

## How Service Quality And Communication Interpersonal Affect Customer Satisfaction Making E-Ktp Sukamulya Tangerang

Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas  
Universitas Esa Unggul

Email : [ari.anggarani@esaunggul.ac.id](mailto:ari.anggarani@esaunggul.ac.id)  
Ummanah

Universitas Esa Unggul  
Email: [ummanah@esaunggul.ac.id](mailto:ummanah@esaunggul.ac.id)

Dwi Wahyuningsih  
Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Email : [dwi.wahyuningsih@esaunggul.ac.id](mailto:dwi.wahyuningsih@esaunggul.ac.id)

### Abstract

*This study aims to analyze the direct and indirect effect of Service Quality through Interpersonal Communication on Customer Satisfaction in the manufacture of E-KTP in the Sukamulya sub-district, Tangerang. This study involved 240 respondents, analysis of the data using Path Analysis with SEM LISREL data analysis of the customer satisfaction variable as an endogenous variable, interpersonal communication as an intervening variable, service quality variable as an exogenous variable. Sources of data in this study use primary data and secondary data. The study results indicate that the service quality variable directly has a significant effect on customer satisfaction. Interpersonal communication directly has a significant effect on customer satisfaction. Service quality directly has a significant effect on interpersonal communication. Service quality indirectly has a significant effect on customer satisfaction through interpersonal communication. This research implies that Sukamulya Village, Tangerang, in general, needs efforts to maintain and improve customer satisfaction. Through interpersonal communication, efforts to increase customer satisfaction can be made with service quality. Efforts to improve service quality in Sukamulya, Tangerang will strengthen customer satisfaction. Improved interpersonal communication of Sukamulya Sub-district Tangerang employees will be effective in strengthening customer satisfaction if the information provided to the community is appropriate and acceptable*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Service Quality, Customer Satisfaction, E-KTP*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung *Service Quality* melalui *Communication Interpersonal* terhadap *Customer Satisfaction* pada pembuatan E-KTP di kelurahan sukamulya tangerang. Penelitian ini melibatkan 240 responden, analisis terhadap data menggunakan Path Analysis dengan analisis data *SEM LISREL* terhadap variable customer satisfaction sebagai variable endogen, communication interpersonal sebagai variable intervening, variabel service quality sebagai variable eksogen. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *service quality* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Commonuciation interpersonal* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Service quality* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *communication interpersonal*. *Service quality* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *communication interpersonal*. Implikasi dari hasil penelitian ini, Kelurahan sukamulya Tangerang secara umum perlu upaya memelihara dan meningkatkan *customer satisfaction*. Upaya meningkatkan *customer satisfaction* dapat dilakukan dengan *service quality* melalui *communication interpersonal*. Upaya peningkatan *service quality* di kelurahan sukamulya tangerang akan efektif memperkuat *customer satisfaction*. Peningkatan *communication interpersonal* karyawan kelurahan sukamulya Tangerang akan efektif memperkuat *customer satisfaction* jika informasi yang diberikan kepada masyarakat sesuai dan dapat diterima.

**Kata kunci:** *Interpersonal Communication, Service Quality, Customer Satisfaction, E-KTP*

## 1. Pendahuluan

Organisasi merupakan suatu wadah atau tempat berkumpulnya sekelompok orang untuk bekerja secara rasional dan sistematis, terkendali dan dipimpin untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Jika pemerintah merupakan organisasi dalam pelayanan publik, maka organisasi birokrasi pemerintahan merupakan organisasi terdepan yang berhubungan dengan pelayanan publik. Pelayanan masyarakat menuntut setiap unsur didalam Lembaga tersebut untuk memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Argumen dasar dari penelitian ini adalah bahwa untuk dapat menilai kualitas pelayanan publik, diperlukan suatu pemahaman yang bisa membantu memahami bagaimana seharusnya Lembaga pelayanan publik ini bekerja sehingga bisa menghasilkan output yang berkualitas. Output yang berkualitas disini mencakup output yang bagus dan sesuai dengan tingkat kepuasan masyarakat. Berdasarkan proyeksi [jumlah penduduk](#) Indonesia 2015-2045 penduduk di Pulau Jawa pada 2019 mencapai 150,4 juta jiwa.

Jumlah tersebut setara dengan separuh penduduk Indonesia yang mencapai 266,91 juta jiwa. Adapun jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari perempuan, yakni masing-masing 75,23 juta jiwa dan 75,17 juta jiwa. (Statistik, 2019). Perkembangan data penduduk, perekaman KTP elektronik sudah tembus 98,22 persen menurut Dirjen Dukcapil Kemendagri. Dengan kata lain, 189,2 juta di antara 192,6 juta penduduk yang wajib memiliki e-KTP sudah melakukan perekaman. Penduduk yang belum merekam e-KTP berjumlah 3,42 juta jiwa atau 1,78 persen. Progres perekaman e-KTP terus naik dalam tiga bulan terakhir. Terbitnya Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 19 Tahun 2018 diharapkan menjadi solusi persoalan lambannya pembuatan KTP elektronik (e-KTP).

Namun demikian hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menambahkan variable *communication interpersonal* sebagai variable mediasi, dengan populasi dan objek yang berbeda. Penelitian Anisa (2018) dan Benedica (2019) memfokuskan pengaruh langsung *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *communication interpersonal* terhadap *customer satisfaction*, belum ditemukan penelitian yang membahas pengaruh *service quality* melalui *communication interpersonal* terhadap *customer satisfaction*.

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* melalui *communication interpersonal*. Pentingnya penelitian ini tidak terlepas dari banyaknya fenomena kendala dan permasalahan lainnya, seperti ditemukan warga yang NIK dari KTP lamanya hilang sehingga tidak bisa membuat e-KTP. Diakuinya, hilangnya NIK ini karena dihapus Kemendagri sebab masyarakat tidak pernah *update* administrasi kependudukan selama lima tahun (Ramadhan, 2016). Aspek lain yang penting diperhatikan dalam meraih kepuasan adalah *service quality* dan unsur – unsur lainnya yang mampu menciptakan komunikasi interpersonal.

## 2. Literature Review

### 2.1 Customer Satisfaction

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Wood, (2009) di buku Layanan Pelanggan, kepuasan konsumen merupakan “*customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has meet their needs and expectation*“. Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Menurut Sedarmayanti (2010) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan masyarakat adalah pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya (Kepmen PAN nomor 25 tahun 2004). Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk mencapai loyalitas konsumen, karena itu apabila tetap ingin bertahan atau bahkan memenangkan persaingan,

perusahaan harus berorientasi pada pemenuhan dan keinginan konsumen (Tyas & Andreas, 2016). Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Rezha et al., 2013).

Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat menentukan bagi keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan (*good governance*). Oleh karena itu, pemerintah harus dapat menyediakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi dapat menciptakan kesetiaan masyarakat, sebab bila tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan menyebabkan ketidakpuasan masyarakat, yang akhirnya masyarakat akan sinis kepada pemerintah (Dahmiri & Suzana, 2016).

## 2.2 *Interpersonal Communication*

Menurut Williams J. Seller dalam Hidayatullah (2018) komunikasi adalah suatu proses dengan mana simbol verbal dan non verbal dikirimkan, diterima dan diberi arti. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya (Budi, 2010). Shannon dan Weaver dikutip oleh Cangara dalam Hutomo (2017) menyatakan bahwa komunikasi adalah sebuah bentuk interaksi yang dilakukan oleh manusia yang mempengaruhi satu sama lain baik disengaja maupun tidak sengaja. Maksudnya adalah manusia yang saling mempengaruhi dengan sengaja atau tidak sengaja yang mendadak untuk membentuk sebuah interaksi.

Komunikasi interpersonal adalah suatu proses sosial dimana didalamnya mengandung unsur keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan, kesamaan, keyakinan, kesiapan yang kemudian timbul kepercayaan, sikap mendukung, dan mendorong timbulnya sikap saling memahami dan menghargai (Weningtyas & Suseno, 2012). Menurut Deddy dalam Benedica (2019) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Maka dengan adanya komunikasi interpersonal akan memungkinkan petugas layanan untuk memahami keinginan penerima layanan terkait pelayanan yang diberikan.

Komunikasi tidak hanya sekedar memberi dan menerima. Namun lebih dari itu, kita harus melakukannya bersama-sama. Suatu proses dua arah. Kita tidak bicara kepada kawan bicara kita, namun kita bicara dengan mereka. Oleh karenanya, tidak akan ada komunikasi yang sama. Karena pengalaman komunikasi kita dengan mereka akan berbeda setiap saat (Hardiyansyah, 2015).

## 2.3 *Service Quality*

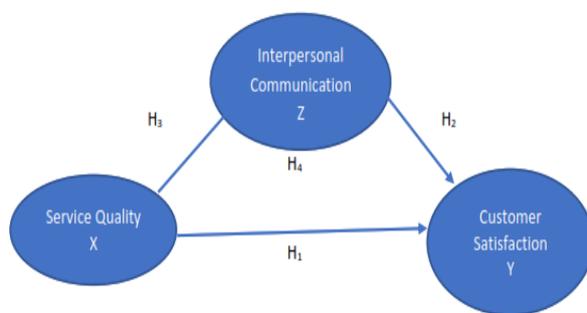
Zeithaml dalam Dahmiri & Suzana (2016) memberikan pengertian tentang kualitas pelayanan, yakni Kualitas pelayanan merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan adalah performansi karyawan dalam menyajikan produk atau jasa sesuai dengan standar dan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut yang dipengaruhi oleh perilaku karyawan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Weningtyas & Suseno, 2012)

Adapun Garvin dan Davis dalam Nurvadilla (2016) memberikan definisi mengenai kualitas, yaitu kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Moenir dalam Hasniah et al. (2016) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat (Tyas & Andreas, 2016).

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Anisa, 2018).

Model yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :  
Gambar 1. Model Penelitian



Sumber : data diolah, 2021

Adapun Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan adalah :

- H<sub>1</sub> : Service Quality berpengaruh positif terhadap customer satisfaction secara langsung
- H<sub>2</sub> : Interpersonal Communication berpengaruh positif terhadap customer satisfaction secara langsung
- H<sub>3</sub> : Service Quality berpengaruh positif terhadap interpersonal communication secara langsung
- H<sub>4</sub> : Service Quality melalui interpersonal communication berpengaruh positif terhadap customer satisfaction

### 3. Metodologi Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian, penelitian ini mengkaji hubungan kausal antara variabel service quality, communication interpersonal dan *Customer satisfaction*. Data kuantitatif dikumpulkan dari 240 responden Untuk menguji hubungan antar variabel dan mengukur pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM) LISREL*. Hubungan antar variabel tersebut merupakan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah service quality, variabel endogen dependen adalah *customer satisfaction* dan variabel mediasi endogen adalah communication interpersonal.

Data primer dikuantifikasi menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima penilaian sesuai dengan isi pernyataan. Uji validitas dilakukan dengan menguji *loading factor* pada setiap indikator terhadap variabel. Indikator dinyatakan valid jika *loading factor* mencapai kesepakatan  $LF > 0,7$  dan nilai t- hitung *statistic*  $> 1,96$  dan reliabel bila nilai  $CR > 0,7$  dan  $AVE > 0,5$  (Hair Jr *et al.*, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kelurahan sukamulya Tangerang yang berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel 240

responden. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* melalui quota sampling.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil

#### 4.1.1 Karakteristik Responden

Dari karakteristik responden terdapat beberapa hasil, dilihat dari jenis kelamin responden pria sebesar 58% dan responden wanita memiliki presentase sebesar 42%. Diketahui respode yang diteliti lebih banyak laki – laki. Hal ini disebabkan karena laki – laki sebagai pencari nafkah utama dan kepala didalam keluarga. Responden berdasarkan usia yang paling dominan kategori usia 36 – 50 tahun sebesar 42%. Hal tersebut menunjukkan rentang usia produktif, dan tuntutan kebutuhan masyarakat dimana usia tersebut sangat membutuhkan tanda identitas diri untuk keperluan aktivitas mereka. Responden berdasarkan Pendidikan terakhir memiliki tingkat Pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 120 responden sebesar 50%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah sukamulya Tangerang sangat mementingkan pedidikannya.

#### 4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan analisis convergent validity (CV), dapat dinyatakan bahwa semua indikator valid dengan rentang loading factor  $> 0,7$  dan t-hitung statistic  $> 1,96$ . Hasil uji reliabilitas konstruk composite realibility (CR), Average Varaiance Extracted (AVE) dan Cronbach’s Alpha (CA) yang ditunjukkan pada table 1 menunjukkan bahwa semua item valid dan reliabel.

Tabel 1 Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Variable	Valid Intrument	CR	AVE	CA
SQ	15	0.98	0.75	0.98
CI	15	0.99	0.84	0,99
CS	6	0.97	0.85	0.97

Sumber : data diolah peeliti, 2021

Nilai CR  $> 0,7$ , AVE  $> 0,5$  dan CA  $> 0,7$  menunjukkan bahwa semua instrument reliabel. (Jr et al., 2014) Dapat disimpulkan bahwa semua isntrumen layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Analisis model lengkap dialkukan setelah dipastikan bahwa semua indikator pada setiap variable telah dinyatakan valid dan reliabel. Analisis hasil pengolahan data pada full model *Struktural Equation Modeling* (SEM) dilakukan dengan *Goodness of Fit* dan uji statistic. Tabel 2 di bawah ini merangkum hasil pengujian.

Tabel 2 Indeks Keseluruhan Model dan Tingkat Aksetansinya

Criteria	Fit Index	Recommended Value	Result	Conclusion
Absolute Fit Indices	Chi-Square,	1085.63	2558.74	Goog Fit
	(df=834)			
	RMSEA	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$	0.12	Good Fit
Incremental Fit Indices	GFI	$GFI \geq .,90$	0.64	Marginal
	AGFI	$AGFI \geq 0.90$	0.55	Marginal
	NFI	$NFI \geq 0.90$	0.93	Good Fit
	CFI	$CFI \geq 0.90$	0.94	Good Fit
Parsimony Fit Indices	RFI	$RFI \geq 0.90$	0.92	Good Fit
	AIC	$AIC < saturated = 1332,00 < Independence = 91214,03$	2724,74	Good Fit
	CAIC	$CAIC < saturated = 4316,11 < Independence = 91375,33$	3320,67	Good Fit
	ECVI	$E < saturated = 5,57 < Independence$	11,40	Good Fit

Sumber : data diolah peneliti, 2021

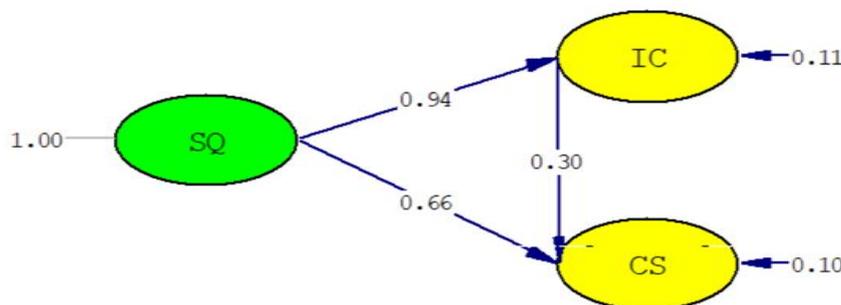
Peneliti tidak diharuskan untuk memenuhi semua kriteria kecocokan. Penggunaan 4-5 kriteria sudah cukup untuk menilai goodness of fit suatu model selama merepresentasikan kriteria absolute fit index, incremental fit index, dan parsimony fit indices (Hair et al., 2014). Dengan demikian, model dapat dinyatakan mencapai kecocokan yang baik.

Hasil analisis model struktural menghasilkan dua persamaan struktural yang menunjukkan adanya pengaruh antar variabel. Persamaan struktural dari model yang diuji adalah sebagai berikut:

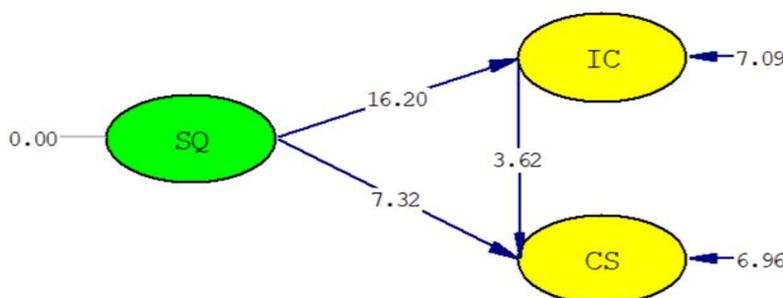
$$\begin{aligned}
 \text{IC} &= 0.94 \cdot \text{SQ}, \text{Errorvar.} = 0.11, R^2 = 0.89 & (1) \\
 &\quad (0.058) \quad (0.016) \\
 &\quad 16.20 \quad 7.09 \\
 \text{CS} &= 0.30 \cdot \text{IC} + 0.66 \cdot \text{SQ}, \text{Errorvar.} = 0.095, R^2 = 0.90 & (2) \\
 &\quad (0.084) \quad (0.090) \quad (0.014) \\
 &\quad 3.62 \quad 7.32 \quad 6.96
 \end{aligned}$$

Dari persamaan struktur (1) diperoleh nilai  $R^2 = 0,89$  yang berarti pembentukan IC oleh SQ adalah 89%, sedangkan sisanya 11% ditentukan oleh variabel lain di luar pengujian dalam penelitian ini. Persamaan struktural kedua diketahui bahwa  $R^2 = 0,90$  yang artinya CS dapat dijelaskan oleh IC dan SQ sebesar 90%. Dengan kata lain, sedangkan sisanya 0,09% dibentuk oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Model struktural lengkap ditunjukkan pada gambar 1 dan 2 di bawah ini:

Gambar 2. Struktural Model Jalur Variabel Laten



Gambar 3. Struktural Model Jalur Variabel Laten (T-Value)



Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Jumlah responden 240, dan jumlah variabel tiga, maka nilai ttabelnya adalah 1,97. Pengujian hipotesis didasarkan pada analisis structural equation modeling (SEM), dimana tingkat signifikansi koefisien jalur diperoleh dari nilai thitung > 1,97 dan koefisien jalur standar > 0,05. Tabel 3 di bawah ini merangkum hasil analisis jalur.

Tabel 3. Pengaruh Langsung, tidak langsung dan pengaruh total

No	Path	Standardized Coefficient	T <sub>count</sub>	Significance	Result
1.	SQ → CS	0.66	7,32	Significant	Accepted
2.	IC → CS	0.30	3.62	Significant	Accepted
3.	SQ → IC	0.94	16,20	Significant	Accepted
4.	SQ → IC → CS	0.942 (0.94*0.30)	3,51	Significant	Accepted

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Tabel 3, hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H<sub>1</sub>) : diterima. Oleh karena itu, Service Quality (SQ) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction (CS).

Hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) : diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Communication Interpersonal (IC) berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction (CS)

Hipotesis 3(H<sub>3</sub>) : diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Service Quality (SQ) berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Interpersonal Communication (IC)

Hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) : diterima. Service Quality (SQ) berpengaruh tidak langsung signifikan dan positif terhadap Customer Satisfaction (CS). melalui Communication Interpersonal (IC).

#### 4.2 Diskusi

Service quality merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk customer satisfaction. (Anisa, 2018) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service quality berpengaruh langsung signifikan terhadap customer satisfaction. Hal ini berarti bahwa jika ingin meningkatkan customer satisfaction maka service quality juga harus ditingkatkan

Untuk memperkuat *service quality* dapat dilakukan dengan cara memperkuat indikator – indikator yang terkait dengan service quality itu sendiri. Berdasarkan analisis koefisien bobot faktor diketahui bahwa jaminan (Assurance), Bukti Langsung (Direct Evidence), Keandalan (Reliability) merupakan tiga indikator yang paling representative dalam menjelaskan variable laten service quality. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan service quality dapat diprioritaskan melalui peningkatan ketiga unsur service quality tersebut.

Bukti Langsung (Direct Evidence) dan Jaminan (Assurance) merupakan prioritas pertama yang perlu dilakukan. Bukti langsung (Direct Evidence) dan Jaminan (Assurance) sangat penting bagi masyarakat karena melalui bukti langsung (direct evidence) dan jaminan (assurance) masyarakat dapat melakukan pembuatan e-ktip dikarenakan datanya akurat dan kemampuan petugas dalam melayani masyarakat serta ketepatan waktu dalam pembuatan e-ktip. Oleh karena itu bukti langsung (direct evidence) dan jaminan (assurance) harus diperkuat dan diterapkan dalam organisasi.

Prioritas ke dua dalam upaya meningkatkan service quality adalah melalui keandalan (reliability). Service quality dalam keandalan (reliability) menempatkan masyarakat sebagai faktor penting pendorong kinerja perusahaan. Dengan ketepatan waktu jam pelayanan kelurahan maka masyarakat tidak terlalu lama menunggu dalam menerima pelayanan terkait pembuatan e-ktip. Oleh karena itu

penguatan service quality pada keandalan (reliability) sangat penting untuk memperkuat organisasi pada pembuatan e-ktp.

Secara empiris pengaruh service quality telah dibuktikan melalui beberapa penelitian terdahulu. Temuan penelitian oleh Weningtyas & Suseno (2012) yang menunjukkan bahwa service quality mempunyai hubungan signifikan dengan customer satisfaction. Kesimpulan dari penelitian ini adalah peningkatan setiap indikator service quality mengarah pada peningkatan customer satisfaction.

Kemudian Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Maka dengan adanya komunikasi interpersonal akan memungkinkan petugas layanan untuk memahami keinginan penerima layanan terkait pelayanan yang diberikan (Benedica, 2019).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Interpersonal Communication* berpengaruh langsung signifikan terhadap Customer Satisfaction. Hal ini berarti bahwa jika ingin meningkatkan Customer satisfaction maka *Interpersonal Communication* juga harus ditingkatkan. Dengan kata lain, untuk meningkatkan Customer Satisfaction dapat dilakukan dengan memperkuat sikap positif (*positiveness*) yang ada di dalam *Interpersonal Communicatin*. Semakin kuat *interpersonal communication* maka customer satisfaction akan semakin meningkat.

Untuk memperkuat *Interpersonal Communication* dapat dilakukan dengan cara memperkuat indikator-indikator yang terkait dengan *interpersonal communication* itu sendiri. Berdasarkan analisis koefisien bobot faktor diketahui bahwa Sikap positif (*positiveness*), Kesetaraan (*Equality*) dan Sikap mendukung (*supporiveness*) merupakan tiga indikator yang paling representatif dalam menjelaskan variabel laten *Interpersonal Communication*. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan *interpersonal communication* dapat diprioritaskan melalui peningkatan ketiga unsur dari *interpersonal communication* tersebut.

Sikap positif (*positiveness*) merupakan prioritas pertama yang perlu dilakukan. Sikap positif (*positiveness*) sangat penting bagi *interpersonal communication* karena melalui sikap positif (*positiveness*) dapat meningkatkan kepuasan masyarakat. Karyawan yang mengucapkan salam diawal berbicara kepada masyarakat dan menggunakan kata – kata yang baik dalam sikap positif (*positiveness*) akan dapat mengarahkan masyarakat pada saat pengajuan pembuatan e-ktp.

Prioritas ke dua dalam upaya meningkatkan *interpersonal communication* adalah melalui peningkatan kepuasan dalam kesetaraan (*Equality*). *Interpersonal Communication* yang mempunyai kesetaraan (*equality*) dengan tidak pilih – pilih pada saat melayani dan tidak memaksakan kehendak kepada masyarakat. Dengan semakin baik interpersonal communication yang dapat diterapkan pada berbagai kondisi, maka semakin tinggi *interpersonal communication* seseorang. Oleh karena itu penguatan *interpersonal communication* yang mempunyai kesetaraan (*reliability*) sangat penting untuk memperkuat *interpersonal communication* pada pembuatan e-ktp di kel. Merak wilayah sukamulya tangerang.

Faktor *Interpersonal communication* yang menjadi prioritas peningkatan berikutnya adalah sikap mendukung (*supportiveness*). Dengan memahami sikap mendukung (*suportiveness*) karyawan akan mengarahkan kinerjanya untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Secara empiris pengaruh *instertpersonal communication* telah dibuktikan melalui beberapa penelitian terdahulu. Temuan penelitian oleh Hardiyansyah (2015) dan Putri (2016) yang menunjukkan bahwa *interpersonal communication* mempunyai hubungan signifikan terhadap customer satisfaction.

Kualitas pelayanan merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi

pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Afif et al. (2017) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa service quality berpengaruh langsung signifikan terhadap *interpersonal communication*. Hal ini berarti bahwa jika ingin meningkatkan *interpersonal communication* maka service quality juga harus ditingkatkan. Dengan kata lain, untuk meningkatkan *interpersonal communication* karyawan dapat dilakukan dengan memperkuat service quality yang ada di dalam organisasi. Semakin baik service quality maka *interpersonal communication* akan semakin meningkat.

Untuk memperkuat *service quality* dapat dilakukan dengan cara memperkuat indikator – indikator yang terkait dengan service quality itu sendiri. Berdasarkan analisis koefisien bobot faktor diketahui bahwa jaminan (Assurance), Bukti Langsung (Direct Evidence), Keandalan (Reliability) merupakan tiga indikator yang paling representative dalam menjelaskan variable laten service quality. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan service quality dapat diprioritaskan melalui peningkatan ketiga unsur service quality tersebut.

Bukti Langsung (Direct Evidence) dan Jaminan (Assurance) merupakan prioritas pertama yang perlu dilakukan. Bukti langsung (Direct Evidence) dan Jaminan (Assurance) sangat penting bagi masyarakat karena melalui bukti langsung (direct evidence) dan jaminan (assurance) masyarakat akan berfikir positif ketika petugas mengucapkan salam diawal berbicara dan menggunakan kata – kata yang baik, serta mengarahkan masyarakat ketika pembuatan e-ktip. Oleh karena itu bukti langsung (direct evidence) dan jaminan (assurance) harus diperkuat dan diterapkan dalam organisasi.

Prioritas ke dua dalam upaya meningkatkan service quality adalah melalui keandalan (reliability). Service quality dalam keandalan (reliability) menempatkan masyarakat sebagai faktor penting pendorong kinerja perusahaan. Dengan ketepatan waktu jam pelayanan kelurahan maka masyarakat tidak terlalu lama menunggu dalam menerima pelayanan terkait pembuatan e-ktip. Oleh karena itu penguatan service quality pada keandalan (reliability) sangat penting untuk melakukan komunikasi dua arah dan melayani tidak pilih - pilih pada pembuatan e-ktip. Secara empiris pengaruh service quality telah dibuktikan melalui beberapa penelitian terdahulu. Temuan penelitian oleh Putri (2016) yang menunjukkan bahwa service quality mempunyai hubungan positif signifikan dengan *interpersonal communication*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah peningkatan setiap indikator service quality mengarah pada peningkatan *interpersonal communication*.

Selain itu Berbagai teori dan pembuktian empirik melalui penelitian telah menunjukkan pengaruh langsung secara positif service quality terhadap customer satisfaction (Weningtyas & Suseno, 2012; Hardiyansyah, 2015; Putri, 2016) dan service quality berpengaruh langsung secara positif terhadap *interpersonal communication* (Putri, 2016).

Berdasarkan logika silogisme maka dapat disimpulkan bahwa service quality berpengaruh tidak langsung signifikan terhadap customer satisfaction melalui *interpersonal communication*. Logika tersebut didukung oleh hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa service quality berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction melalui *interpersonal communication*. Dapat diinterpretasikan bahwa service quality yang baik akan mampu meningkatkan customer satisfaction, dan melalui *interpersonal communication* yang baik, maka pengaruh service quality dalam meningkatkan customer satisfaction akan semakin kuat.

Berdasarkan hasil uji pengaruh tidak langsung, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service quality akan berpengaruh lebih tinggi terhadap customer satisfaction ketika dimediasi oleh *interpersonal communication*. Namun, pengaruh mediasi *interpersonal communication* lebih kecil dalam hubungan antara service quality terhadap interpersonal communication pada pembuatan e-ktip di kel. Merak sukamulya Tangerang.

## 5. Simpulan

*Service Quality* dapat meningkatkan *Customer satisfaction* masyarakat kel. Wil. Sukaraja Tangerang. Hal ini berarti bahwa peningkatan *service quality* akan meningkatkan *customer satisfaction* masyarakat yang lebih tinggi yang dapat dilakukan melalui penerapan factor – factor *service quality* yang lebih kuat di dalam Kel. Wilayah Sukamulya Tangerang dalam pembuatan E-KTP.

*Interpersonal communication* dapat meningkatkan *customer satisfaction* masyarakat Kel. Wilayah sukamulya Tangerang dalam pembuatan e-ktp. Hal ini berarti bahwa peningkatan *interpersonal communication* akan meningkatkan *customer satisfaction* masyarakat. Dengan kata lain, untuk memperoleh *customer satisfaction* yang lebih tinggi makan dapat dilakukan dengan memperkuat factor – factor *interpersonal communication* didalam pembuatan e-ktp wilayah kel. Sukamulya tanggerang.

*Service Quality* dapat meningkatkan *interpersonal communication* masyarakat kel. Wil sukamulya Tangerang dalam pembuatan e-ktp. Dengan kata lain, untuk memperoleh *interpersonal communication* yang baik dapat dilakukan dengan meningkatkan factor – factor *service quality*. *Service quality* dapat meningkatkan *customer satisfaction* melalui *interpersonal communication*. Hal ini berarti bahwa untuk memperoleh *customer satisfaction* dapat dilakukan dengan meningkatkan factor – factor *service quality* melalui penguatan factor – factor *interpersonal communication*. Dengan kata lain *customer satisfaction* akan meningkat jika factor – factor *service quality* diperkuat oleh factor – factor *interpersonal communication*.

Kelurahan hendaknya menerapkan proses *interpersonal communication* didalam organisasi baik secara individual maupun organisasional sehingga *interpersonal communication* dapat ditingkatkan sebagai salah satu upaya mencapai *customer satisfaction*. Upaya meningkatkan *interpersonal communication* hendaknya lebih diprioritaskan pada peningkatan karyawan dalam menginterpretasikan informasi. Organisasi hendakan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengembangkan kemampuan melalui Pendidikan dan pelatihan.

Sebaiknya Kelurahan sukamulya memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyesuaikan dan mengembangkan keterampilan kerja melalui pelatihan – pelatihan atau workshop agar kemampuan yang dimiliki relevan dengan kebutuhan perusahaan untuk mengantisipasi dan memnuhi tuntutan dimasa yang akan datang.

Upaya memperkuat *service quality* hendaknya lebih diprioritaskan pada jaminan (Assurance), Bukti Langsung (Direct Evidence), Keandalan (Reliability) merupakan tiga indikator yang paling representative dalam menjelaskan variable laten *service quality*. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan *service quality* dapat diprioritaskan melalui peningkatan ketiga unsur *service quality* tersebut.

## 6. Daftar Pustaka (Metode APA)

- Afif, N. S., Munandar, J. M., & Sarma, M. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan pada Unit Pelayanan Disdukcapil Kota Bogor Nurullah Sururi Afif Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor ; ( 2 ) Apakah kualitas interaksi berpengaruh Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bogor ; ( 3 ) Ap. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, VIII(1), 1–14.
- Anisa, S. (2018). *Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kantor Desa Hervetia*.
- Benedica, E. (2019). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Department Store Matahari Cabang Rawamangun Jakarta. *JDP*, 12(3), 198–204.
- Budi, R. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Cetakan 1, Vol. 53, Issue 9). Kretakupa Makassar.

- Dahmiri, & Suzana, V. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 5(3), 1689–1699. <https://doi.org/doi.org/10.22437/jmk.v5i3.3605>
- Hair, J. F., C. Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Seventh). Pearson Education Limited.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*.
- Hardiyansyah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik* (Cetakan Pe). Penerbit Gabe Media.
- Hasnih, Gunawan, & Hasmin. (2016). Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *Jurnal Mirai Management*, 1(2).
- Hidayatullah. (2018). *Strategi Komunikasi Kepala Kecamatan Kemuning Dalam Mengatasi Permasalahan E-KTP*.
- Hutomo, J. T. (2017). *Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Maros dalam Penyebarluasan Informasi Pelayanan Penerbitan Dokumen Kependudukan Gratis*.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson New International Edition.
- Menpan, 2004. Pedoman umum penyusunan ikm unit pelayanan instansi pemerintah. Kepmen PAN nomor 25 tahun 2004
- Nurvadilla. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemohon KTP-EL pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Luwu. *Eprints Unm*.
- Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Bank Rakyat Indonesia Cabang Pandan Wangi. *PRIKOBORNEO*, 4(2), 276–285.
- Ramadhan, M. (2016). Ombudsman temukan masalah dalam pelayanan e-KTP di Kota Tangerang. *Merdeka.Com*.
- Rezha, F., Rochmah, S., & Siswidiyanto. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(5).
- Sedarmayanti. (2010). *Good Governance (Pemerintahan Yang Baik) dan Good Corporate Governance (Pengelolaan Perusahaan yang Baik)* (Jilid III). Mandar Maju.
- Statistik, B. P. (2019). *Berapa Jumlah Penduduk di Pulau Jawa*.
- Tyas, W., & Andreas, K. (2016). Pengaruh Service Quality dan Brand Image Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Inul Vizta Karaoke di Jakarta (Studi Kasus Pada Kepuasan Konsumen Inul Vizta Karaoke di Jakarta). *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 79542.
- Weningtyas, E., & Suseno, M. M. (2012). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Psikologika*, 17(1), 17–26.
- Wood, & Ivonne. (2009). *Layanan Pelanggan*. Graha Ilmu.

### Acknowledgement

The research is E-KTP Kelurahan Sukamulya Tangerang. Thanks for Universitas Esa Unggul, Jakarta.

### Copyright Disclaimer

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.