

Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Pada Lapas Kelas IIB Bondowoso)

The Effect Of Service Quality And Innovation On Visitor Satisfaction With Trust As Intervening (Study at Class IIB Bondowoso Penitentiary)

Sarwito*¹, Abadi Sanosra², Mohammad Thamrin³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

e-mail: *sarwito.lapaso@gmail.com, ²abadisanosra@unmuhjember.ac.id,
³muhdthamrin@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara langsung maupun tidak langsung pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan pengunjung melalui kepercayaan pengunjung sebagai Variabel intervening pada Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Bondowoso. Jumlah sampel penelitian ini adalah 120 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan WarpPLS 7.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung, inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kepercayaan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara tidak langsung kualitas layanan dan inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung melalui kepercayaan pengunjung

Kata kunci: Kualitas layanan, Inovasi, Kepercayaan dan Kepuasan pengunjung

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine directly or indirectly the effect of service quality and service innovation on visitor satisfaction through visitor trust as an intervening variable for the Regional Secretariat of Bondowoso Regency. The number of samples in this study were 120 respondents. The analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) using WarpPLS 7.0. The results of data analysis show that the service quality variable has a significant effect on visitor trust, service innovation has a significant effect on visitor trust, service quality has a significant effect on visitor satisfaction, service innovation has a significant effect on visitor satisfaction, visitor trust has a significant effect on visitor satisfaction. Indirectly, service quality and service innovation have a significant effect on visitor satisfaction through visitor trust

Keywords: Service quality, service innovation, visitor trust and visitor satisfaction

PENDAHULUAN

Pelayanan public (*public service*) merupakan pelayanan yang diberikan negara kepada masyarakat. Pelayanan publik ini diperlukan bagi masyarakat untuk mendapatkan hak-hak yang diberikan negara kepada masyarakat. Menurut Bambang Istianto, pelayanan publik harus mengedepankan prinsip kesederhanaan untuk : (Istianto & Bambang , 2018) tidak ada di daftar pustaka Makin sedikitnya simpul, meja atau petugas dalam prosedur birokrasi pelaksanaan pelayanan umum (Yanum), 2) Memudahkan masyarakat dalam mengurus, mendapatkan pelayanan, antara lain dengan cara mengurangi kesempatan terjadinya kontak langsung antara petugas dan masyarakat, dan 3) Memperkecil terjadi pelayanan yang birokratis/prosedur panjang, sehingga akan memperlancar dalam proses serta menciptakan tatalaksana pelayanan yang baik.

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari: (Istianto & Bambang , 2018) (1) Transparansi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti, (2) Akuntabilitas,

yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (3) Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas, (4) Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat. (5) Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain. (6) Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Siagian mengatakan bahwa: Teori klasik ilmu administrasi negara mengajarkan bahwa pemerintahan negara pada hakikatnya menyelenggarakan dua jenis fungsi utama, yaitu fungsi pengaturan dan fungsi pelayanan. Fungsi pengaturan biasanya dikaitkan dengan hakikat negara modern sebagai suatu negara hukum (legal state) sedangkan fungsi pelayanan dikaitkan dengan hakikat negara sebagai suatu negara kesejahteraan / welfare state (Anwar, 2018) tidak ada di daftar Pustaka

Menurut Undang-Undang Nomor: 12 Tahun 1995 (tidak ada di daftar Pustaka) Tentang Pemasaryakatan pasal 1 ayat 3 menyebutkan bahwa Lembaga Pemasaryakatan yang selanjutnya disebut LAPAS adalah tempat untuk melaksanakan pembinaan narapidana dan anak didik pemasaryakatan. Lembaga Pemasaryakatan Kelas IIA Slawi adalah Unit Pelaksana Teknis Pemasaryakatan di bawah Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah. Merupakan salah satu instansi pelayanan publik di bidang pelayanan terhadap Warga Binaan Pemasaryakatan. Secara umum, yang dimaksud kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan (Sutrisno & Mariyono, 2017). tidak ada di daftar Pustaka Jika kualitas pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan/konsumen akan merasa amat puas. Sedangkan (Anwar, 2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah rasa lega atau senang karena harapan tentang sesuatu telah terpenuhi. Pendapat di atas disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sedangkan kepuasan masyarakat adalah pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparaturnya penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya (Kepmen PAN Nomor : 25 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah).

Keberhasilan sebuah organisasi sangat dipengaruhi oleh kinerja para pegawainya. Kinerja merupakan prestasi kerja, yakni perbandingan antara hasil kerja yang secara nyata dengan standar kerja yang ditetapkan (Bahari, 2020) tidak ada di daftar Pustaka. Setiap organisasi berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Berbagai cara dapat ditempuh oleh organisasi dalam meningkatkan kinerja pegawainya diantaranya dengan mewujudkan kepuasan kerja karyawan melalui budaya organisasi dan gaya kepemimpinan yang sesuai dengan harapan karyawan dan masyarakat. Penilaian kinerja amat penting bagi suatu organisasi. Dengan penilaian kinerja tersebut suatu organisasi dapat melihat sejauh mana faktor manusia dapat menunjang tujuan suatu organisasi. Penilaian terhadap prestasi dapat memotivasi pegawai agar terdorong untuk bekerja lebih baik. Oleh karena itu diperlukan penilaian kinerja yang tepat dan konsisten. (Sitorus, 2021) tidak ada di daftar Pustaka

Lembaga Pemasaryakatan adalah tempat untuk melaksanakan pembinaan terhadap warga binaan pemasaryakatan agar dapat berintegrasi secara sehat dan dapat kembali sebagai anggota masyarakat yang bebas dan bertanggung jawab. Selain itu Lembaga Pemasaryakatan juga memiliki tugas khusus lain yaitu melakukan pelayanan kunjungan untuk melayani kebutuhan yang diperlukan pengunjung yaitu membesuk keluarganya yang berada di dalam Lembaga Pemasaryakatan sebagai salah satu bentuk pelayanan publik kepada masyarakat (Aprian., 2020). tidak ada di daftar Pustaka Proses pelayanan kunjungan sebagai bentuk pelayanan publik sudah selayaknya dilakukan dengan baik di setiap lembaga pemasaryakaan. Pelayanan kunjungan merupakan salah satu bentuk pemenuhan hak narapidana yang ada dalam Pasal 14 Undang-undang Nomor 12 tahun 1995 Tentang Pemasaryakatan yaitu warga binaan pemasaryakatan berhak menerima kunjungan keluarga, penasihat hukum, atau orang tertentu lainnya. (Aprian., 2020) tidak ada di daftar Pustaka

Pelayanan yang baik juga bertujuan untuk memenuhi kepuasan dari para pengunjung. Namun dalam kondisi sekarang ini, karena memburuknya wabah virus covid-19 atau dikenal sebagai virus corona yang sudah ditetapkan sebagai pandemi di berbagai negara termasuk Indonesia membuat pemerintah mengambil langkah untuk menerapkan social distancing kepada masyarakat dan menghimbau untuk tetap berdiam diri di rumah dan menghindari tempat-tempat kerumunan sebagai upaya untuk memutus rantai penyebaran virus covid-19. Tentunya hal tersebut berdampak pada sistem pelayanan kunjungan di lembaga pemasyarakatan. Pelayanan kunjungan di lembaga pemasyarakatan khususnya Lembaga Pemasyarakatan Narkotika Kelas IIA Bandung merubah sistem pelayanan kunjungan yang biasanya pelayanan kunjungan tersebut dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung antara pihak pengunjung dengan warga binaan pemasyarakatan dirubah menjadi pelayanan kunjungan online. (Aprian., 2020) tidak ada di daftar Pustaka

Hal tersebut dilakukan untuk menindak lanjuti arahan pemerintah dan upaya pencegahan terhadap penyebaran virus covid-19 di Lembaga Pemasyarakatan Narkotika Kelas IIA Bandung. Pelayanan kunjungan secara online tersebut tentunya dipilih sebagai alternatif terbaik untuk tetap memberikan pelayanan kunjungan kepada masyarakat. Walaupun dalam berjalannya terdapat berbagai macam kendala seperti jaringan, perangkat yang digunakan masyarakat yang kurang memadai, dan keterbatasan pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan sistem layanan kunjungan. (Aprian., 2020) tidak ada di daftar Pustaka

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara. Kepuasan pelanggan/ masyarakat adalah respon emosional terhadap pengalaman – pengalaman berkaitan dengan produk/jasa tertentu yang dibeli (Tjiptono 2012). Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2012). Kepuasan masyarakat adalah kesimpulan dari interaksi sesudah menggunakan jasa atau pelayanan yang telah diberikan kemudian membandingkan kinerja yang telah diberikan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya. Menurut Mowen dan Minor (2012) kepercayaan konsumen mengandung arti bahwa semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya. Menurut Siagian dan Cahyono (2014) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Menurut Gunawan (2013) kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek.

Oleh karena itu kualitas pelayanan mencerminkan tingkat prestasi dan pencapaian sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya serta keberhasilan manajer atau pemimpin organisasi dalam mengelola organisasi. Kinerja (*performance*) menurut Kotler, (2012) adalah kemampuan untuk pencapaian tugas organisasi dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien. Sumber daya yang dimaksudkan meliputi sumber daya manusia, seluruh kekayaan, kapabilitas, proses organisasi, atribut perusahaan, informasi serta pengetahuan yang dikendalikan perusahaan.

Pembahasan inovasi dalam sektor publik dan birokrasi merupakan adanya perubahan tugas utama dan merubah tata cara pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD). Nurmandi, (2014) tidak ada di daftar Pustaka mendefinisikan inovasi organisasi publik sisi bagian dari inovasi manajemen sektor publik yang mengartikan perkembangan bentuk-bentuk kebijakan Standart Operasional Prosedur (SOP) baru oleh instansi pemerintah kota dalam menangani permasalahan Kebijakan publik. Pengertian ini mengamati pertumbuhan wilayah birokrasi pemerintah yang semakin cepat, sehingga harus ditanggapi dengan cepat dalam bentuk berubahnya kebijakan, tugas pokok dan standar operasional prosedur beserta budaya organisasi. Dengan demikian tiga unsur penting inovasi

organisasi publik, khususnya organisasi pemerintah kota adalah kebijakan, fungsi dan tugas baru, SOP dan budaya organisasi seharusnya dilayani. (Nurmandi. 2014). tidak ada di daftar Pustaka

Berdasarkan teori pemasaran diatas yang diasumsikan memiliki pengaruh signifikan, maka berdasarkan hasil peneltian terdahulu terdapat hasil yang bertolak belakang dengan teori yang dikemukakan atau dapat dikatakan sebagai *reseach gap* pada penelitian Ashari (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Inovasi layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Namun Aspiyah, W. (2021) Variable inovasi produk layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Variable inovasi produk layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien-pasien Rumah Sakit Umum Daerah Genteng kabupaten Banyuwangi.

Selain inovasi, faktor lain yang memengaruhi kepercayaan adalah kualitas pelayanan. Seperti temuan Utami dkk (2017) tidak ada di daftar Pustaka mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Namun Mulya, (2014) menyimpulkan bahwa *Contextual Performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Trust* atau tingkat kepercayaan pengguna jasa agen properti di Surabaya

Berdasarkan teori pelayanan diatas dengan hasil penelitian sejenis sebagai referensi dalam penelitian ini, maka objek penelitian yang dipilih ialah pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Identifikasi permasalahan dan isu-isu strategis merupakan tahapan yang krusial pada penyusunan rencana strategis. Pada identifikasi permasalahan dipetakan agar masalah yang menjadi penghambat tingkat kepuasan pengunjung dalam hal ini adalah keluarga warga binaan pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Fenomena dalam peneleitian ini dibuat berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan pada bulan Maret 2022 mengenai tingkat kepuasan pengunjung atas layanan yang diterima. Berikut ini data hasil presurvey

Tabel 1 Hasil Pra Survey Kepuasan Pengunjung

No	Indikator pengukuran	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas
1	Fasilitas ruang tunggu/antrian	42%	21%	37%
2	Fasilitas penitipan barang/makanan	38%	33%	29%
3	Layanan pegawai Lapas	23%	41%	36%
4	Layanan video call	27%	22%	51%
5	Kejelasan informasi	17%	56%	27%

Sumber : Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso

Berdasarkan hasil pra survey menunjukkan bahwa pengunjung masih banyak yang merasa tidak puas dengan item layanan pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Dari 30 responden yang menjadi relawan dalam kegiatan presurvey ini rata-rata masih merasa tidak puas dengan fasilitas ruang tunggu atau system antrian. Karena dari hasil wawancara dengan beberapa responden mengeluhkan ketersediaan tempat duduk yang minim, ditambah lagi dengan pembatasan jarak duduk sehingga banyak pengunjung yang memilih duduk di sekitar trotoar. Pengunjung juga mengeluhkan terbatasnya jenis barang yang dapat ditiptkan untuk keluarga mereka di dalam. Selain hasil pra survey, peneliti juga menambahkan data kunjungan dalam hal ini penitipan barang maupun secara daring dari bulan Januari sampai dengan Maret 2022. Berikut ini data kunjungan pengunjung

Tabel 2 Data Kunjungan pengunjung Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso selama Tahun 2022

No	Jenis Kunjungan/layanan	Bulan		
		Jan	Feb	Mar
1.	Penitipan Barang & Makanan	429	415	429
2.	Layanan Video call	1.264	1.115	1.093
3.	Layanan Asimilasi Intergrasi	65	52	75
4.	Layanan Infomasi	26	32	20
5.	Layanan Pengaduan Masyarakat	15	18	12

Sumber : Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso

Berdasarkan data Kunjungan pengunjung Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso, dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan pengunjung mengalami fluktuatif yang mengindikasikan kurang maksimalnya layanan yang diterima pengunjung. Indikasi tersebut disebabkan oleh terbatasnya akses internet maupun perangkat elektronik yang dimiliki pengunjung. Selain itu layanan pengaduan masyarakat mengeluhkan beberapa barang titipan tidak sampai sesuai dengan titipan keluarga. Hal ini memicu peneliti untuk mengetahui hal apa yang mengakibatkan masyarakat tidak menggunakan beberapa jenis layanan yang telah disediakan dan diharapkan bisa mempermudah masyarakat dalam melakukan komunikasi dengan keluarganya.

Permasalahan pelayanan jasa diatas yang telah dilakukan sebagai bentuk inovasi Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso, maka fenomena yang didapat ialah masih rendahnya kepuasan masyarakat dalam melakukan pelayanan pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengangkat beberapa faktor penting yang merupakan solusi dalam penelitian ini guna untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan yang disediakan oleh Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso ialah sebagai berikut: peningkatan kualitas pelayanan dan inovasi layanan yang berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat serta berdampak pada tingkat kepuasan pengunjung. Maka judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Kepercayaan Sebagai *Intervening* (Studi pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. melalui penelitian verifikatif dapat diketahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, inovasi layanan dan kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan masyarakat pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi "finit" dan populasi "in-finit". Populasi finit adalah suatu populasi yang jumlah anggota populasi secara pasti dapat diketahui, sedang populasi *infinif* adalah suatu populasi yang jumlah anggota populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Dengan demikian populasi in-finit adalah populasi yang population size nya tidak dapat diketahui sebelum penelitian dilaksanakan. Sampel adalah bagian yang dapat mewakili populasi yang memiliki karakteristik yang sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2012). tidak ada di daftar Pustaka Sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Kabupaten Bondowoso, dengan melakukan pengamatan serta penyebaran kuesioner yang dilakukan ± 5 hari berturut-turut dengan waktu ± 1 jam dalam satu kali penelitian. Sekaran (2013) tidak ada di daftar Pustaka memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel, Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Mengacu pada pendapat diatas maka jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 reponden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *judgment sampling*. Menurut (Malhotra, 2017) tidak ada di daftar Pustaka *judgment sampling* adalah teknik penentuan sample yang disertai dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

- a. 1 warga binaan diwakili oleh 1 keluarga terdekat.
- b. Keluarga binaan sudah vaksinasi minimal dosis 2.
- c. Pengunjung yang sudah melakukan kunjungan minimal 2x.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Perhitungan Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

Pada bagian ini menguraikan tiap-tiap jalur pada bagian model dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Tiap-tiap jalur yang diuji menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas layanan (X1) dan inovasi layanan (X2) terhadap kepercayaan pengunjung (Z) dan kepuasan pengunjung (Y) Lapas Kelas II B Bondowoso. Dengan mengetahui signifikan atau tidaknya tiap-tiap

jalur tersebut akan menjawab apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Nilai koefisien jalur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

No.	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Path Coefficient	ρ -value	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	Kepercayaan	0,242	0,024	Signifikan
2.	Inovasi Layanan	Kepercayaan	0,397	0,040	Signifikan
3.	Kualitas Layanan	Kepuasan	0,255	0,001	Signifikan
4.	Inovasi Layanan	Kepuasan	0,314	0,001	Signifikan
5.	Kepercayaan	Kepuasan	0,454	0,001	Signifikan

Sumber : data diolah peneliti (2022)

a. Pengaruh Kualitas layanan (X1) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat untuk pengujian variabel Kualitas layanan (X1) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,242 dengan ρ -value sebesar 0,024. Karena nilai ρ -value lebih kecil dari pada α ($0,024 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Kualitas layanan (X1) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z).

b. Pengaruh Inovasi layanan (X2) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat untuk pengujian variabel Inovasi layanan (X2) terhadap Kualitas layanan (Z) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,454 dengan ρ -value sebesar 0,040. Karena nilai ρ -value lebih kecil dari pada α ($0,040 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Inovasi layanan (X2) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z).

c. Pengaruh Kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat untuk pengujian variabel Kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,255 dengan ρ -value sebesar 0,001. Karena nilai ρ -value lebih kecil dari pada α ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

d. Pengaruh Inovasi layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat untuk pengujian variabel Inovasi layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,314 dengan ρ -value sebesar 0,001. Karena nilai ρ -value lebih kecil dari pada α ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Inovasi layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

e. Pengaruh Kepercayaan pengunjung (Z) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat untuk pengujian variabel Kepercayaan pengunjung (Z) terhadap kepuasan pengunjung (Y) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,454 dengan ρ -value sebesar 0,001. Karena nilai ρ -value lebih kecil dari pada α ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan kepuasan pengunjung (Z) terhadap kepercayaan pengunjung (Y).

Pengaruh Jalur Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan dengan melihat hasil pengujian jalur yang dilalui, jika semua jalur yang dilalui signifikan maka pengaruh tidak langsungnya juga signifikan, dan jika terdapat jalur yang non signifikan maka pengaruh tidak langsungnya dikatakan non signifikan. Koefisien jalur pengaruh tidak langsung disajikan pada tabel 4

Tabel 4. Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Path Coefficient	ρ -value	Keterangan
Kualitas Layanan	Kepuasan	0,109	0,001	Signifikan
Inovasi Layanan	Kepuasan	0,180	0,002	Signifikan

Sumber : data diolah peneliti (2022)

Pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan (X1) terhadap variabel kepercayaan pengunjung (Y) melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung (Z) sebesar 0,109 yang nilainya lebih kecil

dibandingkan dengan pengaruh langsung variabel kompetensi (X1) terhadap variabel kepercayaan pengunjung (Y) yaitu sebesar 0,255.

Pengaruh tidak langsung dari variabel inovasi layanan (X2) terhadap kepercayaan pengunjung (Y) melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung (Z) sebesar 0,180 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung variabel inovasi layanan (X2) terhadap variabel kepercayaan pengunjung (Y) yaitu sebesar 0,314. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan (X1) dan inovasi layanan (X2) mempengaruhi kepuasan pengunjung (Y) melalui kepercayaan pengunjung (Z) dengan nilai lebih kecil dari pada pengaruh langsungnya.

Perhitungan Koefisien Jalur Pengaruh Total

Perhitungan *total effect* atau total pengaruh adalah menjumlah nilai pengaruh langsung dan tidak langsung. Koefisien jalur pengaruh total disajikan pada tabel 5

Tabel 5 Total Effects

No.	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Direct	Indirect	Total Effect
1.	Kualitas Layanan	Kepercayaan	0,242	-	0,242
2.	Inovasi Layanan	Kepercayaan	0,397	-	0,397
3.	Kualitas Layanan	Kepuasan	0,255	0,109	0,364
4.	Inovasi Layanan	Kepuasan	0,314	0,180	0,494
5.	Kepercayaan	Kepuasan	0,454	-	0,454

Sumber : data diolah peneliti (2022)

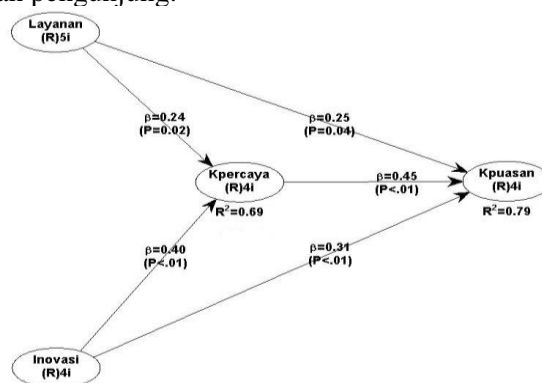
Berdasarkan hasil perhitungan koefisien jalur, tampak bahwa:

- a. Total pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap kepercayaan pengunjung (Y) adalah sebesar 0,364 dengan rincian pengaruh langsung sebesar 0,255 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,109.
- b. Total pengaruh inovasi layanan (X2) terhadap kepercayaan pengunjung (Y) adalah sebesar 0,494 dengan rincian pengaruh langsung sebesar 0,314 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,180.

Dari perhitungan diatas, variabel independent yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap variabel kepercayaan pengunjung (Z) adalah variabel inovasi layanan (X2) yaitu sebesar 0,397. Sedangkan variabel independent yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) adalah kepercayaan pengunjung (Z) yaitu sebesar 0,454. Dan variabel independent yang mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung (Z) adalah variabel inovasi layanan (X2) yaitu sebesar 0,180.

Model Hipotesis

Pengujian hipotesis didasarkan pada hasil analisis model SEM PLS yang mengandung seluruh variabel pendukung uji hipotesis. Model PLS dengan penambahan variabel kualitas layanan sebagai variabel mediasi menerangkan bahwa penambahan variabel akan memberikan kontribusi tambahan sebagai penjelas kepercayaan pengunjung.



Gambar 1 Hasil Analisis Jalur

Koefisien Determinasi

Hasil pengujian model struktural (*inner model*) dapat dilihat pada *R-square* (R^2) pada setiap konstruk endogen, nilai koefisien jalur, nilai *t* dan nilai *p* tiap hubungan path antar konstruk. Nilai koefisien jalur dan nilai *t* pada setiap jalur akan dijelaskan dalam sub bahasan hasil pengujian hipotesis. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi dalam variabel endogen yang dijelaskan oleh sejumlah variabel yang mempengaruhi (Hartono dan Abdillah, 2009).

Hasil dari analisis pengaruh kompetensi dan inovasi layanan terhadap kepercayaan pengunjung, menunjukkan nilai koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,691, dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas (kualitas layanan dan inovasi layanan) mempunyai kontribusi sebesar 69,1% terhadap variabel terikat (kepercayaan pengunjung), dan sisanya sebesar 30,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Hasil dari analisis pengaruh kompetensi, pelatihan dan kualitas layanan terhadap kepercayaan pengunjung, menunjukkan nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,794, dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas (kualitas layanan, inovasi layanan dan kepercayaan pengunjung) mempunyai kontribusi sebesar 79,4% terhadap variabel terikat (kepercayaan pengunjung), dan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian variabel Kualitas layanan (X1) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,242 dengan *p-value* sebesar 0,024. Karena nilai *p-value* lebih kecil dari pada α ($0,024 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Kualitas layanan (X1) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso terbukti kebenarannya atau H_1 diterima.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas oleh Tjiptono & Chandra (2012), "Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan". Menurut Tjiptono & Chandra (2012), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2012), kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan sehingga mampu menunjukkan perasaan percaya kepada pihak pemberi layanan.

Hasil penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Christiani. (2013), Elrado, H. (2014), Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015), Rusbandi (2016), Utami, dkk (2017), Ashari, A. (2019). Handayani, L., & Suryani, N. (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian Mulya, (2014) menyimpulkan bahwa *Contextual Performance* atau layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Trust* atau tingkat kepercayaan pengguna jasa agen properti di Surabaya.

Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian variabel Inovasi layanan (X2) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,397 dengan *p-value* sebesar 0,001. Karena nilai *p-value* lebih kecil dari pada α ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Inovasi layanan (X2) terhadap Kepercayaan pengunjung (Z). Hal ini berarti bahwa inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso terbukti kebenarannya atau H_2 diterima.

Inovasi organisasi bisa didefinisikan sebagai cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa (Sutarno, 2012). Inovasi memiliki pengertian yang tidak hanya sebatas membangun dan memperbarui namun juga dapat didefinisikan secara luas, memanfaatkan ide-ide baru menciptakan produk, proses, dan layanan (Susanto, 2010). Hampir sama dengan inovasi organisasi menurut Sutarno (2012) yang didefinisikan sebagai cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa. Inovasi organisasi mendorong individu untuk berpikir secara mandiri dan kreatif dalam menerapkan pengetahuan pribadi untuk tantangan organisasi. Semua organisasi bisa berinovasi termasuk untuk organisasi perusahaan, rumah sakit, universitas, dan organisasi pemerintahan. Pentingnya nilai, pengetahuan dan pembelajaran dalam inovasi organisasi sangat penting.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunasti, A. tidak ada di daftar Pustaka (2014), Rusbandi (2016), Al Hasin, M. B. A. (2017), Ashari, A. (2019) menyatakan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan Ashari (2019). Inovasi layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,255 dengan *p-value* sebesar 0,040. Karena nilai *p-value* lebih kecil dari pada α ($0,040 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso terbukti kebenarannya atau H_3 diterima.

Menurut Parasuraman (2012), tidak ada di daftar Pustaka terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten sehingga pelanggan/konsumen merasa puas dengan produk/jasa yang diterimanya.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Elrado, H. (2014), Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015) tidak ada di daftar Pustaka, widyananda (2017) tidak ada di daftar Pustaka, Ashari, A. (2019). Rahman, S. (2019) tidak ada di daftar Pustaka menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Namun Aspiyah, W. (2021) menyatakan bahwa variable inovasi produk layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Banyuwangi.

Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian variabel Inovasi layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,314 dengan *p-value* sebesar 0,001. Karena nilai *p-value* lebih kecil dari pada α ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Inovasi layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini berarti bahwa inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso, terbukti kebenarannya atau H_4 diterima.

Menurut Hamel, inovasi dimaknai sebagai peralihan dari prinsip-prinsip, proses, dan praktik-praktik manajemen tradisional atau pergeseran dari bentuk organisasi yang lama dan memberi pengaruh yang signifikan terhadap cara sebuah manajemen yang dijalankan. (Ancok, 2012) Sedangkan Fontana (2012) menjelaskan inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi

output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersiapkan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang/jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen.

Berdasarkan penjelasan tersebut inovasi identik tidak hanya pada pembaharuan dalam aspek teknologi atau peralatan yang baru saja, namun juga dalam lingkup yang lebih luas seperti produk, proses, dan bentuk layanan yang menunjukkan adanya suatu perubahan dalam praktik penyelenggaraan suatu organisasi. Pembahasan inovasi dalam sektor publik dan birokrasi merupakan adanya perubahan tugas utama dan merubah tata cara pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD). Cohen dan Eimicke mendefinisikan inovasi organisasi publik sisi bagian dari inovasi manajemen sektor publik yang mengartikan perkembangan bentuk-bentuk kebijakan Standart Operational Prosedur (SOP) baru oleh instansi pemerintah kota dalam menangani permasalahan Kebijakan publik (Nurmandi, 2014.).

Penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Sukarmen, dkk. (2013), Al Hasin, M. B. A. (2017), Rukmana, P. H. (2019), Ashari, A. (2019). Rahman, S. (2019), Miati, I. (2019) menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Kepercayaan Pengunjung Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengujian variabel Kepercayaan pengunjung (Z) terhadap kepuasan pengunjung (Y) diperoleh nilai *Path coefficient* sebesar 0,454 dengan *p-value* sebesar 0,001. Karena nilai *p-value* lebih kecil dari pada α ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak dengan demikian ada pengaruh signifikan Kepercayaan pengunjung (Z) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini berarti bahwa kepercayaan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso terbukti kebenarannya atau H_5 diterima.

Menurut Mowen dan Minor (2012) kepercayaan konsumen mengandung arti bahwa semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya. Menurut Siagian dan Cahyono (2014) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Kepuasan pelanggan/masyarakat adalah respon emosional terhadap pengalaman – pengalaman berkaitan dengan produk/jasa tertentu yang dibeli (Tjiptono 2012).

Adapun dalam penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R. B. (2014), Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015), Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan hipotesis keenam, Pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan (X1) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung (Z) sebesar 0,109 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung variabel kualitas layanan (X1) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) yaitu sebesar 0,255.

Berdasarkan hasil jawaban secara keseluruhan pada variable kualitas layanan sebagian besar menyatakan respon setuju pada kualitas layanan Lapas Kelas II B Bondowoso. Hal ini menunjukkan bahawa semua item pertanyaan mengenai kualitas pelayanan pada Lapas Kelas II Bondowoso mampu menciptakan rasa percaya dan puas oleh pengunjung dalam hal ini adalah keluarga warga binaan. Sehingga diperlukan kesadaran oleh semua pegawai untuk terus mempertahankan dan meningkatkan layanan yang ada, agar pengunjung memberikan respon setuju bahkan sangat pada setiap item pertanyaan.

Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan hipotesis ketujuh, Pengaruh tidak langsung dari variabel pelatihan (X2) terhadap kepercayaan pengunjung (Y) melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung (Z) sebesar 0,180 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung variabel pelatihan (X2) terhadap

variabel kepercayaan pengunjung (Y) yaitu sebesar 0,314. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan (X1) dan inovasi layanan (X2) mempengaruhi kepuasan pengunjung (Y) melalui kepercayaan pengunjung (Z) dengan nilai lebih kecil dari pada pengaruh langsungnya.

Berdasarkan hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel inovasi layanan Lapas Kelas II B Bondowoso sebagian besar menyatakan respon setuju pada keempat indikator variabel inovasi layanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi layanan yang ada mampu membuat pengunjung merasa terbantu dan akhirnya merasa puas dengan layanan yang ada. Inovasi yang ada juga dibarengi dengan kemampuan pegawai dalam membantu pengunjung untuk mendapatkan layanan yang ada, sehingga tidak membuat pengunjung bingung.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan dalam Bab IV, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian membuktikan kualitas layanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso.
2. Hasil pengujian membuktikan inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso.
3. Hasil pengujian membuktikan kualitas layanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso.
4. Hasil pengujian membuktikan inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan kepuasan Lapas Kelas II B Bondowoso.
5. Hasil pengujian membuktikan kepercayaan pengunjung, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso.
6. Hasil pengujian membuktikan terdapat pengaruh pengaruh tidak langsung dari jenjang pendidikan terhadap variabel kepuasan pengunjung melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsungnya

Hasil pengujian membuktikan pengaruh tidak langsung dari variabel inovasi layanan terhadap kepuasan pengunjung melalui variabel *intervening* kepercayaan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta
- Al Hasin, M. B. A. (2017). Pengaruh Inovasi Melalui Media Online Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Al Qohirie, Mohammad Irfan. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik terhadap Kepercayaan Masyarakat Melalui Kepuasan Masyarakat pada Pengadilan Negeri Medan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ancok, D. (2012). Psikologi kepemimpinan dan inovasi. Jakarta: Erlangga.
- Andromeda, Kevin. 2015. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)"
- Ardiyanto, Roesdian Bayu. (2014). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Aribowo, Dwi Putra Jati dan Mahendra Adhi Nugroho. 2013. "Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Dengan Menggunakan E-Commerce". *Jurnal Nominal. FE-UNY Volume 2. Nomor 1. halaman 11-35*
- Ashari, Abdul Majid. (2019). Analisis Inovasi, Kualitas Layanan Administrasi Kependudukan Melalui Kepuasan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Masyarakat (Studi Kasus pada Kantor Kelurahan Sumpersari Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).

- Aspiyah, Wardatul. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Kabupaten Bondowoso (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Assauri, S., 2015. Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Buchari Alma, (2012), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Kesembelian, Alfabeth, Bandung
- Christiani, C. C. C. (2013). Pengaruh Kinerja Aparat Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kecamatan Gemuh Kabupaten Kendal. *Serat Acitya*, 1(2), 17.
- De Vries, H., Bekkers, V., & Tummers, L. (2016). Innovation in the public sector: A systematic review and future research agenda. *Public administration*, 94(1), 146-166.
- Ella, T., Agus, S., & Untrung, K. (2012). Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (study kasus pada konsumen fesh shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 19(2). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2012, Hal. 126 – 141 Vol. 19, No. 2 ISSN: 1412-3126
- Elrado, Molden H. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas (Survei Pada Pelanggan Yang Menginap Di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Fayumi, Ah, and Endang Tjahjaningsih. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Klien Asuransi Prudential Pru Vision Kabupaten Pati). In Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2015. Stikubank University.
- Firdayanti, Restika. 2012. “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion”. *Journal of Social and Industrial Psychology*. FP-UNNES. halaman 1-7.
- Fontana, Avanti.2012. *Innovate We Can!*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera
- Ghozali, Imam. 2012. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gong, Taeshik, and Youjae Yi. (2018). The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. *Psychology dan Marketing*, 35(6), 427-442.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara. Ikatan Akuntan Indoneisa
- Handayani, L., & Suryani, N. (2019). Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 743-757.
- Hardiansyah. 2012. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hayat, 2017. *Manajemen Pelayanan Publik*. PT Raja Grafindo Persada, Depok.
- Hidayati, Tetra. (2014). Kualitas Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Serta Kepercayaan Masyarakat pada Kepolisian Sektor (Polsek) Bengalon. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 5(1), 45-62.
- Huang, Ping-Lung, Bruce CY Lee, and Ching-Chin Chen. (2019). The influence of service quality on customer satisfaction and loyalty in B2B technology service industry. *Total Quality Management dan Business Excellence*, 30(13-14), 1449-1465.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat. Bahasa Edisi Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasinem, Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Limakrisna, Nandan dan Wilhelmus Hary Susilo. (2012) *Manajemen Pemasaran Teori dan. Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat

- Maharani, A.D. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang.
- Mahmudi 2015, Manajemen Kinerja Sektor Publik Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP. STIM YKPN.
- Manap, Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta.
- Maradita, Fendi & Andi Rusni. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Perumda Air Minum Batulanteh Cabang Sumbawa. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 3(2).
- Moenardy, Khalid K., S. Z. Arifin, and Srikandi Kumadji. (2016). The effect of service quality and relationship marketing to customer value, customer satisfaction, switching cost, and customer retention: a case study on the customers of bank NTT at East Nusa Tenggara Province. International journal of management and administrative sciences, 3(4), 48-63.
- Moenir. 2015, Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mowen, John C. Michael Minor. 2012. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J.C., dan Minor, M. 2010. Consumer Behavior, Prentice Hall, Inc.
- Mulya, A. C. (2014). Analisa Persepsi Pelanggan Terhadap Kinerja Agen Properti dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan di Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran, 2(1), 1-8.
- Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurmandi Achmad. Menejemen Pelayanan Public. Yogyakarta: PT Sinergi Visi.
- Pasolong, Harbani. 2010. Teori Administrasi Publik, Alfabeta, Bandung.
- Peraturan Pemerintah No 96 tahun 2012 tentang Pelayanan publik
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 96 Tahun 2012 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- Putra, Dhion. Gama. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso Kota Blitar). Jurnal Administrasi Publik, 3(12), 2118-2122
- Qomariah, Nurul. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur). Jurnal aplikasi manajemen, 10(1), 177-187.
- Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 5(2), 300-312.
- Rahman, Siskawati. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (persero) area manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(1).
- Rahmayanty, Nina. 2010. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rezha, Fahmi. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) Di Kota Depok). Jurnal Administrasi Publik, 1(5), 981-990
- Rusbandi (2016) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Survey pada One Art Production di Bandung", pembimbing Dr. Rahma Wahdinawaty, SE., M.Si.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Siagian, H., dan Cahyono, E., (2014), "Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty. Pelanggan Online Shop", Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8
- Sinambela 2014. Refolusi pelayanan publik. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sugiyama, Gima. (2012). Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Bandung: Guardaya.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta.
- Supranto, J. 2012. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta

- Surat Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik
- Susanto, (2014). *Manajemen Strategik komprehensif*, Jakarta Erlangga
- Suseno, Gito, and Muchsin Muthohar. (2018). The effect of service Quality to customer satisfaction and loyalty in Sharia Bank. In 15th International Symposium on Management (INSYMA 2018). Atlantis Press.
- Sutarno. (2012). *Serba Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tanjung, M. S. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Instansi Terhadap Kepuasan Masyarakat Dengan Kepercayaan Masyarakat Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Kantor Nagari Iii Koto Aur Malintang Kecamatan Iv Koto Aur Malintang Kabupaten Padang Pariaman (No. vsrtw). Center for Open Science.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi. Offset, Yogyakarta
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik