Ketika ekspektasi ini terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh kualitas layanan yang diberikan, hal ini akan langsung meningkatkan tingkat kepuasan pengguna (Damanik, 2024). Kedua, reputasi yang kuat juga berfungsi sebagai jaminan kualitas, di mana pengguna merasa lebih tenang dan yakin bahwa mereka akan menerima layanan yang sesuai dengan standar tertinggi. Dalam konteks lembaga sertifikasi, ini sangat penting karena pengguna sering kali membutuhkan kepastian bahwa sertifikasi yang mereka terima adalah sah, diakui, dan berharga (Tamaun et al., 2024).

Lebih lanjut, teori ilmu pemerintahan menyatakan bahwa reputasi juga memainkan peran dalam membentuk hubungan jangka panjang antara lembaga dan pengguna. Reputasi yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna secara langsung, tetapi juga meningkatkan loyalitas pengguna, di mana mereka cenderung kembali menggunakan layanan lembaga tersebut di masa depan (Prasetya, 2023). Ini menciptakan siklus positif, di mana kepuasan pengguna yang tinggi memperkuat reputasi lembaga, dan reputasi yang semakin baik ini pada gilirannya terus meningkatkan kepuasan pengguna.

Secara keseluruhan, dalam teori ilmu pemerintahan, reputasi lembaga dan kepuasan pengguna saling terkait erat. Reputasi yang baik adalah hasil dari upaya berkelanjutan lembaga dalam menjaga kualitas layanan dan integritas, sementara kepuasan pengguna adalah ukuran langsung dari efektivitas reputasi tersebut dalam memenuhi atau melampaui harapan pengguna. Di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti, reputasi yang sangat tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna tetapi juga memperkuat posisi lembaga tersebut sebagai entitas yang dapat diandalkan dalam sektor sertifikasi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Lembaga Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan reputasi lembaga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawawi (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan reputasi lembaga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan Adjusted r-square menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi lembaga sebesar 30,8%. Sedangkan sisanya sebesar 69,2% dijelaskan oleh pengaruh lain diluar model.

Dalam teori ilmu pemerintahan, kualitas pelayanan dan reputasi lembaga merupakan dua komponen fundamental yang saling terkait dan bersama-sama

memengaruhi kepuasan pengguna dalam konteks pelayanan publik, termasuk di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek seperti kecepatan, keandalan, keterbukaan informasi, serta responsivitas terhadap kebutuhan dan keluhan pengguna. Di sisi lain, reputasi lembaga merupakan hasil dari persepsi publik atas konsistensi dan integritas dalam memberikan layanan berkualitas. Ketika kedua aspek ini berjalan dengan baik, dampaknya terhadap kepuasan pengguna bisa sangat signifikan (Prasetya, 2023).

Kualitas pelayanan yang tinggi adalah inti dari kepuasan pengguna dalam teori ilmu pemerintahan. Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti, sebagai entitas yang memberikan layanan penting kepada publik, harus mampu menjaga standar pelayanan yang memenuhi ekspektasi pengguna (Mursyidah & Choiriyah, 2020). Hal ini mencakup kemampuan untuk memberikan sertifikasi secara tepat waktu, memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, serta memastikan bahwa proses sertifikasi berjalan secara transparan dan adil. Ketika kualitas pelayanan ini terjaga, pengguna akan merasa dihargai dan dilayani dengan baik, yang langsung meningkatkan kepuasan mereka (Indrasari, 2019).

Reputasi lembaga dalam teori ilmu pemerintahan tidak hanya mencerminkan kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga menambah dimensi kepercayaan dan keyakinan pada lembaga tersebut. Reputasi yang baik memberikan sinyal kepada pengguna bahwa lembaga tersebut adalah entitas yang dapat diandalkan dan memiliki kredibilitas tinggi (Mustafa, 2016). Di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti, reputasi yang baik mungkin telah terbentuk melalui konsistensi dalam memberikan layanan berkualitas, integritas dalam setiap proses sertifikasi, dan keberhasilan lembaga dalam mempertahankan standar yang diakui oleh para pemangku kepentingan. Reputasi ini membuat pengguna lebih yakin bahwa mereka akan menerima layanan yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka (Sedarmayanti, 2012).

Ketika kualitas pelayanan dan reputasi lembaga bekerja secara sinergis, pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna menjadi lebih kuat dan signifikan. Pengguna yang merasakan layanan berkualitas dari lembaga dengan reputasi baik akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, dibandingkan jika hanya salah satu dari kedua faktor tersebut yang ada (Ma'rufah, 2023). Dalam konteks Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti, jika lembaga ini mampu mempertahankan reputasi yang baik sambil terus meningkatkan kualitas pelayanan, hasilnya adalah kepuasan pengguna yang tinggi, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap lembaga tersebut (Umatin et al., 2024).

Secara keseluruhan, dalam perspektif teori ilmu pemerintahan, kualitas pelayanan dan reputasi lembaga publik seperti Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Keduanya berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengguna, di mana kualitas pelayanan memastikan bahwa kebutuhan dan harapan pengguna terpenuhi, sementara reputasi memperkuat keyakinan bahwa layanan tersebut dapat diandalkan dan memiliki nilai. Oleh karena itu, fokus pada peningkatan kedua aspek ini akan sangat efektif dalam

meningkatkan kepuasan pengguna dan membangun kepercayaan yang berkelanjutan terhadap lembaga tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dipembahasan sehingga kesimpulan pada penelitian ini yakni Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 24% terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Reputasi lembaga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 21,1% terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti. Kualitas pelayanan dan reputasi Lembaga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 30,8% terhadap kepuasan pengguna di Lembaga Sertifikasi Badan Usaha Gamana Krida Bhakti.

BIBLIOGRAFI

- Arifin, S. B., & Nasution, A. A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak badan di KPP Pratama Medan Belawan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 3(2).
- Astriyanti, N. L. D., Giantari, I. G. A. K., Rastini, N. M., & Wardana, I. M. (2023). *Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan Non Bank: Lembaga Perkreditan Desa*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Christoper, Y. (2024). Pengaruh Laman Resmi Kementerian Terhadap Reputasi: Studi Asosiatif Program Siinas Pada Kementerian Perindustrian. *Brand Communication: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 125–137.
- Damanik, M. A. (2024). Pengaruh Brand Reputation Terhadap Brand Trust, Yang Di Moderasi Oleh Sosial Media (Studi Kasus Pada Pengguna Skintific Di Malang). *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(8), 41–50.
- Hasibuan, A. Y., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Upt. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(1), 325–336.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56–64.
- Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 36–44.
- Kurniasih, Y., & Wismaningtyas, T. A. (2020). Smart City Kota Magelang: Perubahan Manajemen Pemerintahan Daerah dalam Penerapan Electronic Governance. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 8(2), 356–367.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi*

- Syariah*), 4(1), 411–427.
- Nawarini, A. T., Widyastuti, E., & Sulistyandari, S. (2020). Pengaruh identitas visual, reputasi akademik dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa unsoed. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 27(2), 76–84.
- Nawawi, I., & Permadi, A. (2022). Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang. *RISK: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2), 25–38.
- Pandipa, A. K. H. S. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Unit Mapane. *Jurnal Ilmiah Administratie*, 11(1), 43–50.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Sholikhah, L. S. (2017). Pengaruh Brand Image Customer Satisfaction dan Sertifikasi Halal terhadap Customer Loyalty Pada Retail Makanan Halal di Kota Malang. *Studi Pada Pelanggan Hoka-Hoka Bento*). *Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- Suherni, E. S., Qurtubi, A., & Fauzi, A. (2023). Analisis Kebijakan Pendidikan, Sertifikasi Guru dan Dosen (Undang-Undang Nomor. 14 Tahun 2005). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 4897–4903.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.

Copyright holder:

Firman Kislew Tanjung (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

