**PENGARUH BUKTI FISIK DAN KECEPATTANGGAPAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPERCAYAAN KONSUMEN UNIT PELAKSANA TEKNIS METROLOGI LEGAL DI KOTA BANDUNG**

# ARTIKEL TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Sidang Tesis Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen** **Pascasarjana Universitas Pasundan**

# Oleh:

# Retnoningsih

**NPM: 208020091**



# PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

# PASCASARJANA UNIVERSITAS

# PASUNDAN BANDUNG

**2023**

**ABSTRAK**

# PENGARUH BUKTI FISIK DAN KECEPATTANGGAPAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPERCAYAAN KONSUMEN UNIT PELAKSANA TEKNIS METROLOGI LEGAL DI KOTA BANDUNG

# Oleh:

# Retnoningsih

**NPM: 208020091**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai “Pengaruh Bukti FisikDan Kecepattanggapan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal Di Kota Bandung”. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran bagi Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal Kota Bandung untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui pengkajian bukti fisik, kecepattanggapan dan kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara menggunakan kuesioner yang disertai observasi lapangan, yang dilaksanakan pada November 2022. Teknik pengambilan sampel didasarkan pada rumus slovin dengan total sampel 100 orang. Analisis data dilakukan menggunakan Analisis Jalur.Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik dan kecepattanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien Determinasi Simultan yang diperoleh sebesar 66,2%. Bukti fisik memberikan pengaruh lebih besar sebesar 42,68% sedangkan kecepattanggapan memberikan pengaruh sebesar 23,44%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh bukti fisik dan kecepattanggapan terhadap kepuasan konsumen sebesar 66,2%, sedangkan sisanya 33,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sementara variabel kepuasan terhadap kepercayaan konsumen sebesar 39,2% dan sisanya 60,8% dipengaruhi variabel lain.

**Kata Kunci:** Bukti Fisik, Kecepattanggapan, Kepuasan, Kepercayaan Konsumen, Unit Metrologi Legal

.

***ABSTRACT***

# *THE EFFECT OF PHYSICAL EVIDENCE AND RESPONSIVENESS ON SATISFACTION AND ITS IMPACT ON CONSUMER TRUST OF THE TECHNICAL IMPLEMENTATION UNIT FOR LEGAL METROLOGY OF BANDUNG CITY*

# By:

# Retnoningsih

**NPM: 208020091**

*This study aims to obtain empirical evidence regarding "The Effect of Physical Evidence and Responsiveness on Satisfaction and Its Impact on Consumer Trust of the Technical Implementation Unit for Legal Metrology of Bandung City". The results of study could be used to the Technical Implementation Unit of Legal Metrology of Bandung City as an effort to increase consumer trust through assessment of physical evidence, responsiveness and customer satisfaction. The research method is descriptive and verification analysis. Data collection was carried out by interview using a questionnaire form with field observations, which were conducted in November 2022. The sampling technique is based on the Slovin Formula with a total sample of 100 people. Data analysis was conducted by Path Analysis. The results showed that the variables of physical evidence and responsiveness had a positive and significant effect on customer satisfaction. The simultaneous coefficient of determination is 66.2%, physical evidence has a greater influence of 42.68% while responsiveness has an effect of 23.44%. This means that the influence of physical evidence and responsiveness on customer satisfaction is 66.2%, while the 33.8% influenced by other variables. The results of satisfaction variables on consumer confidence amounted to 39.2%, while the 60.8% influenced by other variables.*

***Keywords:*** *Physical Evidence, Responsiveness, Satisfaction, Consumer Trust, Unit for Legal Metrology*

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi memberikan dampak pada kehidupan manusia khususnya dalam bidang perdagangan. Melalui sektor perdagangan pemerintah Kota Bandung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menjalankan tugas dan fungsinya untuk melindungi hak-hak konsumen dalam memperoleh kepastian atas barang atau jasa yang didapatkannya dari perdagangan tanpa menimbulkan kerugian bagi konsumen. Tugas dan fungsi untuk melindungi hak-hak konsumen dalam hal kebenaran pengukuran di bidang perdagangan Kota Bandung secara keseluruhan dijalankan oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Metrologi Legal pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian. Dalam pelaksanaan kegiatan pelayanan kemetrologian, UPT Metrologi Legal mempunyai hak untuk memungut retribusi tera/tera ulang alat-alat Ukur Takar Timbang dan Perlengkapannya (UTTP), retribusi tersebut sebagai pembayaran atas pelayanan jasa tera/tera ulang UTTP. Retribusi tera/tera ulang merupakan salah satu dari retribusi daerah, yang berkontribusi pada pendapatan asli daerah Kota Bandung.

Pelayanan metrologi legal di Kota Bandung bukan tanpa masalah, pada Tanggal 19 Oktober 2018, dua SPBU di Kota Bandung disegel oleh Kementerian Perdagangan karena diduga melakukan tindakan kecurangan pada Pompa Ukur Bahan Bakar Minyak (PUBBM). Berikut adalah data tindakan kecurangan PUBBMyang diproses secara hukum yang disajikan pada Tabel 1.1:

**Tabel 1.1**

**Kasus Tindakan Kecurangan Pada Pompa Ukur Bahan Bakar Minyak**

**Yang Diproses Secara Hukum di Kota Bandung**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **SPBU** | **Alamat** | **Penegakan Hukum** | **Keterangan** |
| 1. | 34.402.16 | Jl. Ibrahim Adjie No.92, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat | P-19 | Surat Kejaksaan Tinggi Jawa Barat Nomor B-2862/O.2.4/Eku.1/7/2019 |
| 2. | 34.401.33 | Jl. R.E. Martadinata No.79, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat | *inkracht* | Pidana denda sejumlah Rp.1.000.000,- subsider pidana kurungan selama 1 (satu) bulan sesuai dengan Petikan Putusan Pengadilan Negeri Bale Bandung Kelas IA Nomor 09/Pid.S/2019/PN Bdg |

Sumber: Direktorat Metrologi, Desember 2020

Prasaranpanich (2007:23) menyatakan pada saat konsumen percaya terhadap perusahaan maka konsumen lebih menyukai melakukan pembelian ulang (*repeat order)* dan berbagi informasi”’pribadi kepada perusahaan. Begitu pula sebaliknya, apabila pelanggan tidak lagi melakukan *repeat order* hal tersebut merupakan salah satu indikasi penurunan kepercayaan konsumen atau konsumen tidak percaya lagi pada pelayanan perusahaan. Berikut adalah data jumlah penjualan dan pendapatan retribusi pelayanan tera/tera ulang UTTP Tahun 2017, 2018, 2019 dan 2021.

**Tabel 1.2**

**Jumlah Penjulan Jasa dan Pendapatan Retribusi Pelayanan Tera/Tera Ulang**

**UPT Metrologi Legal Kota Bandung**

**Tahun 2017-2021**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Penjualan Jasa** | **Pendapatan** |
| **Jumlah Konsumen** | **Jumlah Penjualan** | **Naik/****Turun****(%)** | **Jumlah Pendapatan****(Rp)** | **Naik/****Turun****(%)** |
| 1 | 2017 | 2.109 | 2.109 | - | 549.579.650 | - |
| 2 | 2018 | 4.144 | 4.144 | 96,49% | 695.926.414 | 26,63% |
| 3 | 2019 | 4.145 | 4.145 | 0,02% | 626.541.150 | -9,97% |
| 4 | 2021 | 2.395 | 2.395 | -42,22% | 817.546.460 | 30,49% |

Sumber: UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Berdasarkan pada data pendapatan retribusi pelayanan metrologi legal Kota Bandung pada Tahun 2017, 2018, 2019 dan 2021 (Tabel 1.2), diketahui bahwa dalam pelayanan metrologi legal, peningkatan jumlah pendapatan tidak selalu diiringi dengan peningkatan jumlah penjualan jasa dan kenaikan jumlah pendapatan yang tidak diiringi dengan kenaikan jumlah pelanggan, terjadi karena perbedaan besaran tarif retribusi untuk tiap-tiap UTTP, serta jumlah UTTP yang di tera/tera ulang pada 1 (satu) permohonan.

Fandy Tjiptono (2014:5) mengemukakan bahwa penurunan penjualan merupakan salah satu indikasi’terdapat’keputusan pembelian konsumen yang rendah. Perusahaan harus memberikan perhatian terhadap hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian karena hal tersebut akan menentukan target dan strategi pemasarannya. Perubahan gaya hidup, selera serta tata cara konsumen dan tuntutan konsumen terhadap kecepat tanggapan dalam pelayanan jasa, mendorong UML untuk melakukan inovasi baru yang dirasa lebih cepat, tepat, efektif dan efisien untuk merespon setiap keinginan konsumen. Pengelola UML dituntut untuk berinovasi memadukan bentuk kreatifitas dipadukan dengan penggunakan teknologi yang modern sehingga bisa mencukupi harapan konsumen dalam kecepat tanggapan pelayanan metrologi legal. Dilihat dari penurunan jumlah konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung pada Tahun 2021, serta munculnya kompetitor penyedia jasa layanan metrologi legal di wilayah bandung raya, yaitu UML Kota Cimahi, UML Kabupaten Bandung Barat, UML Kabupaten Bandung, dan UML Sumedang yang terus tumbuh dan berkembang dengan berbagai inovasi pelayanan yang ditawarkan untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

**Tabel 1.3**

**Hasil Kinerja dan Evaluasi Pelayanan Metrologi Legal**

**Di Wilayah Bandung Raya Tahun 2022 - 2023**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Unit Metrologi Legal** | **Nilai LKE** | **Keterangan** |
| 1 | UML Kota Cimahi | B+ | Sangat Baik |
| 2 | UML Kota Bandung | B | Baik |
| 3 | UML Kabupaten Bandung Barat | C+ | Cukup |
| 4 | UML Kabupaten Sumedang | C+ | Cukup |
| 5 | UML Kabupaten Bandung | B | Baik |

 Sumber : Tim BKML Direktorat Metrologi

“Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa kinerja pelayanan metrologi legal bedasarkan hasil penilaian Lembar Kinerja dan Evaluasi, yang memiliki kinerja pelayanan terbaik di wilayah Bandung Raya adalah UML Kota Cimahi, sementara UPT Metrologi Legal Kota Bandung ada pada urutan kedua, sehingga saat ini kompetitor terkuat dari UPT Metrologi Legal Kota Bandung adalah UML Kota Cimahi dan UML Kabupaten Bandung.

Berkenaan dengan data-data tersebut di atas, serta untuk menguatkan berbagai hal yang mempengaruhi penurunan jumlah penjualan, penurunan jumlah pelanggan dan disinkronkan dengan data hasil evaluasi pelayanan metrologi legal di Bandung Raya, maka telah dilakukan penelitian pendahuluan yang hasilnya adalah faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai ketidakpuasan paling tinggi adalah kualitas layanan.

Berdasarkan data, informasi, penjelasan dan hasil observasi di atas, maka perlu dilakukan penelitian dengan tentang “Pengaruh Bukti FisikDan Kecepattanggapan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal Di Kota Bandung”.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang penelitian, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai bukti fisik pelayanan UPT Metrologi Legal Kota’Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kecepattanggapan pelayanan UPT Metrologi Legal Kota’Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota’Bandung.
4. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kepercayaan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota’Bandung.
5. Seberapa”besar”pengaruh bukti fisik, kecepattanggapan terhadap kepuasan dan dampaknya pada kepercayaan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung secara’simultan’dan’parsial.
6. Seberapa’besar’pengaruh kepuasan’terhadap kepercayaan konsumen’pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung.

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian adalah’sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen mengenai bukti fisik pelayanan UPT Metrologi Legal Kota Bandung.
2. Tanggapan konsumen mengenai kecepattanggapan pelayanan UPT Metrologi Legal Kota Bandung.
3. Tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung.
4. Tanggapan konsumen terhadap kepercayaan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung.
5. Besarnya pengaruh bukti fisik dan kecepattanggapan terhadap kepuasan dan dampaknya pada kepercayaan”konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung secara simultan dan parsial.
6. Besarnya pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung secara simultan dan parsial.

## **Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap setelah terjawabnya rumusan masalah dan tercapainya tujuan penelitian, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut :

* 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapakan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran terutama bukti fisik, kecepattanggapan, kepuasan dan kepercayaan konsumen.

* 1. Manfaat Praktis
		1. Bagi Penyedia Layanan Metrologi Legal

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak penyedia layanan metrologi legal yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam memberikan informasi dan faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan penyedia layanan, teruama yang berhubungan dengan bukti fisik dan kecepat tanggapan terhadap kepuasan dan dampaknya pada kepercayaan konsumen di UPT Metrologi Legal Kota Bandung.

* + 1. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan peneliti sejenis.

**BAB II**

# KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

# Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini, akan memaparkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan akan dijadikan landasan teoritis dalam melaksanakan penelitian. Berawal dari pengertian secara umum sampai pada pengertian yang fokus terhadap teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Manajemen adalah suatu proses pemanfaatan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien melalui tahapan mengimplementasikan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian yang baik guna tercapainya suatu tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Menurut Amirullah (2016:10) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan tertentu. Kesuksesan suatu perusahaan juga didukung oleh pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen untuk datang pada suatu perusahaan. Pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen akan menghasilkan menambahkan keuntungan perusahaan itu sendiri.

Pemasaran harus dapat membaca dan mengkombinasikan kebutuhan konsumen, sehingga dapat diambil suatu kebijaksanaan perusahaan. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Harman Malau (2017:1) menyatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki pelanggan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Bauran pemasaran merupakan bagian dari konsep pemasaran yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2016:92) mengemukakan bauran pemasaran *(marketing mix)* adalah sebagai perangkat/alat bagi yang terdiri dari atas berbaagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan pentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Sarana fisik menurut Zethaml, Bitner dan Gremler (2014:25) “ *The* *environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service”*.

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik atau perusahaan kepada calon pembeli. Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Fandy Tjiptono (2017:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah memuaskan konsumennya. Pelayanan dan kepuasan merupakan aspek vital dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan pasar. Perusahaan tidaklah mudah untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Pencapaian kepuasan merupakan proses yang dapat terjadi secara sederhana maupun kompleks dan rumit, oleh karena itu kepuasan konsumen bersifat abstrak. Kepuasan konsumen menurut Umar (2017:65) memberikan definisi bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Menurut (Deutsch, 1958; Worchel, 1979) yang dikutip oleh Hasan Afzal, dkk (2010, Vol. 3, No.1) kepercayaan berarti harapan dari orang lain pada tugas tertentu, dengan pemberian skala atas harapan yang bervariasi antara penilaian tertinggi dan terendah. Kepercayaan adalah ketergantungan pada pihak lain pada tingkat risiko yang sudah diketahui, dan kesediaan untuk menerima risiko. Kepercayaan dibangun atas dasar pengalaman masa lalu, dimana kepercayaan selalu didasarkan pada hasil akhir. Hasil akhir yang positif akan meningkatkan kepercayaan, dan hasil akhir yang negatif akan menyebabkan turunnya kepercayaan. Menurut Lau dan Lee (1999) yang dikutip oleh Hasan Afzal, dkk (2010, Vol. 3, No.1), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap merek yaitu karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*).

# Kerangka Pemikiran

**Dimensi Bukti Fisik**

**(komponen-komponen penampilan fisik)**

1. Gedung
2. Kenyamanan ruang pelayanan
3. Peralatan untuk pelayanan
4. Front office
5. Tempat parkir
6. Kebersihan
7. Penampilan karyawan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2017:133)

**Dimensi Kecepattanggapan**

**(komponen-komponen respon/ kesigapan karyawan**)

1. Kesigapan melayani pelanggan.
2. Kecepatan melayani pelanggan.
3. Kecepatan penanganan keluhan pelanggan.
4. Kesigapan membantu pelanggan
5. Ketepatan melayani pelanggan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2017:133)

**Kepercayaan Konsumen**

1. *Benevolence* (kesungguhan/ ketulusan)
2. *Ability* (kemampuan)
3. *Integrity* (Integritas)
4. *Willingness to depend*

Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012: 225)

Keterangan:

Simultan

Parsial

**Gambar 1.1**

**Kerangka Berfikir**

**Kepuasan Konsumen**

1. Kinerja
2. Harapan

Fandy Tjiptono (2017:146)

Sumber : Analisis Peneliti, 2022

# Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran dan paradigma yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh mengenai bukti fisik terhadap kepuasan konsumen.
2. Terdapat pengaruh mengenai kecepattanggapan terhadap kepuasan konsumen.
3. Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap kepercayaan konsumen.
4. Terdapat pengaruh bukti fisik, kecepattanggapan terhadap kepuasan konsumen.
5. Terdapat pengaruh bukti fisik dan kecepattanggapan terhadap kepercayaan konsumen.

# BAB III

# METODE PENELITIAN

# Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodedeskritif dan verifikatif. Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Tipe investigasi dalam penelitian ini adalah kausalitas yakni menguji hubungan sebab akibat antar variabel bebas *(independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Unit analisis dalam penelitian ini adalah para konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung.

# Unit Observasi dan Lokasi Penelitian

Unit observasi dalam penelitian ini adalah para konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung. Sedangkan lokus penelitian adalah UPT Metrologi Legal yang berada di Kota Bandung.

# Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya. Opersionalisasi variabel digunakan untuk mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk variabel yang diteliti.

# Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung. Sampel penelitian berdasarkan hasil penghitungan dengan rumus slovin adalah 100 konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung.

# Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Observation*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan pembagian kuesioner kepada konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung.

1. Penelitian kepustakaan (Study Literature)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Studi kepustakaan akan mendapatkan data sekunder yang berasal dari literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan. Data sekunder yang diperoleh antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek, serta berbagai sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

# Hasil Penelitian

# Gambaran Umum UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Pendirian UPT Metrologi Legal pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung berdasarkan pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2016 dan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 1395 Tahun 2016. Pada bulan Mei 2017, UPT Metrologi Legal Kota Bandung telah mampu untuk melakukan pelayanan kemetrologian secara mandiri dan telah memiliki Surat Keterangan Kemampuan Pelayanan Tera/Tera Ulang (SKKPTTU) yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan yang sebelumnya telah dilakukan proses penilaian kemampuan pelayanan tera/tera ulang oleh tim penilai dari Direktorat Metrologi.

# Struktur Organisasi

UPT Metrologi Legal Kota Bandung dipimpin oleh Kepala UPT, yang dalam melakukan tugasnya dibantu oleh Kepala Subbagian Tata Usaha dan Kelompok Jabatan Fungsional. Kepala Subbag TU membantu dalam urusan administrasi tata usaha, dan Kelompok Jabatan Fungsional yang terdiri dari Penera dan Pengawas Kemetrologian membantu dalam hal teknis pelayanan kemetrologian.

# Aktivitas Perusahaan

UPT Metrologi Legal pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas Perdagangan dan Perindustrian lingkup peneraan dan pelayanan tera ulang kemetrologian, dalam memberikan pelayanan UPT Metrologi Legal diberikan hak khusus untuk memungut biaya pelayanan tera/tera ulang sesuai peraturan yang berlaku, sehingga konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan pelayana dan fasilitas pelayanan yang terbaik sesuai harapan konsumen. Pelayanan dan fasilitas layanan tersebut meliputi bukti fisik yang berupa penyediaan gedung kantor, ruang pelayanan, peralatan pelayanan, front office, tempat parkir, kebersihan, penampilan karyawan, dan kecepattanggapan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

# Karakteristik Responden UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Hasil penelitian mengenai karakteristik konsumen UPT Metrologi Legal Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden UPT Metrologi Legal Kota Bandung
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Mayoritas responden adalah perempuan yakni sebanyak 55 orang atau 55% sedangkan untuk responden laki-laki adalah sebanyak 45 orang atau 45%. Data tersebut menunjukkan bahwa Konsumen pada Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung lebih banyak berjenis kelamin perempuan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden yang berusia 20 tahun sampai dengan 25 tahun yakni sebanyak 32 orang atau 32%, Konsumen yang berusia 26 tahun sampai dengan 35 tahun yakni sebanyak 34 orang atau 34%, Konsumen yang berusia 36 tahun sampai dengan 45 tahun yakni sebanyak 20 orang atau 20%, Konsumen yang berusia diatas 46 tahun yakni sebanyak 14 orang atau 14%. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas Konsumen pada Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung berusia 26 sampai 35 tahun.

# Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian, diperoleh hasil sebagai berikut:

# Uji Validitas

# Nilai r hitung pada masing-masing item pertanyaan variabel Bukti Fisik, Kecepattanggapan, Kepuasan dan Kepercayaan yang diukur diatas nilai kritis 0,1966 dengan demikian maka masing-masing pertanyaan dinyatakan valid.

# Uji Reliabilitas

# Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner keempat variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,6 hasil ini menunjukkan bahwa butir kuesioner pada variabel Bukti Fisik, Kecepattanggapan, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen handal untuk mengukur variabelnya masing-masing serta dapat dikatakan memiliki ketepatan yang tinggi untuk dijadikan variabel (konstruk) pada suatu penelitian.

# Pembahasan

# Analisis Deskritif

Analisis deskriptif terhadap tanggapan konsumen dari setiap variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan Konsumen Mengenai Bukti Fisik Pelayanan UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Menurut konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung bukti fisik termasuk kedalam kategori Baik dengan rata-rata 3,471. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bukti Fisik di Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung sudah baik dan dapat ditingkatkan lagi. Pertanyaan dari variabel Bukti Fisik yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan “Bangunan fisik gedung UPT Metrologi Legal Kota Bandung besar dan bagus”, “UPT Metrologi Legal Kota Bandung menggunakan peralatan pelayanan metrologi legal yang modern dan canggih” dan pertanyaan “Karyawan UPT Metrologi Legal Kota Bandung menggunakan pakaian yang rapih, bersih dan sopan” yang termasuk kedalam kategori kurang baik. Sedangkan pertanyaan yang paling tinggi rata-ratanya berada pada pertanyaan “Ruang pelayanan di UPT Metrologi Legal Kota Bandung sangat nyaman” yang termasuk dalam kategori baik artinya menurut konsumen Ruang pelayanan di UPT Metrologi Legal Kota Bandung sudah sangat nyaman.

1. Tanggapan Konsumen Mengenai Kecepattanggapan Pelayanan UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Kecepattanggapan merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan, termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa. Menurut konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung Kecepattanggapan termasuk kedalam kategori Kurang Baik dengan rata-rata 3,394. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kecepattanggapan Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung masih perlu ditingkatkan lagi. Pertanyaan dari variabel Kecepattanggapan yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan “Karyawan UPT Metrologi Legal Kota Bandung sigap dalam membatu pelanggan yang membutuhkan bantuan” dimana menurut responden pertanyaan tersebut dinilai masih dalam kategori kurang baik dan perlu di tingkatkan. Sedangkan pertanyaan yang paling tinggi rata-ratanya berada pada pertanyaan “Karyawan UPT Metrologi Legal Kota Bandung sigap dalam melayani pelanggan” yang termasuk dalam kategori baik.

1. Tanggapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah memuaskan konsumennya. Pelayanan dan kepuasan merupakan aspek vital dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan pasar. Kepuasan konsumen menurut Umar (2017:65) memberikan definisi bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sudah Baik dengan rata-rata 3,46. Pertanyaan dari variabel Kepuasan konsumen yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan “UPT Metrologi Legal Kota Bandung mampu menciptakan kepuasan atas penggunaan sarana dan prasarana fisik yang disediakan dalam melakukan pelayanan metrologi legal”. Sedangkan pertanyaan yang paling tinggi rata-ratanya berada pada pertanyaan “UPT Metrologi Legal Kota Bandung mampu untuk memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan tepat waktu” yang termasuk dalam kategori baik.

1. Tanggapan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung

Menurut Mowen and Minor (2002:312) Kepercayaan Konsumen (*Cunsumer Beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang yang akan mendapatkan apa yang diharapkannya dari orang lain. Secara keseluruhan diperoleh bahwa rata-rata Kepercayaan Konsumen pada Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung menurut konsumen adalah sebesar 3,402 termasuk kategori baik yang menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen pada Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung sudah baik namun perlu ditingkatkan lagi. Pertanyaan dari variabel Kepercayaan Konsumen yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan “Saya percaya produk layanan jasa UPT Metrologi Legal Kota Bandung benar dan berkualitas” dan pertanyaan “Saya percaya UPT Metrologi Legal Kota Bandung memberikan keamanan bertransaksi dalam pelayanan kemetrologian” yang termasuk kedalam kategori kurang baik. Sedangkan pertanyaan yang paling tinggi rata-ratanya berada pada pertanyaan “Saya percaya UPT Metrologi Legal Kota Bandung akan menuliskan SKHP sesuai dengan hasil riil pengujian” yang termasuk dalam kategori baik.

# Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis data verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dimana dalam penelitian ini terdapat 2 model substrukur. Adapun bentuk persamaan jalurnya adalah sebagai berikut:

Substruktur 1: $Y=ρ\_{yx1}X\_{1}+ρ\_{yx2}X\_{2}+ε\_{1}$

Substruktur 2: $Z=ρ\_{zx1}X\_{1}+ρ\_{zx2}X\_{2}+ρ\_{zy}Y+ε\_{2}$

Hasil penelitian terhadap koefisien jalur model struktur dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini:

Kepuasan Konsumen(Y)

Buksi Fisik (X1)

Kepercayaan Konsumen (Z)

Kecepat tanggapan (X2)

0,523

0,257

0,196

0,540

0,315

0,795

**Gambar 4.1**

**Koefisien Jalur Model Struktural**

Besarnya pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini.

**Tabel 4.1**

**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel**

| **Variabel** | ***Direct Effect*** | ***Indirect Effect*** | **Pengaruh Total** |
| --- | --- | --- | --- |
| X1 → Y | (0,540)2 x 100% = 29,16% | 0,540 x 0,795 x 0,315 x 100% = 13,52% | 42,68% |
| X2 → Y | (0,315)2 x 100% = 9,923% | 0,315 x 0,795 x 0,540 100% = 13,52 | 23,44% |
| X1 → Z | (0,523)2 x 100% = 27,35% | 0,540 x 0,196 x 100% = 10,58% | 37,93% |
| X2 → Z | (0,257)2 x 100% = 6,605% | 0,315 x 0,196 x 100% = 6,174% | 12,779% |
| Y → Z | (0,196)2 x 100% = 39,2% | - | 39,2% |

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 23, 2022

Hasil Analisis jalur terhadap Pengaruh Bukti Fisik, Kecepattanggapan terhadap Kepuasan dann Dampaknya pada Kepercayaan Konsumen di UPT Metrologi Legal Kota Bandung secara Simultan dan Parsial berdasarkan pada Gambar 4.1 dan Tabel 4.1, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Bukti Fisik, Kecepattanggapan terhadap Kepuasan dann Dampaknya pada Kepercayaan Konsumen di UPT Metrologi Legal Kota Bandung secara Simultan dan Parsial

Bukti Fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Secara parsial Bukti Fisik memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan konsumen. Koefisien jalur pengaruh langsung Bukti Fisik terhadap Kepercayaan Konsumen adalah 0,523 yang menunjukkan bahwa semakin baik Bukti Fisik yang berada di Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung maka akan berdampak pada peningkatan Kepercayaan Konsumen. Bukti Fisik memberikan efek langsung dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 29,16%. Selain itu, Bukti Fisik memberikan pengaruh langsung kepada Kepercayaan Konsumen sebesar 27,35% dan pengaruh tidak langsungnya melalui Kepuasan Konsumen sebesar 10,58%. Berdasarkan hasil tersebut, maka bukti fisik memberikan pengaruh total terhadap kepercayaan konsumen sebesar 37,93%. Hal ini menunjukkan bahwa Bukti Fisik di UPT Metrologi Legal di Kota Bandung termasuk dalam kategori Baik. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Usman (2013) yang menyatakan bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang salah satunya adalah Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Secara parsial Kecepattanggapan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Konsumen. Koefisien jalur pengaruh langsung Kecepattanggapan terhadap Kepercayaan Konsumen adalah 0,257 yang menunjukkan bahwa semakin baik Kecepattanggapan maka akan berdampak pada peningkatan Kepercayaan Konsumen. Kecepattanggapan memberikan pengaruh langsung sebesar 9,923%. Selain itu, Kecepattanggapan memberikan pengaruh langsung kepada Kepercayaan Konsumen sebesar 6,605% dan pengaruh tidak langsungnya melalui Kepuasan Konsumen sebesar 6,174%. Hal ini menunjukkan bahwa Kecepattanggapan memberikan pengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen total sebesar 12,779%.

Secara simultan diketahui bahwa Bukti Fisik dan Kecepattanggapan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung. Secara simultan atau bersama-sama Bukti Fisik dan Kecepattanggapan terhadap Kepuasan Konsumen memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,662 dan besarnya koefisien residu adalah 1-R2 = 0,338, artinya hasil tersebut menandakan bahwa variabel Bukti Fisik dan Kecepattanggapan memberikan pengaruh sebesar 66,2% terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan sisanya 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak diketahui.

1. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen pada Unit Pelaksana Teknis Metrologi Legal di Kota Bandung

Koefisien jalur pengaruh langsung Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen adalah 0,196 yang menunjukkan bahwa semakin baik Kepuasan Konsumen maka akan berdampak pada peningkatan Kepercayaan Konsumen. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Kepuasan Konsumen memberikan pengaruh langsung terhadap Kepercayaan Konsumen sebesar 39,2%. Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti dapat memahami bahwa apabila konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin besar pengaruhnya terhadap Kepercayaan Konsumen.

# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen mengenai Bukti Fisik di UPT Metrologi Legal di Kota Bandung termasuk dalam kategori Baik. Pertanyaan dari variabel Bukti Fisik yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan ke 1 yaitu “Bangunan fisik gedung UPT Metrologi Legal Kota Bandung besar dan bagus”, pertanyaan ke 3 yaitu “UPT Metrologi Legal Kota Bandung menggunakan peralatan pelayanan metrologi legal yang modern dan canggih” dan pertanyaan ke 7 yaitu “Karyawan UPT Metrologi Legal Kota Bandung menggunakan pakaian yang rapih, bersih dan sopan”, ketiga pertanyaan tersebut termasuk kedalam kategori kurang baik.
2. Tanggapan konsumen mengenai Kecepattanggapan UPT Metrologi Legal di Kota Bandung termasuk dalam kategori kurang baik. Pertanyaan dari variabel kecepattanggapan yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan ke 11 yaitu “Karyawan UPT Metrologi Legal Kota Bandung sigap dalam membatu pelanggan yang membutuhkan bantuan” dimana menurut responden pertanyaan tersebut dinilai masih dalam kategori kurang baik dan perlu di tingkatkan. Sedangkan pertanyaan yang paling tinggi rata-ratanya berada pada pertanyaan ke 8 yaitu “Karyawan UPT Metrologi Legal Kota Bandung sigap dalam melayani pelanggan” yang termasuk dalam kategori baik.
3. Tanggapan konsumen terhadap kepuasan pada UPT Metrologi Legal Kota Bandung menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sudah baik. Pertanyaan dari variabel kepuasan konsumen yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan ke 14 yaitu “UPT Metrologi Legal Kota Bandung mampu menciptakan kepuasan atas penggunaan sarana dan prasarana fisik yang disediakan dalam melakukan pelayanan metrologi legal”. Sedangkan pertanyaan yang paling tinggi rata-ratanya berada pada pertanyaan ke 13 yaitu “UPT Metrologi Legal Kota Bandung mampu untuk memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan tepat waktu” yang termasuk dalam kategori baik.
4. Tanggapan konsumen mengenai kepercayaan konsumen pada UPT Metrologi Legal di Kota Bandung termasuk kategori baik. Pertanyaan dari variabel kepercayaan konsumen yang paling rendah rata-ratanya terletak pada pertanyaan ke 18 yaitu “Saya percaya produk layanan jasa UPT Metrologi Legal Kota Bandung benar dan berkualitas”, dan pertanyaan ke 20 yaitu “Saya percaya UPT Metrologi Legal Kota Bandung memberikan keamanan bertransaksi dalam pelayanan kemetrologian”, kedua pertanyaan tersebut termasuk kedalam kategori kurang baik.
5. Pengaruh bukti fisik secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 29,16% dengan nilai sig dibawah 0,05 terhadap kepuasan konsumen, dan pengaruh tidak langsung sebesar 13,52% sehingga total pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen adalah 42,68%. Pengaruh kecepattanggapan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 9,923% dengan nilai sig dibawah 0,05, dan pengaruh tidak langsung sebesar 13,52% sehingga total pengaruh kecepattanggapan terhadap kepuasan konsumen adalah 23,44%. Secara simultan, pengaruh bukti fisik dan kecepattanggapan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 66, 2% dan sisanya 33,8% dipengarhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.
6. Pengaruh bukti fisik secara langsung terhadap kepercayaan konsumen sebesar 27,35% dan pengaruh tidak langsungnya melalui kepuasan konsumen sebesar 10,58%. Sehingga bukti fisik memberikan pengaruh total terhadap kepercayaan konsumen sebesar 37,93%. Pada variabel kecepattanggapan memberikan pengaruh langsung kepada kepercayaan konsumen sebesar 6,605% dan pengaruh tidak langsungnya melalui kepuasan konsumen sebesar 6,174%. Sehingga kecepattanggapan memberikan pengaruh total terhadap kepercayaan konsumen sebesar 12,779%.
7. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Kepuasan Konsumen memberikan pengaruh langsung terhadap Kepercayaan Konsumen sebesar 39,2%.

# Saran

Berdasarkan kesimpulan mengenai Bukti Fisik dan Kecepattanggapan terhadap kepuasan serta dampaknya pada Kepercayaan Konsumen, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan di masa yang akan datang bagi UPT Metrologi Legal Kota Bandung. Saran disini mengacu pada aspek-aspek yang menunjukkan rata-rata penilian terendah pada variabel bukti fisik, kecepattanggapan, kepuasan dan kepercayaan konsumen. Saran-saran tersebut peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Bagi UPT Metrologi Legal di Kota Bandung pada variabel bukti fisik dinilai kurang baik oleh konsumen meliputi:
2. Dimensi gedung, hal yang perlu diperhatikan pada bangunan gedung kantor UPT Metrologi Legal Kota Bandung adalah tampilan gedung perkantoran yang lebih modern. Apabila tersedia anggaran yang memadai gedung kantor UPT Metrologi Legal Kota Bandung dapat di renovasi dengan desain gedung perkantoran modern.
3. Dimensi peralatan untuk pelayanan, hal yang perlu diperhatikan adalah penggunaan peralatan pelayanan metrologi legal yang moderan dan canggih. Apabila tersedia anggaran yang memadai UPT Metrologi Legal Kota Bandung dapat menggunakan peralatan pelayanan yang modern dan canggih dengan memanfaatkan teknologi informasi, yang saat ini sedang disukai oleh konsumen yaitu penggunaan pelayanan berbasis aplikasi, proses pengajuan permohonan layanan, pembayaran, pencetakan surat keterangan hasil pengujian, dan pengukuran indeks kepuasan konsumen dapat dilakukan dalam satu perangkat aplikasi layanan metrologi.
4. Dimensi penampilan karyawan, hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan pakaian seragam yang rapih, bersih dan sopan selain ketentuan penggunaan pakaian segaram sesuai peraturan yang berlaku adalah selera konsumen. Perlu dipertimbangkan untuk membuat pakaian seragam sebagai identitas metrologi legal kota bandung, yang nyaman, tidak kaku dan tidak melanggar ketentuan yang berlaku, dengan cara membedakan pakaian seragam untuk pelayanan metrologi di dalam dan luar kantor atau membuat rompi layanan metrologi sebagai atribut identitas Metrologi Legal Kota Bandung.
5. Saran terhadap kurang baiknya kecepattanggapan yang diberikan pada dimensi kesigapan membantu pelanggan adalah UPT Metrologi Legal di Kota Bandung sebaiknya dapat meningkatkan kecepattanggapan pada kesigapan dalam membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan, dengan ketentuan bantuan yang diberikan harus sesuai peraturan yang berlaku, sehingga konsumen paham apa yang menjadi hak konsumen dan kewajiban penyedia layanan.
6. Saran terhadap kurang baiknya variabel kepuasan konsumen pada dimensi kinerja dengan indikator kemampuan UPT Metrologi Legal Kota Bandung untuk menciptakan kepuasan atas penggunaan sarana dan prasarana fisik yang disediakan dalam melakukan pelayanan metrologi legal adalah perbaikan, peningkatan dan modernisasi sarana dan prasarana fisik dalam pelayanan metrologi legal sesuai harapan konsumen agar kepuasan konsumen dapat meningkat.
7. Saran terhadap kurang baiknya variabel kepercayaan konsumen pada dimensi keyakinan yaitu:
8. UPT Metrologi Legal di Kota Bandung sebaiknya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk layanan jasa yang diberikan dengan memberikan jaminan terhadap hasil pengukuran yang benar dan berkualitas, dengan pemberian garansi apabila dalam tempo waktu tertentu ditemukan ketidaksesuaian/ketidaktepatan terhadap hasil pengujian maka konsumen dapat mengajukan komplain, dan akan dilakukan pengujian ulang tanpa dipungut biaya sebagai bentuk pertanggung jawaban dan jaminan atas kebenaran pengukuran.
9. UPT Metrologi Legal di Kota Bandung sebaiknya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan bertransaksi yaitu dengan memberikan jaminan transparansi transaksi dengan menggunakan pembayaran non tunai yang terhubung langsung dengan nomer rekening bendahara penerima retribusi pelayanan metrologi legal, sehingga menghindari terjadi kontak langsung antara karyawan yang ditugaskan untuk melakukan pelayanan tera/tera ulang dan pengguna jasa.

# DAFTAR PUSTAKA

Afzal, H., Khan, M. A., Rehman, K., Ali, I., Wajahat, S. 2010. *Consumer’s Trust in the Brand: Can it Be Built through Brand Reputation, Brand Competence and Brand Predictability*. International Business Research. Vol. 3, No.1.

Amirullah. 2016. Manajemen Strategi, Teori, Konsep-kinerja. Jakarta: Rajawali Pers

Fandy Tjiptono. 2017. Strategi Pemasaran (edisi 4). Yogyakarta; Andi.

Fandi Tjiptono. 2014. *Service Quality and Satisfaction*, *Ed. 3*. Yogyakarta: Andi.

Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.

Mowen, Jhon C., Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.

Parasuraman, A., Valarie, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1988. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.* Journal of Retailing. Vol 64. No 1.

Rambat Lupiyoadi dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2016. Praktikum Metode Riset Bisnis, Jakarta: Salemba Empat

Rambat Lupiyoadi. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.

Usman, H. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Tera Ulang Alat Ukur Takar Timbang Dan Perlengkapannya Pada Bidang Metrologi Di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah, Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tengah.* e-Jurnal Katalogis. Vol 1. No 1.

Walikota Bandung. 2016. Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 1395 Tahun 2016 *Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kota Bandung*. Bandung: Pemerintah Daerah Kota Bandung.