PENGARUH *KNOWLEDGE SERVICES* DAN *SELF-EFFICACY* TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PENERIMA LAYANAN PUBLIK DI KANTOR WALI NAGARI BUKIK BATABUAH

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna melanjutkan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis
Program Studi Magister Ekonomi Syariah



Oleh

RAFI YANDRO WELLISMAN
NIM: 30121030

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SMDD
BUKITTINGGI
2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah.

Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Penelitian ini dilakukan di Nagari Bukik Batabuah Dan dilakukan pada tanggal 05 Maret s/d 05 juni 2025. Data penelitian yang digunakan adalah primer bersumber dari pengumpulan data dengan instrumen skala likert yang disebar melalui *google form. Populasi sebesar 967 orang. Sampel sebanyak 97 orang.* Teknik pengambilan sampel menggunakan gabungan antara *probability sampling* dan *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *Warp Partial Least Square* dengan bantuan software Warppls 5.0.

Hasil penelitian secara parsial *Knowledge Services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat, *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat, Pengaruh Simultan Knowledge Services dan Self-Efficacy terhadap Kepuasan Masyarakat. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan kontribusi sempurna terhadap kepuasan masyarakat ($R^2 = 1,00$), yang berarti 100% variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh kombinasi keduanya

Kata Kunci: *Knowledge Services,* , *Self-Efficacy*, dan Kepuasan Masyarakat

DAFTAR ISI

Abstrak i
Daftar Isi ii
Daftar Tabel iv
Daftar Gambar v
BAB I PENDAHULUAN
1.1.Latar Belakang 1
1.2.Rumusan Masalah 7
1.3.Tujuan Penelitian 8
1.4.Manfaat Penelitian 9
1.5.Kontribusi Penelitian 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA
2.1.Kepuasan 11
2.1.1. Pengertian Kepuasan 11
2.1.2. Prinsip Dasar kepuasan 12
2.1.3. Indikator Kepuasan 13
2.1.4. Dimensi Pengukuran Kepuasan 13
2.1.5. Kepuasan Dalam Perspektif Islam 14
2.2.*Knowledge* 15
2.2.1. Pengertian *Knowledge* 15
2.2.2. Indikator *Knowledge Product* 17
2.2.3. Mengukur *Knowledge* Product 17
2.3.Self Efficacy *18*
2.3.1. Pengertian *Self Efficacy* 18
2.3.2. Dimensi *Self-Efficacy* 20
2.3.3. Indikator *Self Efficacy* *20*
2.3.4. Aspek-aspek *Self-Efficacy* 21
2.3.5. Fakor-faktor yang Mempengaruhi *Self-Efficacy* 22
2.4.Model SERVQUAL 24
2.5.Kajian Terdahulu 26
2.6.Kerangka Pemikiran 28
2.7.Hipotesis 29
BAB III METODE PENELITIAN
3.1.Jenis Penelitian 30
3.2.Lokasi Dan Waktu Penelitian 30
3.3.Jenis Dan Sumber Data 30
3.4.Populasi Dan Sampel 31

3.4.1. Populasi 31
3.4.2. Sampel 31
3.5.Definisi Operasional 32
3.6.Instrumen Penelitian 33
3.7.Teknik Pengumpulan Data 34
3.8.Teknik Analisis Data 34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1.Gambaran Umum Nagari Bukik Batabuah 39
4.1.1. Sejarah Nagari Bukik Batabuah 39
4.2.Analisis Deskriptif 40
4.2.1. Deskrifsi Responden 40
4.2.2. Frekuensi Responden 41
4.2.3. Analisis Model Pengukuran 44
4.2.4. Analisis Model Struktural 47
4.2.5. Hasil Hipotesis 51
4.3.Analisis Temuan 52
4.3.1. Pengaruh *Knowledge Services* terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah .. 52
4.3.2. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah 54
4.3.3. Pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah 58
4.3.4. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Knowledge Services Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah 59
BAB V PENUTUP
5.1.Kesimpulan 61
5.2.Saran 63
5.3.Implikasi Penelitian 63
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Populasi Penduduk Nagari Bukit Batabuah periode tahun 2019-2024 3
Tabel 2.1. Kajian Terdahulu..... 26
Tabel 3.1. Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator 32
Tabel 3.2. Kisi-Kisi Instrumen 33
Tabel 3.3. *Rule of Thumb Outer Model* *37*
Tabel 3.4. *Rule of Thumb Inner Model*..... *37*
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 40
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 41
Tabel 4.3. *Frequency* Jawaban *Knowledge Services* *41*
Tabel 4.4. *Frequency* Jawaban *Self-Efficacy* *42*
Tabel 4.5. *Frequency* Jawaban Kepuasan Masyarakat 43
Table 4.6. Kriteria Evaluasi Model Pengukuran Konstruk Reflektif 44
Tabel 4.8. Loading Factor Untuk Variabel Knowledge Services *Self-Efficacy*, dan *Kepuasan Masyarakat* sebelum Dire Spesifikasi 45
Tabel 4.9. Loading Factor Untuk Variabel Knowledge Services *Self-Efficacy*, dan *Kepuasan Masyarakat* Sesudah Dire Spesifikasi 46
Tabel 4.10. Discriminant Validity..... 47
Tabel 4.11. Output PLS Pengaruh Langsung Pengaruh *Knowledge Services* Terhadap Kepuasan Masyarakat..... 49
Tabel 4.13. Output PLS Pengaruh Langsung Pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat 49
Tabel 4.13. Output PLS Pengaruh Langsung Pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat..... 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran 29
Gambar 4.1 *Direct Effect Knowledge Services* Terhadap Kepuasan Masyarakat 47
Gambar 4.2 *Direct Effect Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat 48
Gambar 4.3 *Direct Effect Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat..... 49

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Administrasi publik biasanya dijalankan oleh lembaga atau organisasi untuk membantu menangani masalah masyarakat dan dengan demikian mencapai kesejahteraan1. Manajemen sumber daya manusia adalah seni dan ilmu mengatur hubungan dan peran tenaga kerja agar mereka membantu perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Pada dasarnya *Public Service* adalah kegiatan seseorang, kelompok atau organisasi, termasuk birokrasi pemerintah, untuk memberikan bantuan dan kenyamanan kepada masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu[1].

Pelayanan publik pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang, kelompok atau organisasi bahkan dalam birokrasi pemerintahan untuk memberikan bantuan dan kemudahan kepada masyarakat dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Tugas pokok pemerintah yang terpenting adalah memberikan pelayanan umum kepada publik/masyarakat, oleh karena itu, organisasi pemerintah sering pula disebut sebagai pelayan publik[2]. Tujuan dari suatu pelayanan publik pada umumnya adalah dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat tanpa memandang apapun, sehingga penyelenggaraan pelayanan publik dituntut kualitas prima yang tercermin dengan adanya transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak, dan keseimbangan hak dan

[1] Prilla Gilang Fafako P and Denok Kurniasih, 'Etika Administrasi Publik Dalam Mewujudkan Good Governance Di Indonesia', *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4.1 (2024), pp. 3474–83.

[2] Sri Kussujaniatun and Wisnalmawati, 'Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, Dan Kualitas Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota', *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5.1 (2011), pp. 29–39.

kewajiban. Setiap pelayanan publik harus memenuhi harapan publik, dan inilah yang dimaksud dengan pelayanan publik yang berkualitas.

pelayanan publik adalah pelayanan yang diberikan pada masyarakat publik. dalam upaya untuk menciptakan pelayanan publik yang baik tentunya tidak lepas dari peran Aparatur Negara sebagai penyelenggaranya. Peran Aparatur Negara menjadi salah satu kunci untuk mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas[3]. Maka dari itu, akuntabilitas kinerja setiap penyelenggara negara dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya harus selalu ditingkatkan dan menjadi fokus perhatian bagi pemerintah. Untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan sosok SDM yang profesional.

Pelayanan publik pada pemerintahan ialah bukti nyata dari fungsi aparatur negara karena pelayanan pada umumnya juga merupakan komponen penting dalam memenuhi keluhan masyarakat dalam bentuk pelayanan yang disediakan oleh pemerintah[4] Nagari Bukik Batabuah dengan mengabdikan diri kepada masyarakat dan negara juga. Selain itu, pemberian layanan (melayani) kebutuhan individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan pada organisasi sesuai dengan prinsip dan prosedur yang telah ditetapkan dikenal sebagai pelayanan publik diwilayah Nagari Bukik Batabuah.

Masyarakat Nagari Bukik Batabuah sangat membutuhkan pelayanan publik yang maksimum sehingga memudahkan segala urusan dalam kehidupan

[3] Hermansah, Ahmad Yamin, and Suparman, *Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Di Pelabuhan*, *Journal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2023, I.

[4] Jurnal Ilmu Sosial, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Puskesmas Menganti Kabupaten Gresik', *Jurnal Ilmu Sosial*, 3.7 (2020).

dilingkungan masyarakat berikut jumlah penduduk Nagari Bukit Batabuah periode tahun 2019-2024.

Tabel 1.1
Populasi Penduduk Nagari Bukit Batabuah periode tahun 2019-2024

Tahun	LK	PR	Jumlah	Kenaikan/Penurunan (%)
2019	4345	4764	9109	0%
2020	4865	4851	9716	6,66%
2021	4661	4634	9295	-4,33%
2022	4651	4645	9296	0,01%
2023	4655	4641	9296	0,00%

Sumber: Publikasi Nagari Bukik Batabuah Tahun 2024

Berdasarkan jumlah populasi penduduk diatas terdapat 9296 orang manusia yang akan membutuhkan fasilitas layanan pubilik. Harapan masyarakat akan adanya kualitas pelayanan publik menunjuk pada seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atau masyarakat atas layanan yang diterima sebagaimana menurut Savitri & Marlena[5] dan Bala & Haryanto[6] menyatakan bahwa jika masyarakat memiliki pengetahuan service berpengaruh terhadap kepuasan penduduk. Senada dengan Akmalia[7] dan Nurarista & Indrarini[8] menyatakan bahwa pengetahuan berpengeruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada

[5] Sani Savitri and Novi Marlena, 'Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Dan Green Knowledge Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Cleo Eco Green Di Wilayah Surabaya', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.3 (2023), pp. 207–15.

[6] Rima Parawati Bala and Aris Tri Haryanto, 'Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen', *Excellent*, 8.1 (2021), pp. 61–69.

[7] Siti Akmalia, 'Pengaruh Knowledge Managemet Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Pamapersada Nusantara Di Tenggarong', *CENDEKIA (Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran) Ikip Pgri Kalimantan Timur*, 5.1 (2020), pp. 153–67.

[8] Erina Ayu Nurarista and Rachma Indrarini, 'Pengaruh Product Knowledge Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di Btn Kcs Surabaya', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), pp. 81–94.

dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.

Pemberian pelayanan yang baik merupakan salah satu upaya penyedia pelayanan untuk menciptakan kepuasan bagi para penerima pelayanan. Jika layanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan harapan penerima layanan maka dapat dikatakan pemberi layanan tersebut mempunyai kualitas yang baik. Sebagaimana menurut Candana, dkk[9] dan Suhery, dkk[10] terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel self efficacy terhadap kepuasan penerima layanan. Senada Ratnasari, dkk[11] dan Nurdin, dkk10 menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel self efficacy terhadap kepuasan penerima layanan.

Namun, sejumlah studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada kualitas layanan dalam konteks urban atau pemerintahan pusat, sementara kajian mendalam mengenai layanan publik di tingkat nagari, khususnya yang berbasis pengetahuan dan nilai-nilai Islam, masih sangat terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian belum mengaitkan variabel *self-efficacy* masyarakat dengan tingkat kepuasan terhadap pelayanan. Oleh karena itu, terdapat distensi penting yang perlu dijawab melalui penelitian ini, yaitu bagaimana pengaruh layanan

[9] Dori Mittra Candana and others, 'Pengaruh Self Efficacy Dan Perceived Organizational Support Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai', *Jurnal Ekobistek*, 11.4 (2022), pp. 433–40.

[10] Suhery and others, 'Pengaruh Self-Efficacy Dan Employee Engagement Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Perbankan Di Padang', *Open Journal Systems*, 15.4 (2020), pp. 4239–48.

[11] Ike Ratnasari, Peni Indarwati, and Hamzah Pujiono, 'Pengaruh Self Efficasy Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Nusantara Optik', *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4.3 (2024), pp. 1413–22.

berbasis pengetahuan dan self-efficacy terhadap kepuasan masyarakat di konteks lokal seperti nagari Bukik Batabuah.

Dengan demikian terdapat dua unsur utama dalam kualitas layanan yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dengan layanan yang diterima (perceived service). Apabila jasa yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan masyarakat.

Layanan publik merupakan salah satu aspek fundamental dalam penyelenggaraan pemerintahan yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara adil dan merata. Urgensi layanan publik terletak pada fungsinya sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat dalam menyediakan akses terhadap berbagai hak dan fasilitas dasar, seperti administrasi kependudukan, kesehatan, pendidikan, dan keamanan.

Pelayanan publik yang berkualitas menjadi indikator penting dalam menilai kinerja pemerintah daerah, termasuk di tingkat nagari. Layanan publik yang efektif, transparan, dan responsif tidak hanya meningkatkan kepuasan masyarakat, tetapi juga memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Dalam konteks pembangunan daerah, layanan publik yang optimal dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat, mempercepat pembangunan sosial-ekonomi, serta menciptakan stabilitas dan harmoni sosial.

Perkembangan teknologi dan perubahan sosial menuntut inovasi dalam layanan publik agar tetap relevan dan mampu memenuhi ekspektasi masyarakat yang semakin dinamis. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan publik melalui pendekatan berbasis pengetahuan (*knowledge services*) dan pemberdayaan psikologis masyarakat (*self-efficacy*) menjadi sangat penting untuk diwujudkan.

Pemerintah pada hakikatnya bekerja sebagai pelayan publik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Keputusan Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara No 63/KEP.M.PAN/7/2003 bahwa pemerintah memberikan pelayanan untuk keperluan masyarakat yang mempunyai kepentingan sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan[12]. Pembangunan nasional Indonesia terutama pembangunan bidang ekonomi perlu terus menerus dilakukan semaksimal mungkin oleh penyelenggara negara. Pembangunan infrastruktur yang masif akhir-akhir ini menjadi bukti nyata bahwa kebijakan pembangunan ekonomi dilaksanakan dengan membangun sarana dan prasarananya terlebih dahulu lewat sektor pelayanan publik sebagai sarana terintegrasi dalam pemberian hak fasiltas yang prima kepada seluruh masyarakat.

Kepuasaan adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami masyarakat nagari Bukik Batabuah. Masyarakat tentu mengharap dan harapannya lebih tinggi sebelum datang secara langsung ke kantor Wali Nagari Bukik Batabuah dalam rangka proses adminstarasi, agar keinginannya terpenuhi. Kadangkala apa

[12] Poltak Pardamean Simarmata, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, and Doris Yolanda Saragih, 'Kualitas Pelayanan Kantor Kecamatan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dolok Batu Nanggar Di Kabupaten Simalungun', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 3.1 (2020), p. 241.

yang diinginkan masyarakat tidak sesuai dengan apa yang mereka dapatkan setelah mendapatkan pelayanan yang diberikan fasitas oleh pemerintah Nagari. Seperti pelayanan cepat dan ramah serta tidak pandang bulu mendapatkan hak yang sama.

Selain itu, *self-efficacy* masyarakat juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan layanan publik. Keyakinan individu terhadap kemampuan diri sendiri dalam mengakses dan memanfaatkan layanan publik berdampak langsung pada tingkat kepuasan yang dirasakan. Hal ini menegaskan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kepercayaan diri agar dapat berpartisipasi secara optimal dalam layanan publik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi antara aspek teknis layanan (*knowledge services*) dan faktor psikologis pengguna (*self-efficacy*) merupakan kombinasi yang efektif dalam menciptakan kepuasan masyarakat di tingkat nagari. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan publik harus disertai dengan program-program pemberdayaan masyarakat yang mampu meningkatkan self-efficacy guna mencapai pelayanan yang lebih responsif dan memuaskan.

Berdasarkan paparan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul: Pengaruh *Knowledge Services* Dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana Pengaruh *Knowledge Services* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah?
2. Bagaimana Pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah?
3. Bagaimana Pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah?
4. Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap knowledge services dalam meningkatkan kepuasan masyarakat?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Knowledge Services* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah
2. Untuk mengetahui pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah
3. Untuk mengetahui pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah

4. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan konsep knowledge services dalam perspektif ekonomi Islam, termasuk prinsip-prinsip yang melandasinya seperti keadilan, kemaslahatan, dan pelayanan sosi

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian terdapat beberapa manfaat yang diperoleh oleh peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

   Bagi peneliti salah satu syarat penyelesaian studi dan memperoleh gelar magister ekonomi syariah (ME) pada program studi pascasarjana ekonomi syariah, pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Manfaat Praktis

   Manfaat praktis diharapkan dalam penelitian ini adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan dan memperoleh pengetahuan empiris mengenai penerapan fungsi-fungsi ekonomi syariah. Bagi pihak yang berkepentingan dapat diterima sebagai kontribusi untuk melihat pengetahuan masyarakat menegenai pelayanan yang disediakan oleh kantor Nagari Bukik Batabuah.

3. Manfaat Keilmuan

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah secara konseptual maupun secara terapan dalam

kehidupan sehari-hari dalam melakukan aktivitas pealayanan yang sesuai dengan standar yang ditetapkan

1.5. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan secara teoritis, praktis, metodologis, dan sosial dalam pengembangan layanan publik berbasis pengetahuan di tingkat pemerintahan nagari. Secara teoritis, studi ini memperkaya literatur mengenai integrasi teori manajemen pengetahuan dan kepuasan masyarakat dalam akses pelayanan publik di Nagari Bukik Batabuah, serta menyoroti peran penting *self-efficacy* dalam persepsi terhadap kualitas layanan publik. Dari sisi praktis, hasil temuan dapat menjadi landasan dalam peningkatan layanan nagari, penguatan pelatihan masyarakat, serta penyusunan kebijakan berbasis data empiris.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1.Kepuasan

2.1.1. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfactioans*) berasal dari kata " Statis " (artinya cukup baik, memadai), dan " *Facio* " (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira, menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy[13] kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller[14] kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

[13] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Pemasaran*, Ed. I, Cet (Andi, 2004).
[14] Phlip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed Ke-13 (Erlangga, 2008).

Dalam perspektif Islam kepuasan masyarakat menurut Sanurdi[15] berakar pada distribusi keadilan, konsumsi yang memadai dan tidak berlebihan, serta sikap jujur dan bersyukur . Hal ini memastikan bahwa layanan yang diberikan tetap berlandaskan moral syariah.

Menurut Tjiptono[16] secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (advertising) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah gethok tular positif.

Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka peserta uji akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan peserta uji akan puas. Harapan peserta uji dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari sahabat serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Mutu suatu jasa uji sertifikasi tergantung dari tingkat kepuasan peserta uji di dalam melaksanakan uji, bila dihubungkan dengan jasa uji sertifikasi, maka bermutu atau tidaknya perusahaan tersebut, tergantung kepada puas atau tidaknya para peserta uji.

2.1.2. Prinsip Dasar kepuasan

Kepuasan peserta uji mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Peserta uji adalah orang yang melakukan uji sertifikasi, maka peserta ujilah yang menentukan kualitas pelayanan jasa uji sertifikasi . Beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditetapkan peserta uji, yaitu :

[15] Sanurdi, *Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen* (Prenadamedia Group, 2021).
[16] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Andi Offset, 2000).

1. Peserta uji harus merupakan prioritas
2. Peserta uji yang dapat diandalkan merupakan peserta uji yang paling penting,
3. Kepuasan peserta uji dijamin dengan menghasilkan hasil uji sertifikasi yang sesuai harapan.

2.1.3. Indikator Kepuasan

Menurut Zepiel, et al dalam Tjiptono14 terdapat 3 konseptualisasi kepuasan pelanggan yaitu :

1. *System Satisfaction* Meliputi evaluasi subyektif konsumen terhadap semua manfaat yang ia peroleh dari operasi sistem pemasaran.
2. *Enterprise Satisfaction* Meliputi manfaat atau keuntungan yang diperoleh konsumen dari interaksi atau hubungannya dengan perusahaan.
3. *Product / Service Satisfaction* Meliputi evaluasi subyektif konsumen terhadap manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi produk / jasa spesifik**.**

2.1.4. Dimensi Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller[17] perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller[18] mempertahankan pelanggan merupakan hal penting dari pada memikat pelanggan. Oleh karena itu terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

[17] Phlip Kotler and Keller.

[18] Philip Kotler and Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terj. Bob Sabran*, Edisi 12, (Erlangga, 2012).

1) Membeli lagi.
2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
3) Kurang memperhatian merek dan iklan produk pesaing.
4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

2.1.5. Kepuasan Dalam Perspektif Islam

Kepuasan dalam Perspektif Islam memiliki makna yang lebih luas dibandingkan konsep kepuasan dalam perspektif konvensional. Dalam Islam, kepuasan (al-ridha) bukan hanya bersifat material atau emosional, melainkan juga bernilai spiritual, etis, dan sosial. Dalam Islam, kepuasan bukan sekadar perasaan subjektif, tetapi terkait dengan keadilan, syukur, qana'ah, dan akhlak mulia. kepuasan masyarakat akan meningkat secara lahir dan batin[19].

Kepuasan Dalam konteks sosial atau pelayanan publik, ridha berarti merasa puas dan tidak menuntut berlebihan, selama layanan diberikan dengan adil dan sesuai dengan syariat. Hal ini memperkuat konsep kepuasan masyarakat Islami, yang tidak hanya mengandalkan aspek lahiriah (materi), tapi juga batiniah (keikhlasan dan keberkahan).

Kepuasan merupakan konsep penting dalam Islam yang berkaitan dengan penerimaan dan rasa cukup terhadap apa yang diberikan oleh Allah SWT. Dalam konteks layanan publik, kepuasan masyarakat dapat dilihat melalui prinsip-prinsip Islam sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an dibawah ini:

[19] Sanurdi.

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا۟ مَآ ءَاتَىٰهُمُ ٱللَّهُ وَرَسُولُهُۥ وَقَالُوا۟ حَسْبُنَا ٱللَّهُ سَيُؤْتِينَا ٱللَّهُ مِن فَضْلِهِۦ وَرَسُولُهُۥٓ إِنَّآ إِلَى ٱللَّهِ رَٰغِبُونَ

Artinya:*"Dan sekiranya mereka rela (qana'ah) dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata, 'Cukuplah Allah bagi kami, Allah dan Rasul-Nya akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah.* QS. At-Taubah (9:59)

Sebagaimana ayat diatas mengajarkan qana'ah (kepuasan dengan pemberian Allah). Dalam layanan publik, masyarakat diajarkan untuk bersikap proporsional: menerima layanan dengan sabar, tetapi juga berhak menuntut perbaikan secara bijak, dan juga menekankan bahwa ridha (kepuasan hati) terhadap ketetapan Allah dan keputusan Rasul adalah cerminan keimanan yang sejati. Orang-orang beriman seharusnya menerima pembagian rezeki atau bantuan dengan lapang dada, disertai sikap tawakal dan harapan hanya kepada Allah, bukan dengan keluhan atau ketidakpuasan.

2.2.*Knowledge*

2.2.1. Pengertian *Knowledge*

Pengetahuan produk (*knowledge*) sebagai acuan terhadap semua informasi/berita yang dapat dipertanggung jawabkan ke dalam pikiran konsumen yang sama persis terhadap pengetahuan produk halal. Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai harapannya[20]. Pengetahuan akan suatu produk perlu dimiliki oleh setiap konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Karena dengan mengetahui spesifikasi produk tersebut calon konsumen tidak akan memikirkan dan berpaling

[20] Hengki Mangiring Parulian Simarmata and others, *Manajemen Prilaku Konsumen Dan Loyalitas* (Yayasan Kita Menulis, 2021).

kepada merek pesaing. Karena mereka sudah mengetahui jenis, spesifikasi dan popularitas mereknya tersebut.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai spesifikasi suatu produk, serta pengetahuan lainnya yang terkait dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen dipengaruhi oleh kepercayaan diri seseorang, yaitu bahwa orang yang percaya diri mungkin melaporkan secara berlebihan tingkat pengetahuan mereka.

Menurut Kotler dan Keller konsep pengetahuan sebagai suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman[21] John dan Michael dalam Razak mendefinisikan Pengetahuan konsumen sebagai suatu jumlah pengalaman dan informasi yang seseorang ketahui tentang barang atau jasa tertentu.[22] Sedangkan menurut Engel dalam Simarmata dkk pengetahuan sebagai informasi yang disimpan seseorang di dalam memori atau otaknya, sebagian informasi tersebut berfungsi bagi konsumen untuk mengenali pasar, dan hal tersebut sebagai tolak ukur pengetahuan konsumen[23]

Berdasarkan dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk adalah akses informasi yang diterima oleh konsumen yang dapat menyimpan di memorinya baik berdasarkan pengelaman atau review dan juga rekomendasi dari para *eksper* pada suatu produk

[21] Phlip Kotler and Keller.
[22] Mashur Razak, *Prilaku Konsumen* (Alauddin University Press, 2016).
[23] Philip Kotler and Gerry Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Ed Ke11 (PT. Gramedia Pustaka Utama. Kotler, 2014).

2.2.2. Indikator *Knowledge Product*

Dalam melihat pengetahuan konsumen tentang suatu produk Menurut J. Paul Peter, Jerry C. Olson dalam Musrizal[24] ada 3 jenis pengetahuan produk yaitu:

1. Pengetahuan karakteristik dan atribut dari produk Terdapat 2 jenis atribut dari produk yaitu atribut fisik (bentuk produk) dan juga atribut abstrak (karakteristik dari subjek produk).
2. Pengetahuan tentang manfaat produk Yang dapat dirasakan konsumen dari manfaat produk pada saat menggunakan produk tersebut atau manfaat fungsional dan psikologikal mempengaruhi suatu perasaan maupun emosi pada diri konsumen
3. Pengetahuan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen Produk yang digunakan dapat diukur dengan sejauh mana konsumen merasa puas dari manfaat yang dimiliki. Mengukur

2.2.3. Mengukur *Knowledge Product*

Mengukur pengetahuan produk pada konsumen merupakan cara dari perusahaan atau penjual untuk mempromosikan suatu produk dan jasa yang akan ditawar kepada konsumen. Menurut Alba dan Hutchinson dalam ananda Dkk20 menyatakan terdapat tiga cara untuk dapat mengukur pengetahuan produk pada konsumen yaitu.

1. *Subjective knowledge*

[24] J. Paul Peter and Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Salemba Empat, 2014).

Subjektif pengetahuan adalah persepsi konsumen mengenai apa dan berapa banyak yang diketahui oleh konsumen terhadap suatu produk. Dikarenakan konsumen mungkin memiliki pengetahuan berbagai hal lainya yang mengenai produk yang akan dibeli.

2. *Objective Knowledge*

   Objektif pengetahuan adalah informasi yang benar mengenai suatu produk, karena secara objektif konsumen mampu menyimpan dalam memori tentang suatu produk dengan jangka waktu yang lama

3. *Experience-based knowledge*

   Experience knowledge adalah dimana pengetahuan konsumen yang diperoleh langsung berdasarkan pengalaman konsumen yang telah membeli suatu produk atau pengguna jasa**.**

2.3.*Self Efficacy*

2.3.1. Pengertian *Self Efficacy*

Self-efficacy merupakan keyakinan dalam diri seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki bahwa ia mampu untuk melakukan sesuatu atau mengatasi suatu situasi bahwa ia akan berhasil dalam melakukannya. Sebagaimana Bandura mengemukakan bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan orang tentang kemampuan mereka untuk menghasilkan tingkat kinerja serta menguasai situasi yang mempengaruhi kehidupan mereka, kemudian *self-efficacy*

[25]juga akan menentukan bagaimana orang merasa, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku.

Sesuai dengan pendapat Jeanne Ellis Ormrod, self-efficacy adalah keyakinan seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu. Kemudian Bandura[26] dalam juga menambahkan bahwa *self-efficacy* memiliki dampak yang penting, bahkan bersifat sebagai motivator utama terhadap keberhasilan seseorang. Orang lebih mungkin mengerjakan aktivitas yang yakin dapat mereka lakukan daripada melakukan pekerjaan yang mereka rasa tidak bisa.

Selain itu, Baron dan Byrne juga mengartikan *self-efficacy* sebagai keyakinan seseorang akan kemampuan atau kompetensinya atas kinerja tugas yang diberikan, mencapai tujuan, atau mengatasi sebuah hambatan. Sedangkan efikasi menurut Alwisol ialah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, benar atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan.

Self-efficacy adalah konsep yang diperkenalkan oleh Albert Bandura dalam kerangka *Social Cognitive Theory*. Bandura[27] mendefinisikan *self-efficacy* sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengorganisasikan dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu dalam

---

[25] Nuzulia Nur Kholifa, Poy Saefullah Zevender, and Taufiq Zaenal Mustofa, 'Pengaruh Self Efficacy Dan Kreatifitas Terhadap Minat Wirausaha Di Indonesia', *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 10.1 (2024), pp. 61–75.

[26] Zulita Fismasari and others, 'The Effect of Self-Efficacy on Individual Performance : A Theoretical Review and Practical Implications', *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 4.6 (2025), pp. 1819–26.

[27] Sri Lestari, Sri Watini, and Dhiyah Eloise Rose, 'Impact of Self-Efficacy and Work Discipline on Employee Performance in Sociopreneur Initiatives', *APTISI Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 6.2 (2024), pp. 270–84.

situasi tertentu. *Self-efficacy* bukan sekadar kemampuan nyata seseorang, melainkan sejauh mana seseorang meyakini dirinya mampu melakukan tugas atau menghadapi tantangan tertentu. Keyakinan ini sangat memengaruhi bagaimana seseorang berpikir, merasa, dan bertindak.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *self- efficacy* merupakan keyakinan dalam diri seseorang akan kemampuan yang dimiliki dalam melakukan suatu tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, serta dapat mempengaruhi situasi dengan baik, dan dapat mengatasi sebuah hambatan.

2.3.2. Dimensi *Self-Efficacy*

Bandura membedakan *self-efficacy* menjadi tiga dimensi, yaitu level, generality, dan strength.

1. Dimensi Level, Dimensi ini mengacu pada derajat kesulitan tugas yang dihadapi. Penerimaan dan keyakinan seeorang terhadap suatu tugas berbeda-beda. Persepsi setiap individu akan berbeda dalam memandang tingkat kesulitan dari suatu tugas Persepsi terhadap tugas yang sulit dipengaruhi oleh kompetensi yang dimiliki individu. Ada yang menganggap suatu tugas itu sulit sedangkan orang lain mungkin merasa tidak demikian. Keyakinan ini didasari oleh pemahamannya terhadap tugas tersebut.
2. Dimensi Generality, Dimensi ini mengacu sejauh mana individu yakin akan kemampuannya dalam berbagai situasi tugas, mulai dari dalam melakukan suatu aktivitas yang biasa dilakukan atau situasi tertentu yang tidak pernah dilakukan hingga dalam serangkaian tugas atau situasi sulit dan bervariasi

3. Dimensi Strength Dimensi strength merupakan kuatnya keyakinan seseorang mengenai kemampuan yang dimiliki ketika menghadapi tuntutan tugas atau permasalahan. Hal ini berkaitan dengan ketahanan dan keuletan individu dalam pemenuhan tugasnya. *Self-efficacy* yang lemah dapat dengan mudah menyerah dengan pengalaman yang sulit ketika menghadapi sebuah tugas yang sulit. Sedangkan bila self-efficacy tinggi maka individu akan memiliki keyakinan dan kemantapan yang kuat terhadap kemampuannya untuk mengerjakan suatu tugas dan akan terus bertahan dalam usahannya meskipun banyak mengalami kesulitan dan tantangan.

2.3.3. Indikator *Self Efficacy*

Indikator *Self Efficacy* Menurut Rohmah [28] memaparkan bahwa *Self-Efficacy* pada individu terdiri dari tiga indikator, yaitu:

1. *Magnitude* Memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri untuk mengatasi hambatan.
2. *Generality* (Situasi) Mampu menyikapi berbagai situasi dan kondisi dengan sikap positif.
3. *Strength* (Kekuatan Diri) Memiliki semangat juang dan tidak mudah menyerah ketika mengalami hambatan dalam menyelesaikan tugas

[28] Silatur Rohmah, 'Dukungan Organisasi, Self Efficacy Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kecamatan Wiyung Kota Surabaya', *Jurnal*, 13.7 (2024), p. 4.

2.3.4. Aspek-aspek *Self-Efficacy*

Menurut Bandura ada tiga macam aspek-aspek dalam *self-efficacy* diantaranya[29] :

1. Magnitude Berkaitan dengan tingkat kesulitan tugas yang dilakukan individu. Jika dihadapkan dengan tugas-tugas yang disusun menurut tingkat kesulitan, yaitu rendah, menengah, dan tinggi, maka individu akan melakukan tindakan-tindakan yang dirasa mampu untuk dilakukan dan untuk memenuhi tuntutan perilaku yang dibutuhkan bagi masing-masing tingkat
2. Generality berkaitan dengan luas bidang tugas yang dihadapi individu. Sejauh mana individu yakin akan kemampuannya dalam berbagai situasi hingga dalam serangkaian tugas dalam situasi yang bervariasi.
3. Strenght Berkaitan dengan kuatnya keyakinan seseorang mengenai kemampuan yang dimiliki. Individu yang memiliki kepercayaan yang kuat dalam kemampuan mereka akan tekun dalam usahanya meskipun banyak sekali kesulitan dan halangan.

2.3.5. Fakor-faktor yang Mempengaruhi *Self-Efficacy*

Menurut Bandura terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi self-efficacy pada diri individu antara lain sebagai berikut:

1. Budaya mempengaruhi *self-efficacy* melalui nilai (values), kepercayaan (beliefs), dalam proses pengaturan diri (self regulatory process) yang

[29] Minati Rina Hardiyana and Maemonah Maemonah, 'The Effect of the Application of Albert Bandura's Behaviorism Theory on the Motivation and Learning Outcomes', *Jurnal Fundadikdas (Fundamental Pendidikan Dasar)*, 6.2 (2023), pp. 93–110.

berfungsi sebagai sumber penilaian self-efficacy dan juga sebagai konsekuensi dari keyakinan akan *self-efficacy*

2. Gender juga berpengaruh terhadap *self-efficacy*. Hal ini dapat dilihat dari penelitian Bandura tahun 1997 yang menyatakan bahwa wanita lebih efikasinya yang tinggi dalam mengelola perannya. Wanita yang memiliki peran selain sebagai ibu rumah tangga, juga sebagai wanita karir akan memiliki self- efficacy yang tinggi dibandingkan dengan pria yang bekerja
3. Sifat dari Tugas yang Dihadapi Derajat dari kompleksitas kesulitan tugas yang dihadapi oleh individu akan mempengaruhi penilaian individu tersebut terhadap kemampuan dirinya sendiri. Semakin kompleks tugas yang dihadapi oleh individu maka akan semakin rendah individu tersebut menilai kemampuannya. Sebaliknya, jika individu dihadapkan pada tugas yang mudah dan sederhana maka akan semakin tinggi individu tersebut menilai kemampuannya.
4. Intensif Eksternal Faktor lain yang dapat mempengaruhi *self-efficacy* individu adalah intensif yang diperolehnya. Bandura menyatakan bahwa salah satu faktor yang dapat meningkatkan self-efficacy adalah competent continges incentive, yaitu intensif yang diberikan orang lain yang merefleksikan keberhasilan seseorang[30].
5. Status atau Peran Individu dalam Lingkungan Individu yang memiliki status yang lebih tinggi akan memperoleh derajat kontrol yang lebih besar sehingga self-efficacy yang dimilikinya juga tinggi. Sedangkan individu

[30] Hardiyana and Maemonah.

yang memiliki status yang lebih rendah akan memiliki kontrol yang lebih kecil sehingga self-efficacy yang dimilikinya juga rendah.

6. Informasi tentang Kemampuan Diri Individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi, jika ia memperoleh informasi positif mengenai dirinya, sementara individu akan memiliki self-efficacy yang rendah, jika ia memperoleh informasi negatif mengenai dirinya.

2.4.Model SERVQUAL

Teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Simson, dkk[31] memperkenalkan model SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan persepsi pelanggan terhadap kesesuaian antara harapan dan realisasi layanan yang diterima. Model ini sangat relevan diterapkan dalam konteks pelayanan publik untuk menilai dan meningkatkan kualitas layanan. Menurut Eri, dkk[32] kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama:

1. Tangibles (Bukti Fisik)

   Tangibles mengacu pada penampilan fisik dari fasilitas, perlengkapan, peralatan, dan personel yang memberikan layanan. Dalam konteks pelayanan publik, ini mencakup segala hal yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh masyarakat saat menerima layanan.

2. Reliability (Keandalan)

[31] Deiby Christiana Tinggogoy, Djarul Bahar, and Simson Tondo, 'Analisis Kualitas Pelayanan Publik Di Polres Halmahera Utara', *JIPAGS (Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies)*, 3.2 (2020).

[32] Andi Ismawaty, Moch Ali Mahuri, and Eri Bonggasau, 'Kualitas Pelayanan Publik Di Puskesmas Binuang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar', *Parjhuga : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Daerah*, 2.1 (2024), pp. 31–39.

Melaksanakan layanan secara andal, tepat waktu, dan sesuai dengan yang dijanjikan, tanpa melakukan kesalahan. Dalam konteks pelayanan publik, reliability berarti bahwa instansi pemerintah dapat memberikan layanan yang konsisten, akurat, dan sesuai prosedur, sehingga masyarakat merasa yakin dan percaya terhadap kualitas layanan yang diberikan.

3. Responsiveness (Daya Tanggap)

Daya Tanggap) adalah kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat serta tanggap terhadap permintaan atau keluhan. Dalam konteks pelayanan publik, responsiveness mencerminkan sejauh mana petugas atau instansi pemerintah proaktif, sigap, dan peduli dalam melayani masyarakat, baik dalam memberikan informasi, menyelesaikan masalah, maupun merespons pertanyaan atau keluhan.

4. Assurance (Jaminan)

Assurance (Jaminan) adalah dimensi dalam model SERVQUAL yang merujuk pada pengetahuan, keterampilan, kesopanan, serta kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam konteks pelayanan publik, assurance menunjukkan sejauh mana petugas mampu memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, dan profesionalisme, sehingga masyarakat merasa tenang, dihargai, dan percaya bahwa mereka dilayani oleh pihak yang kompeten.

5. Empathy (Empati)

Empati adalah dimensi dalam model SERVQUAL yang menggambarkan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan perhatian dan kepedulian secara

individual kepada masyarakat, serta memahami kebutuhan dan kondisi mereka secara personal. Dalam konteks pelayanan publik, empati berarti bahwa petugas layanan tidak hanya menjalankan prosedur, tetapi juga menunjukkan sikap ramah, memahami situasi masyarakat, dan melayani dengan pendekatan yang manusiawi dan tidak diskriminatif.

2.5.Kajian Terdahulu

Pada penelitian ini merujuk pada para peneliti terdahulu berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang membantu penulis untuk memperoleh teori yang tercantum pada tabel 2.1. sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No	**Penulis & Tahun**	**Judul**	**Hasil**
1	Savitri & Marlena[33]	Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Dan Green Knowledge Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Cleo Eco Green Di Wilayah Surabaya	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh green marketing, green brand image, dan green knowledge terhadap kepuasan pelanggan produk cleo eco green di wilayah surabaya.
2	Bala & Haryanto (2021)[34]	Peranan *Consumer Knowledge* Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen	*Consumer knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Kemudahan prosedur berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung

[33] Savitri and Marlena.

[34] Rima Parawati Bala and Aris Tri Haryanto, 'Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen', *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8.1 (2021), pp. 61–69, doi:10.36587/exc.v8i1.887.

3	Puspitasari & Febrianti (2024)[35]	Analisis Pengaruh Efektivitas Komunikasi, Customer Knowledge Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan	Customer knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Akmalia (2020)[36]	Pengaruh Knowledge Managemet Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Pamapersadanusantara Di Tenggarong	Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel KnowledgeManagement dan variabel Kompensasi terdapat pengaruh signifikan terhadapkepuasan kerja karyawan PT. Pamapersada Nusantara di Tenggarong sertavariabel knowledge management yang memiliki pengaruh lebih dominan, sementara variabel kompensasi terdapat pengaruh tetapi nilainya kecil.
5	Nurarista & Indrarini (2021)[37]	Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen	product knowledge tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan variabel kualitas pelayanan islami berpengaruh pada kepuasan nasabah. Sedangkan secara simultan variabel product knowledge dan kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BTN KCS Surabaya
6	Candana, dkk (2022)[38]	Pengaruh *Self Efficacy* Dan *Perceived Organizational* Support Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel self efficacy terhadap kepuasan penerima layana
7	Suhery, dkk (2020)[39]	Pengaruh *Self-Efficacy* Dan *Employee Engagement* Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Perbankan Di Padang	self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan perbankan di Kota Padang;

[35] Ayu Puspitasari and Devi Sri Febrianti, 'Analisis Pengaruh Efektivitas Komunikasi, Customer Knowledge Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4.2 (2024), pp. 202–13, doi:10.60036/jbm.v4i2.art9.

[36] Akmalia.

[37] Nurarista and Indrarini.

[38] Candana and others.

[39] Suhery and others.

8	Cornelisz, dkk (2024)[40]	Pengaruh Budaya Organisasi, Self Eficacy, Dan Kondisi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Di Sutan Raja Hotel Manado	Self-Efficacy berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan di Sutan Raja Hotel Manado, serta kondisi kerja berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan di Sutan Raja Hotel Manado
9	Ratnasari, dkk[41]	Pengaruh Self Efficasy Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Nusantara Optik	self efficasy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Nusantara Optik. Hal dapat diartikan bahwa dengan meningkatnya self efficacy maka akan dapat meningkatkan kinerja karyawan pada Nusantara Optik.
10	Nurdin, dkk (2024)[42]	Pengaruh Self-Efficacy, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Fastrata Buana Cabang Bandung	self-efficacy, motivasi, dan, kepuasan kerja secara individual berpengaruh positif dan kuat terhadap kinerja karyawan. Secara kolektif, self-efficacy, motivasi, dan kepuasan kerja menyumbang pengaruh positif dan kuat terhadap kinerja karyawan

2.6.Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan buah hasil pemikir yang di *design* untuk menghubungkan variabel yang diteliti berangkat dari teori yang telah dideskripsikan agar dapat dikembangkan[43]. Kerangka berpikir digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mendeskripsikan teori sebagai akses untuk melakukan penelitian ini[44].

[40] Laisya N Cornelisz, Lucky O Dotulong, and Greis M Sendow, 'Pengaruh Budaya Organisasi, Self Eficacy, Dan Kondisi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Di Sutan Raja Hotel Manado', *Jurnal EMBA*, 12.3 (2024), pp. 326–34.

[41] Ratnasari, Indarwati, and Pujiono.

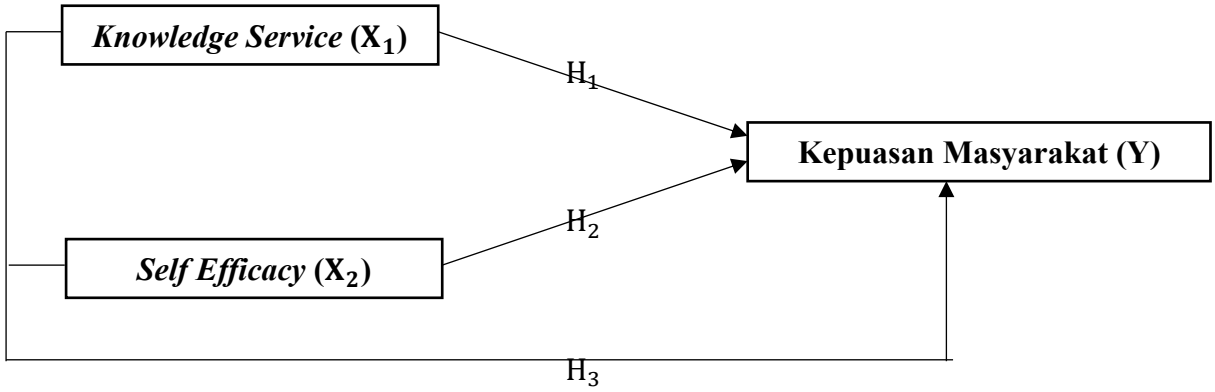
[42] Asep Nurdin, Ridwan Muttaqin, and Gurawan Dayona, 'Pengaruh Self-Efficacy , Motivasi , Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Fastrata Buana Cabang Bandung', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10.3 (2024), pp. 2116–27.

[43] Sugioyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2015).

[44] Sugioyono.

Sehingga dari uraian beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan di atas maka kerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.7.Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono adalah dugaan sementara. Untuk hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut[45]:

H_1: *Knowledge Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Nagari Bukik Batabuah

H_2: *Self-Efficac* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Nagari Bukik Batabuah

H_3: *Knowledge Service* dan *Self-Efficaci* terhadap kepuasan masyarakat Nagari Bukik Batabuah

[45] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Cv. Alfabeta, 2007).

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional (*correlation research*)[46]. Maksud penelitian korelasional adalah penelitian yang melihat hubungan antara variabel atau beberapa variabel dengan variabel lainnya agar dapat memprediksi variabel *endogen* (Y) Kepuasan Masayarakat . Variabel eksogen (X) *Knowledge Service* (X_1) dan *Self-Efficaci* (X_2) dalam penelitian ini**.**

3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di kator wali Nagari Bukik Batabuah Dan dilakukan pada tanggal 05 Mei s/d 05 Agustus 2024.

3.3. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber dari hasil tinjauan literatur baik dari buku, jurnal dan sebagainya. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, yaitu menggunakan kuesioner.

[46] Sugiono.

3.4. Populasi Dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang memiliki domisili Nagari Bukik Batabuah yang mengunjungi untuk mendapatkan akses pelayanan administrasi di kantor Nagari Bukik Batabuag sebanyak 967 orang.

3.4.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono[47] merupakan sebagian atau yang mewakili dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan menurut Yusuf[48] sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan di atas merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing masing karakteristiknya. Penentuan besaran ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan asumsi dari Arikunto yang menyatakan jika jumlah populasi > 100 maka jumlah sampel boleh diambil sampai 10-35%. Apabila jumlah populasi < 100 maka seluruh jumlah populasi dijadikan sampel. Maka jumlah populasi dalam penelitian dijadikan sampel yakni sebesar 97 orang

[47] Sugioyono.
[48] Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Gabungan* (Kencan, 2017).

masyarakat Nagari Bukik Batabuah.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan menggunakan *cluster sampling*. *cluster sampling* adalah sampel *random sampling* dimana tiap tiap unit dikumpulkan sebagai satu kumpulan atau *cluster*41. Dalam hal ini *cluster* dapat diartikan sebagai kelompok atau kumpulan, di mana unsur-unsur dalam satu *cluster homogen*, sedangkan antara satu *cluster* dengan *cluster* lain terdapat perbedaan

3.5. Definisi Operasional

Untuk dapat mempermudah dalam mengartikan variabel-variabel yang ada dalam penelitian, maka variabel dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Ukuran	Referensi
1	*Knowledge Service*(X_1)	pengetahuan tentang suatu produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk	1. Pengetahuan karakteristik 2. Pengetahuan tentang manfaat produk 3. Pengetahuan produk yang dapat memberikan kepuasan	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2008) Irvanto (2020) Simarmata (2021)
2	*Self Efficacy* (X_1)	sebagai keyakinan manusia terhadap kemampuan mereka untuk melakukan pengendalian terhadap fungsi diri mereka sendiri dan kejadian di lingkunganya, dan ia juga percaya bahwa *self-efficacy* adalah	1. *System Satisfaction* 2. *Enterprise Satisfaction* 3. *Product / Service Satisfaction*	Ordinal	Kotler and Keller (2012)
3	*Kepuasan* (Y)	kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan	*1. Magnitude* (Keyakinan) *2. Generality* (Situasi) *3. Strength* (Kekuatan Diri)	ordinal	Etta dan Sopiah (2013)

		produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka			

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuisioner). Angket atau kuesioner merupakan suatu alat pengumpul data yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal tentang yang ingin diketahui.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk tertulis kepada responden untuk di jawabanya. Dalam penyusunan angket disusun menurut skala likert dengan kisi-kisi pertanyaan dalam tabel 3.2 sebagai berikut

Tabel 3.2.
Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Item	Referensi
1	*Knowledge Service*(X_1)	1. Pengetahuan karakteristik 2. Pengetahuan tentang manfaat produk 3. Pengetahuan produk yang dapat memberikan kepuasan	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2008) Irvanto (2020) Simarmata (2021)
2	*Self Efficacy* (X_1)	1. *System Satisfaction* 2. *Enterprise Satisfaction* 3. *Product / Service Satisfaction*	Ordinal	Kotler and Keller (2012)
3	*Kepuasan* (Y)	1. *Magnitude* (Keyakinan) 2. *Generality* (Situasi) 3. *Strength* (Kekuatan Diri)	ordinal	Etta dan Sopiah (2013)

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang akurat. Dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpulan datanya yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau penyebaran daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner menggunakan *google form* dengan cara membagi link kepada responden penelitian, artinya peneliti tidak berada pada saat responden mengisi kuesioner penelitian yang peneliti ajukan, dan menjelaskan pernyataan-pernyataan kuesioner yang tidak dipahami responden melalui media sosial sebagai jembatan penghubung antara peneliti dan responden dalam memperoleh data.

3.8. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software Warp-PLS, dikarenakan dalam penelitian ini berbentuk reflektif. Model reflektif merupakan model yang menunjukkan hubungan variabel laten dan indikatornya[49] pemodelan persamaan struktural yang sering disebut Partial SquaresStructural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Warp-PLS 7 digunakan untuk menganalisis data dan jalur pemodelan dengan

[49] Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PLS* (Badan Penerbit UNDIP, 2006).

variabel laten. Menurut Ghozali[50] analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub bab model yaitu model pengukuran yang disebut outer model dan model struktural yang disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variabel merepresentasikan variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk

3.8.1. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Model Pengukuran Outer Model

   Model pengukuran menggambarkan bagaimana hubungan setiap blok indikator dengan variabel latennya. Outer model digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Hal ini berguna untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Menurut Ghozali[51] pengukuran yang dilakukan melalui model pengukuran yaitu *convergent validity, discriminant validity, composite reliability (cronbach's alpha).*

2. *Convergent Validity*

[50] Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PSL,* (Badan Penerbit UNDIP, 2006).

[51] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*, Edisi 9 (Universitas Diponegoro, 2018).

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen indikator refleksif dengan program SmartPLS 3.0 dapat dilihat dari nilai loading factor untuk setiap indikator konstruk.

3. Discriminant Validity

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi.

4. *Composite Reliability* (*Cronbach's Alpha*)

Selain uji validitas, pengukuran model juga melakukan uji reliabilitas suatu konstruk untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Akan tetapi penggunaan Cronbach's Alpha akan memberikan nilai yang lebih rendah sehingga lebih disarankan untuk menggunakan Composite Reliability dalam menguji reliabilitas suatu konstruk.

Tabel 3.3
Rule of Thumb Outer Model

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
Convergent Validity	*Loading Factor*	> 0.70
	Average Variance Extracted (AVE)	> 0.50
Discriminant Validity	*Cross Loading*	> 0.70 untuk setiap variabel
Reliabilitas	*Cronbach's Alpha*	> 0.70
	Composite Reliability	> 0.70

Sumber: Ghozali dan Latan (2020:71)

5. Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali[52] Inner model atau model struktural menggambarkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori. Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.

Tabel 3.4
Rule of Thumb Inner Model

Kriteria	**Rule of Thumb**
R-square	0.75, 0.50 dan 0.25 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah

Sumber: Ghozali dan Latan (2020:71)

6. Uji hipotesis

Setelah model secara keseluruhan dan secara parsial diuji, maka pada tahap berikutnya dilakukan pengujian hipotesis. Menurut Ghozali[53], uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T-statistik dibandingkan dengan nilai T-tabel = 1,96 pada tingkat signifikansi p value = 0,05. Apabila nilai T-statistik > T-tabel, maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen

[52] Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PLS*.
[53] Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PLS*.

7. Analisis Jalur

(Path Analysis) apabila suatu model dibentuk dengan menggunakan variabel mediasi, maka suatu model regresi berganda tidak dapat menyelesaikan persoalan tersebut. Teknik analisis yang tepat yaitu analisis jalur. Analisis jalur memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan langsung antar variabel maupun hubungan tidak langsung antar variabel dalam model

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1.Gambaran Umum Nagari Bukik Batabuah

4.1.1. Sejarah Nagari Bukik Batabuah

Nagari Bukik Batabuah didirikan pertama kali oleh Niniak Mamak Indu Nan Tangah Limo Puluah. Sedangkan yang menjadi Panitianya adalah Angku Nan Tigo Baleh. Mereka mempunyai susunan asli berdasarkan hak asal-usul yang bersifat istimewa. Susunan dimaksud terdiri dari beberapa suku gadang sebagai berikut:

1. Suku gadang Koto Padang Langgundi sebanyak 6 kaum.
2. Suku gadang Koto Surau sebanyak 6 kaum.
3. Suku gadang Pisang di Lurah sebanyak 6 kaum.
4. Suku gadang Pisang Kandang Laweh sebanyak 6 kaum.
5. Suku gadang Tujuah Buah Paruik sebanyak 7 kaum.
6. Suku gadang Tigo Alua sebanyak 4 kaum.
7. Suku gadang Sikumbang Jantan sebanyak 5 kaum.
8. Suku gadang Sikumbang Silubuak sebanyak 5 kaum.

Angku Nan Tigo Baleh adalah Niniak Mamak yang menjadi panitia dalam proses alek batagak pangulu, malewakan gala, mambangkik batang tarandam, manyuruakkan baju nan balipek di marawa nan tagak, di tanduak nan tabanam, di darah nan talayau, dagiang nan balapah.

Nama Bukik Batabuah berasal dari nama dua wilayah yaitu wilayah Bukik yang dihuni oleh Nan Sambilan Suku, sedangkan

wilayah yang satunya lagi adalah Batabuah yang dihuni oleh Nan Ampek Suku. Bagian wilayah di luar itu disebut Kubu yaitu: Kubu Alam, Kubu Cumantiang, Bareco, Andaleh, Kubu Sarunai, Kubu Panjang, Kubu Nan Duo, Kubu Pudiang, Kubu Apa, Kubu Lado, Kubu Rakik, Kubu Baringin dan lain lain.

4.2.Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah acar atau fase yang dapat dilakukan untuk membuat sebuah kesimpulan atau membantu data yang terdeteksi outlier dan memudahkan kita untuk melihat alur dari data penelitian ini diantaranya yang dideskripsikan dalam beberapa sajian diantaranya deskripsi responden adalah sebagai berikut:

4.2.1. Deskrifsi Responden

Deskripsi responden adalah sebuah proses menjelaskan responden berdasarkan Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendidikan sebagaimana di dalam tabel dibawah ini:

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah sebagai berikut dalam table 4.1.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	32	33%
Perempuan	65	67%
Total	**97**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.1. diatas dari 97 orang responden terdapat 32 orang responden yang berjenis kelamin laki-laki atau sebesar 33% dan terdapat 65 orang responden yang berjenis kelamin perempuan atau sebesar 67% responden dalam penelitian.

Deskripsi responden berdasarkan tingkat Pendidikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut dalam tabel 4.2

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	18	19%
SMP	21	22%
SMA/SMK	35	36%
D3/S1	23	23%
Total	**97**	**100%**

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.2. diatas dari 97 orang responden terdapat 18 orang responden yang tingkat pendidikan SD atau sebesar 19%. Responden yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 21 oran atau sebesar 22%. Responden yang berpendidikan terakhir *SMA/SMK* sebanyak 35 oran atau sebesar 36%. Responden yang berpendidikan terakhir D3/S1 sebanyak 23 oran atau sebesar 23%.

4.2.2. Frekuensi Responden

Dari hasil distribusi frekuensi penyebaran kuesioner didapat jawaban responden terhadap Label Halal adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Frequency* Jawaban *Knowledge Services

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
KS1	13	0	2	33	49	97
KS2	11	10	26	27	23	97
KS3	11	11	37	21	17	97
KS4	10	5	2	24	56	97
KS5	12	9	18	27	31	97
KS6	2	0	20	49	26	97
KS7	10	13	31	24	19	97
KS8	10	11	46	19	11	97
KS9	12	9	18	27	31	97
Total	**91**	**68**	**200**	**251**	**263**	**873**
Persentase	**10,42%**	**7,79%**	**22,91%**	**28,75%**	**30,13%**	**100,00%**

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas terdapat responden yang meberikan pernyataan tentang *Knowledge Services* (X_1) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 91 atau setara 10.42%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebesar 68 atau setara 7.79%. Responden yang memberikan peryataan netral (N) sebesar 200 atau setara 22.91%. Responden yang memberikan peryataan setuju (S) sebesar 251 atau setara 28.75%. Dan responden yang memberikan peryataan sangat setuju (SS) sebesar 263 atau setara 30.13%. Dari peryataan yang diberikan responden cendrung memberikan peryataan setuju (SS) sebesar 263 atau setara 30.13%.

Tabel 4.4
Frequency* Jawaban *Self-Efficacy

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
SE1	13	0	2	33	49	97
SE2	11	10	26	27	23	97
SE3	11	11	37	21	17	97
SE4	10	5	2	24	56	97
SE5	12	9	18	27	31	97
SE6	2	0	20	49	26	97
SE7	10	13	31	24	19	97
SE8	10	11	46	19	11	97
SE9	12	9	18	27	31	97
SE10	11	7	20	32	27	97
Total	**102**	**75**	**220**	**283**	**290**	**970**
Persentase	**10,52%**	**7,73%**	**22,68%**	**29,18%**	**29,90%**	**100,00%**

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan *Self-Efficacy* tabel 4.4 diatas terdapat responden yang meberikan pernyataan tentang (X_2) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 102 atau setara 10.52%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS)

sebesar 75 atau setara 7.73%. Responden yang memberikan peryataan netral (N) sebesar 220 atau setara 22.68%. Responden yang memberikan peryataan setuju (S) sebesar 283 atau setara 29.18%. Dan responden yang memberikan peryataan sangat setuju (SS) sebesar 290 atau setara 29.30%. Dari peryataan yang diberikan responden cendrung memberikan peryataan setuju (SS) sebesar 290 atau setara 29.30.%.

Tabel 4.5
***Frequency* Jawaban Kepuasan Masyarakat**

Indikator	STS	TS	N	S	SS	N
KM1	11	10	26	27	23	97
KM2	11	11	37	21	17	97
KM3	10	5	2	24	56	97
KM4	12	9	18	27	31	97
KM5	2	0	20	49	26	97
KM6	10	13	31	24	19	97
KM7	10	11	46	19	11	97
KM8	12	9	18	27	31	97
KM9	11	7	20	32	27	97
Total	**89**	**75**	**218**	**250**	**241**	**873**
Persentase	**10,19%**	**8,59%**	**24,97%**	**28,64%**	**27,61%**	**100,00%**

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas terdapat responden yang meberikan pernyataan tentang Kepuasan Masyarakat **(**Y) terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 89 atau setara 10.19%. Responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebesar 75 atau setara 8.59%. Responden yang memberikan peryataan netral (N) sebesar 218 atau setara 24.97%. Responden yang memberikan peryataan setuju (S) sebesar 250 atau setara 28.64%. Dan responden yang memberikan peryataan sangat setuju (SS) sebesar 241 atau setara 27.61%. Dari

peryataan yang diberikan responden cendrung memberikan peryataan setuju (S) sebesar 250 atau setara 28.64.%.

4.2.3. Analisis Model Pengukuran

Pada model pengukuran penelitian, terdapat beberapa evaluasi yang harus diuji yaitu:

Table 4.6
Kriteria Evaluasi Model Pengukuran Konstruk Reflektif

Kriteria Pengukuran	Parameter	Batasan Nilai
Indicator Reliability	*Loading Factor*	0.70 untuk *confirmatory research*, namun 0.4-07 masih dapat dipertimbangkan untuk *exploratory research.*
Internal Consistency Reliability	*Composite Reliability Cronbach Alpha*	0,7 untuk syarat *composite reliability* dan *Cronbach Alpha* pada *confirmatory research*. Namun 0.6-07 masih dapat diterima untuk *exploratory research.*
Convergent Validity	*Average Variance Extracted* (AVE)	Lebih besar dari 0.5 untuk *confirmatory* dan *exploratory research*
Discriminant Validity	*Square Root Of AVE Correlation Between Constructs*	*Square Root Of* AVE > *Correlation Between Constructs*

Sumber: Fornell & Larcker (1981), Hair *et al.* (2013)

Table 4.7
Kriteria Evaluasi Model Pengukuran

Variabel Laten	*Composite Reliability*	*Cronbach's Alpha*	*AVE*
Knowledge Services	0.940	0.927	0.636
Self-Efficacy	0.923	0.905	0.554
Kepuasan Masyarakat	0.930	0.914	0.600

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukan gambar *Composite Reliability* pada variabel adalah *Knowledge Services* (X_1) sebesar 0.940. Variabel *Self-Efficacy* (X_2) sebesar 0.923. dan *Kepuasan Masyarakat* (Y) sebesar 0.930. yang artinya dari keseluruhan variabel memiliki nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0.7 yang artinya telah memenuhi syarat dalam

evaluasi model pengukuran. Namun 0.6-07 masih dapat diterima untuk *exploratory research.*

Nilai *Cronbach's Alpha pada* variabel adalah *Knowledge Services* (X_1) sebesar 0.927. Variabel *Self-Efficacy* (X_2) sebesar 0.905. dan *Kepuasan Masyarakat* (Y) sebesar 0.914. yang artinya dari keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha lebih* besar dari lebih besar dari 0.6-0.7 yang artinya sudah dinyatakan layak dan untuk tidak melalukan pertimbangan

Nilai *Average Variance Extracted pada* variabel adalah *Knowledge Services* (X_1) sebesar 0.636. Variabel *Self-Efficacy* (X_2) sebesar 0.554. dan *Kepuasan Masyarakat* (Y) sebesar 0.600. yang artinya nilai *Average Variance Extracted* keseluruhan variabel lebih besar dari 0.5 sehingga dapat dinyatakan memenuhi kriteria evaluasi model dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Tabel 4.8
Loading Factor Untuk Variabel Knowledge Services *Self-Efficacy*, dan *Kepuasan Masyarakat* sebelum Dire Spesifikasi

Knowledge Services		***Self-Efficacy***		***Kepuasan Masyarakat***	
Ind	***LF***	**Ind**	***LF***	**Ind**	***LF***
KS.1	(0.674)	SE.1	(0.416)	KM.1	(0.828)
KS.2	(0.873)	SE.2	(0.825)	KM.2	(0.822)
KS.3	(0.736)	SE.3	(0.806)	KM.3	(0.757)
KS.4	(0.770)	SE.4	(0.777)	KM.4	(0.747)
KS.5	(0.819)	SE.5	(0.745)	KM.5	(0.850)
KS.6	(0.839)	SE.6	(0.854)	KM.6	(0.747)
KS.7	(0.865)	SE.7	(0.745)	KM.7	(0.516)
KS.8	(0.833)	SE.8	(0.516)	KM.8	(0.828)
KS.9	(0.744)	SE.9	(0.825)	KM.9	(0.822)
		SE.10	(0.806)		

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.13 dari 28 item pertanyaan yang diberikan kepada responden terdapat pada variabel Knowledge Services (X_1), *Self-Efficacy* (X_2), *Kepuasan Masyarakat* (Y), memiliki nilai *loading factor* yang terletak antara 0.4-0.7 hal ini masih dapat dipertimbangkan yang artinya item pertanyaan ini sudah memenuhi nilai *loading factor* sehingga dapat dipertahankan untuk uji selanjutnya sebagaimana hasil nilai *loading factor yang sudah* Dire Spesifikasi didalam tabel 4.9 dibawah.

Tabel 4.9
Loading Factor Untuk Variabel Knowledge Services *Self-Efficacy*, dan *Kepuasan Masyarakat* Sesudah Dire Spesifikasi

Knowledge Services		***Self-Efficacy***		***Kepuasan Masyarakat***	
Ind	***LF***	**Ind**	***LF***	**Ind**	***LF***
KS.1	(0.674)	SE.1	(0.416)	KM.1	(0.828)
KS.2	(0.873)	SE.2	(0.825)	KM.2	(0.822)
KS.3	(0.736)	SE.3	(0.806)	KM.3	(0.757)
KS.4	(0.770)	SE.4	(0.777)	KM.4	(0.747)
KS.5	(0.819)	SE.5	(0.745)	KM.5	(0.850)
KS.6	(0.839)	SE.6	(0.854)	KM.6	(0.747)
KS.7	(0.865)	SE.7	(0.745)	KM.7	(0.516)
KS.8	(0.833)	SE.8	(0.516)	KM.8	(0.828)
KS.9	(0.744)	SE.9	(0.825)	KM.9	(0.822)
		SE.10	(0.806)		

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.9 hasil perbaikan indikator pada tabel di atas variabel variabel *Knowledge Services* (X_1), *Self-Efficacy* (X_2), Kepuasan Masyarakat (Y), telah memenuhi kriteria nilai loading factor yaitu dengan memiliki nilai antara 0.40 sampai 0.70, dapat disimpulkan bahwa nilai *loading factor* sudah terpenuhi sehingga dapat dialnjutkan ke tahap selanjutnya.

Tabel 4.10
Discriminant Validity

Variabel Latent	X1	X2	Y
Knowledge Services	(0.797)	0.164	0.178
Self-Efficacy	0.164	(0.744)	0.997
Kepuasan Masyarakat	0.178	0.997	(0.774)

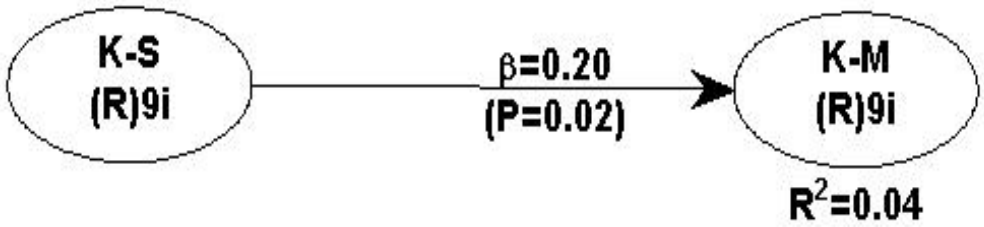
Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa *discriminant validity* setiap variabel telah memenuhi syarat, dibuktikan dengan dengan akar kuadrat AVE lebih besar dari pada koefisien korelasi antar konstruk pada Variabel *Knowledge Services* (X_1) dapat dengan tepat mengukur variabel Label Halal (X_1) artinya akar kuadrat *Knowledge Services* (X_1) sebesar 0.797 lebih besar dari akar kuadrat *Self-Efficacy* (X_2) ke Kepuasan Masyarakat (Y) sebesar 0.744 dan lebih besar dari Kepuasan Masyarakat akar kuadrat *Knowledge Services* (X_1) sebesar 0.774.

4.2.4. Analisis Model Struktural

Dalam pengujian model struktural dilakukan pendekatan Stepwise. Penelitian ini melakukan *stepwise* dengan menerapkan dua tahapan, pertama, menguji apakah variabel *Knowledge Services* (X_1) dan *Self-Efficacy* (X_2) berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Masyarakat (Y).

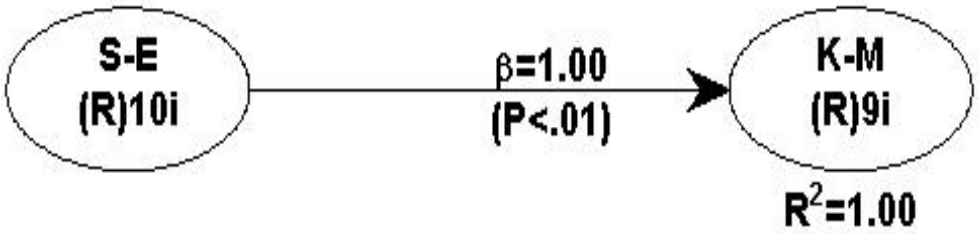
Gambar 4.1
***Direct Effect Knowledge Services* Terhadap Kepuasan Masyarakat**



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2025)

Dari gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa pengaruh langsung *Knowledge Services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai β sebesar 0.20 dan niali P-Value sebesar 0.02 kecil dari 0.05 ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 0.04 yang artinya kontribusi pengaruh *Knowledge Services* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 4%.

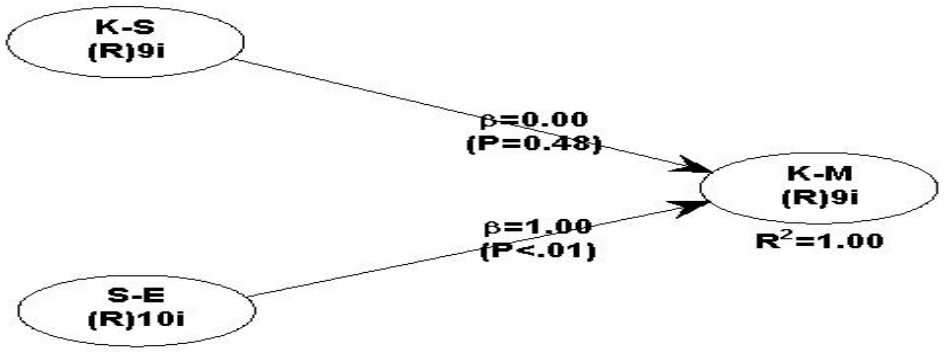
Gambar 4.2
***Direct Effect Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat**



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2025)

Dari gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa pengaruh langsung *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai β sebesar 1.00 dan niali P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 1.00 yang artinya kontribusi pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%.

Gambar 4.3
***Direct Effect Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat**



Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2025)

Dari gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa pengaruh langsung *Knowledge Services* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai β sebesar 0.00 dan nilai P-Value sebesar 0.48 besar dari 0.05. sedangkan *Self-Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai β sebesar 1.00 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05. ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 1.00 yang artinya kontribusi pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%. Ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 1.00 yang artinya kontribusi pengaruh secara simultan *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%.

Tabel 4.11
Output PLS Pengaruh Langsung Pengaruh *Knowledge Services* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.202, P=0.009
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.041, P=0.171
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.031, P=0.190
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	Average block VIF (AVIF) not available
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	132.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.156, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2025)

Tabel 4.12
Output PLS Pengaruh Langsung Pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	0.998, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.995, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.995, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	Average block VIF (AVIF) not available
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	132.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2025)

Tabel 4.13
Output PLS Pengaruh Langsung Pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Kriteria	Rule of Thumb	Pengaruh Langsung
(APC)	Nilai p values < 0.05	(0.500, P<0.001
(ARS)	Nilai p < 0.05	0.995, P<0.001
(AARS)	Nilai p < 0.05	0.995, P<0.001
(AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	1.041, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(AFVIF)	Nilai < 5 dan idealnya <=3.3	132.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
(GoF)	Nilai small >=0.1, medium>=0.25,large >=0.36	0.770, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
(SPR)	Nilai >0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
(RSCR)	Nilai >=0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
(SSR)	Diterima jika nilai >0.7	1.000, acceptable if >= 0.7
(NLBCDR)	Diterima jika nilai >=0.7	1.000, acceptable if >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer dengan WarpPLS 5.0 (2025)

4.2.5. Hasil Hipotesis

Berdasarkan pengujian analisis jalur dengan menggunakan software WarpPLS 5.0 untuk masing-masing variabel yaitu: *Knowledge Services* (X_1), dan *Self-Efficacy* (X_2), Kepuasan Masyarakat (Y) sebagai berikut:

H_1: *Knowledge Services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai β sebesar 0.20 dan niali P-Value sebesar 0.02 kecil dari 0.05 ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 0.04 yang artinya kontribusi pengaruh *Knowledge Services* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 4%.

H_2: *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan nilai β sebesar 1.00 dan niali P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar

1.00 yang artinya kontribusi pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%.

H_2: *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat secara bersamaan ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 1.00 yang artinya kontribusi pengaruh secara simultan *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%.

4.3.Analisis Temuan

Analisis temuan dalam penelitian ini adalah hasil dari analisis data yang di interpretasikan hasil dan menyimpulkan hasil secara temuan maupun teoritis yang disajikan sebagai berikut:

4.3.1. Pengaruh *Knowledge Services* terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa Knowledge Services berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien β sebesar 0,20 dan nilai P-Value sebesar 0,02, yang lebih kecil dari ambang batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, secara statistik, pengaruh tersebut dapat dinyatakan signifikan.

Selain itu, nilai R^2 sebesar 0,04 menunjukkan bahwa kontribusi variabel Knowledge Services dalam menjelaskan variasi terhadap Kepuasan Masyarakat adalah sebesar 4%, sedangkan sisanya (96%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Meskipun kontribusinya tergolong kecil, arah

hubungan yang positif menunjukkan bahwa peningkatan layanan berbasis pengetahuan cenderung meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat.

Meskipun kontribusi secara statistik masih tergolong rendah, signifikansi hasil ini memperlihatkan bahwa akses terhadap informasi yang tepat, akurat, dan solutif dari instansi pemerintah dapat meningkatkan kepuasan masyarakat, khususnya dalam hal pemahaman prosedur layanan, kepercayaan terhadap institusi publik, dan persepsi kualitas pelayanan. Bahwa digitalisasi pelayanan publik, jika didukung oleh fitur yang user-friendly, informatif, dan responsif, dapat memberikan pengalaman layanan yang lebih baik. Platform digital memfasilitasi aksesibilitas, transparansi, dan efisiensi, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pemerintah.

Fenomena yang terjadi di era saat ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin membutuhkan layanan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berbasis pengetahuan yang relevan, mudah diakses, dan mampu memberikan solusi. Hal ini terjadi karena ekspektasi masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik terus meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi dan keterbukaan informasi. Salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya integrasi layanan berbasis pengetahuan (*Knowledge Services*) dalam berbagai sektor layanan masyarakat. Dalam banyak kasus, layanan yang

diberikan masih bersifat prosedural dan belum sepenuhnya memanfaatkan sistem pengetahuan yang terstruktur, seperti sistem informasi, basis data, maupun dukungan konsultatif yang bersifat edukatif.

Dampak dari temuan ini mengisyaratkan perlunya penguatan sistem *Knowledge Services* dalam layanan publik atau organisasi, agar mampu memberikan dampak yang lebih luas terhadap kepuasan masyarakat. Organisasi perlu meningkatkan kapasitas pengelolaan pengetahuan, mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi, dan memastikan bahwa layanan yang diberikan bersifat solutif, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Selain itu, temuan ini juga mengindikasikan bahwa kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya, seperti kecepatan layanan, kejelasan informasi, empati petugas, serta keadilan dalam proses pelayanan. Oleh karena itu, *Knowledge Services* harus diintegrasikan sebagai bagian dari strategi pelayanan yang lebih komprehensif guna menciptakan pelayanan publik yang berkualitas dan berkelanjutan.

4.3.2. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat, dengan nilai β sebesar 1.00 dan niali P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjukan oleh nilai R^2 sebesar 1.00 yang artinya kontribusi pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%.

yang berarti meskipun kontribusinya tidak dominan, namun cukup berarti dalam memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan.

Self-efficacy atau efikasi diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. Dalam konteks pelayanan publik, masyarakat yang memiliki tingkat self-efficacy tinggi akan lebih percaya diri dalam mengakses, memahami, dan menggunakan layanan yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga penyedia jasa. Hal ini menjadikan mereka lebih aktif dalam mencari informasi, menyampaikan keluhan atau masukan, serta lebih toleran terhadap keterbatasan layanan, sehingga pada akhirnya berpengaruh pada tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan.

Temuan ini selaras dengan pendapat Bandura (1997) yang menyatakan bahwa efikasi diri memengaruhi bagaimana individu berpikir, merasa, dan bertindak, termasuk dalam menilai keberhasilan pengalaman mereka. Dalam konteks layanan publik, keyakinan masyarakat terhadap kemampuan mereka sendiri dalam mengakses dan menggunakan layanan berdampak besar pada kepuasan yang dirasakan. Penelitian oleh Mesriyani dkk[54] juga memperkuat hal ini, di mana mereka menemukan bahwa individu dengan *self-efficacy* tinggi

[54] Tiara Mesriyani and Riri Mayliza, 'Pengaruh Self Efficacy Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Pesisir Selatan', *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2.1 (2023), pp. 21–37.

terhadap teknologi digital memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan pemerintah digital karena mampu menjalankan proses layanan secara mandiri.

Secara teori, temuan ini didukung oleh *Social Cognitive Theory* Bandura[55] yang menyatakan bahwa perilaku manusia, termasuk kepuasan terhadap layanan, merupakan hasil interaksi antara faktor personal (dalam hal ini efikasi diri), lingkungan, dan perilaku itu sendiri. Dengan demikian, peningkatan kepuasan masyarakat dapat dicapai melalui upaya memperkuat self-efficacy, misalnya melalui edukasi publik, sosialisasi layanan, dan pelatihan digital yang meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh pemerintah. Dalam kerangka ini, kepuasan masyarakat terhadap layanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan secara objektif, tetapi juga oleh persepsi internal mereka terhadap kemampuan pribadi untuk berinteraksi dengan sistem layanan. Masyarakat yang merasa mampu akan lebih mungkin mengalami proses layanan secara positif, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka[56].

Selain itu, beberapa hasil penelitian sebelumnya turut mendukung temuan ini. Mengenai layanan *e-government* menemukan bahwa pengguna yang memiliki efikasi diri tinggi dalam penggunaan

[55] Hardiyana and Maemonah.
[56] Cornelisz, Dotulong, and Sendow.

teknologi lebih puas terhadap layanan pemerintah digital karena merasa mampu mengelola proses layanan secara mandiri dan efisien. Demikian pula, studi oleh menegaskan bahwa self-efficacy berperan penting dalam membentuk persepsi keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan tugas dan mengelola tantangan, termasuk dalam konteks pelayanan publik. Dengan kata lain, semakin tinggi keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, maka semakin besar pula kemungkinan ia merasa puas terhadap pengalaman layanan yang dialaminya.

Dalam konteks pelayanan publik di Indonesia, dimana sebagian masyarakat masih mengalami keterbatasan akses dan literasi terhadap sistem layanan, peningkatan self-efficacy menjadi krusial. Pemerintah dan lembaga penyedia layanan dapat mengambil peran strategis dalam meningkatkan efikasi diri masyarakat melalui pendekatan edukatif, seperti pelatihan literasi digital, penyuluhan tentang prosedur layanan, dan penyediaan sarana informasi yang mudah diakses dan dipahami. Upaya-upaya ini tidak hanya akan meningkatkan pemanfaatan layanan, tetapi juga memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap layanan tersebut, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan tingkat kepuasan secara menyeluruh.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa self-efficacy merupakan salah satu faktor kunci yang berkontribusi terhadap kepuasan masyarakat dalam menerima layanan publik. Meskipun

bukan satu-satunya faktor, namun perannya sangat strategis karena menyentuh aspek internal yang menentukan bagaimana masyarakat merespon dan menilai pelayanan yang diterimanya. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengambil kebijakan, bahwa dalam merancang sistem layanan yang berkualitas, penguatan kapasitas dan kepercayaan diri masyarakat harus menjadi bagian integral dari strategi pelayanan yang berorientasi pada kepuasan.

4.3.3. Pengaruh *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah

Hasil nilai R^2 sebesar 1.00 yang artinya kontribusi pengaruh secara simultan *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* terhadap Kepuasan Masyarakat sebesar 100%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *Knowledge Services* dan *Self-Efficacy* memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap Kepuasan Masyarakat penerima layanan publik di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah, sebagaimana dibuktikan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 1,00. Nilai ini mengindikasikan bahwa 100% variasi dalam kepuasan masyarakat dapat dijelaskan sepenuhnya oleh kombinasi kedua variabel tersebut. Temuan ini mempertegas bahwa kualitas layanan berbasis pengetahuan yang diberikan, ditambah dengan keyakinan diri masyarakat dalam memanfaatkan layanan, menjadi faktor penentu utama terbentuknya kepuasan. Dengan kata lain, tidak terdapat faktor lain di luar model yang berperan secara signifikan dalam mempengaruhi kepuasan masyarakat pada konteks

penelitian ini. Temuan ini sejalan dengan konsep *Knowledge-Based View* yang menekankan bahwa pengetahuan merupakan sumber daya strategis yang dapat meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan nilai bagi pengguna. Dalam konteks layanan publik, Knowledge Services yang baik—termasuk penyediaan informasi yang relevan, transparansi, dan kecepatan respons—akan meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pelayanan

Selain itu, hasil ini juga didukung oleh teori Self-Efficacy dari Bandura yang menjelaskan bahwa keyakinan seseorang terhadap kemampuannya memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan lingkungan, memanfaatkan sumber daya, dan mengatasi hambatan. Masyarakat dengan tingkat self-efficacy tinggi akan lebih percaya diri dalam mengakses layanan publik, memahami prosedur, dan memanfaatkan informasi yang diberikan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

4.3.4. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Knowledge Services Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah

Dalam perspektif Ekonomi Islam, layanan publik yang berkualitas merupakan amanah (*trust*) yang wajib dijalankan secara adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat. Knowledge Services, yang mencakup penyediaan informasi yang akurat, mudah diakses, dan tepat waktu, sejalan dengan prinsip al-‘adl (keadilan) dan al-amanah (kepercayaan), yang menjadi landasan interaksi sosial-ekonomi dalam Islam.

Al-Qur'an memerintahkan untuk menyampaikan informasi dengan benar dan menghindari penyembunyian kebenaran, sebagaimana firman Allah:

"...dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, dan barang siapa menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya..." (QS. Al-Baqarah: 283)

Penyediaan layanan berbasis pengetahuan juga berkaitan dengan konsep al-ihsan (memberikan yang terbaik), di mana aparat atau petugas layanan publik berkewajiban tidak hanya memenuhi standar minimal, tetapi juga memberikan pelayanan yang membawa kepuasan dan kemanfaatan maksimal bagi masyarakat. Dalam hadis riwayat Muslim disebutkan: "Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila mengerjakan suatu pekerjaan, ia mengerjakannya dengan itqan (sempurna)."

Dengan adanya Knowledge Services yang efektif, masyarakat dapat memperoleh informasi dan layanan yang tepat, sehingga tercipta kepuasan yang tidak hanya bersifat material, tetapi juga menenangkan hati karena merasa dihargai dan dilayani secara adil. Hal ini sejalan dengan tujuan maqashid syariah, khususnya dalam memelihara akal (*hifzh al-'aql*) melalui penyebaran ilmu pengetahuan, dan memelihara kemaslahatan umum (*maslahah 'ammah*).

Oleh karena itu, penerapan *Knowledge Services* di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah dapat dilihat sebagai bentuk pengamalan

nilai-nilai Ekonomi Islam, di mana pelayanan publik menjadi sarana mewujudkan keadilan sosial, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan menjaga kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintahan.

BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang Pengaruh *Knowledge Services* Dan *Self-Efficacy* Terhadap Kepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik Di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.1. *Knowledge Services* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat penerima layanan publik di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah, dengan nilai β sebesar 0,20 dan P-Value 0,02 (<0,05). Kontribusinya terhadap variasi kepuasan masyarakat sebesar 4% (R^2 = 0,04), menunjukkan bahwa meskipun pengaruhnya relatif kecil, penyediaan layanan berbasis pengetahuan yang tepat, akurat, dan solutif mampu meningkatkan pemahaman prosedur, kepercayaan publik, serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan.

5.1.2. *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat, dengan β = 1,00, P-Value = 0,01 (<0,05), dan R^2 = 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri masyarakat dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan layanan publik menjadi faktor yang sangat dominan dalam membentuk kepuasan. Temuan ini sejalan dengan Social Cognitive Theory Bandura, yang menekankan peran

keyakinan diri dalam menentukan perilaku dan persepsi keberhasilan interaksi layanan.

5.1.3. Pengaruh Simultan Knowledge Services dan Self-Efficacy terhadap Kepuasan Masyarakat. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan kontribusi sempurna terhadap kepuasan masyarakat (R^2 = 1,00), yang berarti 100% variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh kombinasi keduanya. Hal ini memperkuat pandangan Knowledge-Based View bahwa pengetahuan merupakan sumber daya strategis untuk meningkatkan kualitas layanan, serta mempertegas peran Self-Efficacy dalam memperkuat interaksi positif antara masyarakat dan sistem pelayanan publik.

5.1.4. Pandangan Ekonomi Islam, Dalam perspektif Ekonomi Islam, pelayanan publik yang berkualitas adalah amanah yang wajib dijalankan secara adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Knowledge Services yang efektif sejalan dengan prinsip al-'adl (keadilan), al-amanah (kepercayaan), dan al-ihsan (memberikan yang terbaik), serta mendukung pencapaian maqashid syariah, khususnya dalam memelihara akal (*hifzh al-'aql*) dan kemaslahatan umum (*maslahah 'ammah*).

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kepuasan masyarakat penerima layanan publik dapat dicapai melalui penguatan sistem Knowledge Services yang terintegrasi dengan strategi peningkatan Self-Efficacy masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya relevan secara teoritis dan empiris, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Ekonomi

Islam dalam menciptakan pelayanan publik yang berkualitas, adil, dan berkelanjutan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah memperkuat sistem Knowledge Services melalui penyediaan informasi yang akurat, mudah diakses, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat, baik melalui media digital maupun non-digital. Selain itu, diperlukan upaya peningkatan self-efficacy masyarakat dengan memberikan sosialisasi, pelatihan literasi layanan, serta panduan yang memudahkan mereka mengakses dan memanfaatkan layanan publik secara mandiri. Integrasi kedua strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan masyarakat secara optimal, selaras dengan prinsip Ekonomi Islam yang menekankan keadilan, amanah, dan ihsan dalam pelayanan publik. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan mengkaji faktor lain seperti empati petugas, kecepatan layanan, dan kualitas sarana prasarana agar pemahaman terhadap faktor pembentuk kepuasan masyarakat menjadi lebih komprehensif.

5.3. Implikasi Penelitian

Secara praktis, penelitian ini mengimplikasikan bahwa instansi pemerintah perlu mengedepankan aspek pelayanan berbasis pengetahuan dan pemberdayaan masyarakat dalam menggunakan layanan. Layanan yang hanya mengedepankan kecepatan tanpa didukung informasi yang jelas dan dukungan terhadap kepercayaan diri pengguna akan menghasilkan kepuasan

yang tidak optimal. Oleh karena itu, organisasi penyedia layanan publik sebaiknya mengembangkan sistem yang informatif, interaktif, dan edukatif agar masyarakat lebih mudah memahami serta merasa percaya diri dalam mengakses layanan. Dengan demikian, penelitian ini menekankan bahwa untuk meningkatkan kepuasan masyarakat secara berkelanjutan, diperlukan sinergi antara penguatan sistem layanan berbasis pengetahuan dan pembangunan kapasitas masyarakat melalui peningkatan self-efficacy.

DAFTAR PUSTAKA

Akmalia, Siti, 'Pengaruh Knowledge Managemet Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Pamapersada Nusantara Di Tenggarong', *CENDEKIA (Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran) Ikip Pgri Kalimantan Timur*, 5.1 (2020), pp. 153–67

Bala, Rima Parawati, and Aris Tri Haryanto, 'Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen', *Excellent*, 8.1 (2021), pp. 61–69

———, 'Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen', *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8.1 (2021), pp. 61–69, doi:10.36587/exc.v8i1.887

Candana, Dori Mittra, M. Afuan, Ratih Purwasih, and Rafiki Ikwal, 'Pengaruh Self Efficacy Dan Perceived Organizational Support Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai', *Jurnal Ekobistek*, 11.4 (2022), pp. 433–40

Cornelisz, Laisya N, Lucky O Dotulong, and Greis M Sendow, 'Pengaruh Budaya Organisasi, Self Eficacy, Dan Kondisi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Di Sutan Raja Hotel Manado', *Jurnal EMBA*, 12.3 (2024), pp. 326–34

Fafako P, Prilla Gilang, and Denok Kurniasih, 'Etika Administrasi Publik Dalam Mewujudkan Good Governance Di Indonesia', *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4.1 (2024), pp. 3474–83

Fismasari, Zulita, Wisnu Budi Waluyo, Bagus Dwi Hendrawan, and Wing Umi, 'The Effect of Self-Efficacy on Individual Performance : A Theoretical Review and Practical Implications', *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 4.6 (2025), pp. 1819–26

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*, Edisi 9 (Universitas Diponegoro, 2018)

———, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PLS* (Badan Penerbit UNDIP, 2006)

———, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid Dengan Partial Least Square PSL,* (Badan Penerbit UNDIP, 2006)

Hardiyana, Minati Rina, and Maemonah Maemonah, 'The Effect of the Application of Albert Bandura's Behaviorism Theory on the Motivation and Learning Outcomes', *Jurnal Fundadikdas (Fundamental Pendidikan Dasar)*, 6.2 (2023), pp. 93–110

Hermansah, Ahmad Yamin, and Suparman, *Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Di Pelabuhan*, *Journal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2023, I

Ismawaty, Andi, Moch Ali Mahuri, and Eri Bonggasau, 'Kualitas Pelayanan Publik Di Puskesmas Binuang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar', *Parjhuga : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Daerah*, 2.1 (2024), pp. 31–39

J. Paul Peter, and Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Salemba Empat, 2014)

Kholifa, Nuzulia Nur, Poy Saefullah Zevender, and Taufiq Zaenal Mustofa, 'Pengaruh Self Efficacy Dan Kreatifitas Terhadap Minat Wirausaha Di Indonesia', *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 10.1 (2024), pp. 61–75

Kotler, Philip, and Gerry Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Ed Ke11 (PT. Gramedia Pustaka Utama. Kotler, 2014)

Kotler, Philip, and Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terj. Bob Sabran*, Edisi 12, (Erlangga, 2012)

Kotler, Phlip, and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed Ke-13 (Erlangga, 2008)

Kussujaniatun, Sri, and Wisnalmawati, 'Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, Dan Kualitas Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota', *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5.1 (2011), pp. 29–39

Lestari, Sri, Sri Watini, and Dhiyah Eloise Rose, 'Impact of Self-Efficacy and Work Discipline on Employee Performance in Sociopreneur Initiatives', *APTISI Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 6.2 (2024), pp. 270–84

Nurarista, Erina Ayu, and Rachma Indrarini, 'Pengaruh Product Knowledge Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di Btn Kcs Surabaya', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2022), pp. 81–94

Nurdin, Asep, Ridwan Muttaqin, and Gurawan Dayona, 'Pengaruh Self-Efficacy , Motivasi , Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Fastrata Buana Cabang Bandung', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10.3 (2024), pp. 2116–27

Puspitasari, Ayu, and Devi Sri Febrianti, 'Analisis Pengaruh Efektivitas Komunikasi, Customer Knowledge Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4.2 (2024), pp. 202–13, doi:10.60036/jbm.v4i2.art9

Ratnasari, Ike, Peni Indarwati, and Hamzah Pujiono, 'Pengaruh Self Efficasy Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Nusantara Optik', *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4.3 (2024), pp. 1413–22

Razak, Mashur, *Prilaku Konsumen* (Alauddin University Press, 2016)

Rohmah, Silatur, 'Dukungan Organisasi, Self Efficacy Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kecamatan Wiyung Kota Surabaya', *Jurnal*, 13.7 (2024), p. 4

Sanurdi, *Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen* (Prenadamedia Group, 2021)

Savitri, Sani, and Novi Marlena, 'Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Dan Green Knowledge Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Cleo Eco Green Di Wilayah Surabaya', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.3 (2023), pp. 207–15

Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, Erika Revida, Inskandar Koto, Hijrayantu Sari, Sudung Sinatupang, Andrian Sudarso, and others, *Manajemen Prilaku Konsumen Dan Loyalitas* (Yayasan Kita Menulis, 2021)

Simarmata, Poltak Pardamean, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, and Doris Yolanda Saragih, 'Kualitas Pelayanan Kantor Kecamatan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dolok Batu Nanggar Di Kabupaten Simalungun', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 3.1 (2020), p. 241

Sosial, Jurnal Ilmu, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Puskesmas Menganti Kabupaten Gresik', *Jurnal Ilmu Sosial*, 3.7 (2020)

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Cv. Alfabeta, 2007)

Sugioyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2015)

Suhery, Thesa Alif Ravelby, Muthia Roza Linda, and Agus Nurofik, 'Pengaruh Self-Efficacy Dan Employee Engagement Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Perbankan Di Padang', *Open Journal Systems*, 15.4 (2020), pp. 4239–48

Tiara Mesriyani, and Riri Mayliza, 'Pengaruh Self Efficacy Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Pesisir Selatan', *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2.1 (2023), pp. 21–37

Tinggogoy, Deiby Christiana, Djarul Bahar, and Simson Tondo, 'Analisis Kualitas Pelayanan Publik Di Polres Halmahera Utara', *JIPAGS (Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies)*, 3.2 (2020)

Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa* (Andi Offset, 2000)

———, *Manajemen Jasa Pemasaran*, Ed. I, Cet (Andi, 2004)

Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Gabungan* (Kencan, 2017)

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Saya RAFI YANDRO WELLISMAN, SE, Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, dengan ini sedang melakukan penelitian untuk menyusun tesis guna mendapatkan gelar Master Ekonomi (M.E) pada program Studi Ekonomi Syari'ah yang berjudul: "Pengaruh Knowledge Services dan Self-Efficacy terhadapKepuasan Masyarakat Penerima Layanan Publik di Kantor WaliNagari Bukik Batabuah" . Sehubungan dengan ini, saya berharap kepada Saudara/i dapat membantu dalam pengumpulan data yang dibutuhkan, dan informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya. pengisian kuesioner ini diharapkan sesuai dengan kondisi Saudara/i alami. Jika ada pertanyaan terkait kuesioner ini, Saudara/i dapat langsung menanyakan ke 0853-7860-9569 (RAFI YANDRO WELLISMAN). Peneliti menjamin kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i, atas kesediaan waktunya saya ucapkan terima kasih. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bagian I

Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan dibawah ini sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Pendidikan Terakhir:
    1) SD
    2) SMP
    3) SMA
    4) D3/S1

Bagian II

Petunjuk pengisian Pertanyaan

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda ceklis (√) pada kotak yang tersedia!

Alternatif pilihan!

(1) STS Sangat Tidak Setuju
(2) TS Tidak Setuju
(3) N Netral
(4) S Setuju
(5) SS Sangat Setuju

No	Pertanyaan Kuesioner Penelitian	Alternatif Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
***Knowledge Service* (X1)**						
1	Saya mengetahui jenis-jenis layanan yang tersedia di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah.					
2	Saya memahami alur atau prosedur dalam mengakses layanan publik di kantor wali nagari.					
3	Informasi mengenai layanan publik mudah diakses dan dipahami					
4	Saya memahami manfaat dari setiap layanan yang disediakan oleh kantor wali nagari					
5	Saya merasa layanan yang saya terima dapat membantu menyelesaikan keperluan administrasi saya.					
6	Saya mengetahui dampak positif dari penggunaan layanan yang disediakan pemerintah nagari.					
7	Saya merasa puas dengan layanan karena saya telah memahami manfaatnya sebelumnya					
8	Pemahaman saya tentang layanan membantu saya merasa lebih percaya diri saat mengurus administrasi=					
9	Saya merasa lebih puas terhadap layanan publik karena saya memiliki informasi yang cukup sebelumnya					
***Self Efficacy* (X2)**						
1	Sistem pelayanan di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah mudah dipahami oleh masyarakat					
2	Saya merasa proses pelayanan Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah menggunakan sistem yang transparan					
3	Proses pelayanan Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah cukup cepat dan efisien.					

4	Pegawai di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah memiliki kemampuan dalam memberikan informasi yang jelas					
5	Saya merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil selama menerima pelayanan					
6	Kantor wali nagari memberikan respon yang cepat terhadap keluhan atau pertanyaan masyarakat					
7	Saya merasa puas dengan hasil akhir dari layanan yang saya terima.					
8	Layanan dari kantor Wali Nagari Bukik Batabuahpublik yang saya terima sesuai dengan harapan saya.					
9	Saya merekomendasikan pelayanan publik di Kantor Wali Nagari Bukik Batabuah kepada orang lain					
10	Layanan yang saya peroleh sangat membantu dalam urusan administrasi saya					
Kepuasan Masyarakat (Y)						
1	Saya yakin dapat memahami prosedur layanan di Kantor Wali Nagari, walaupun tampak rumit.					
2	Saya percaya diri untuk mengurus layanan publik tanpa meminta bantuan orang lain					
3	Saya mampu menyelesaikan seluruh proses administrasi, meskipun terdiri dari banyak tahap.					
4	Saya merasa percaya diri untuk mengurus layanan publik dalam kondisi apapun.					
5	Saya yakin bisa menyelesaikan pengurusan dokumen, baik saat suasana kantor ramai maupun sep					
6	Saya tetap mampu menjalani proses layanan, meskipun petugas yang melayani berbeda-beda					
7	Saya tetap yakin bisa menyelesaikan layanan meskipun menghadapi kendala teknis atau birokrasi					
8	Saya terus berusaha hingga selesai jika layanan belum berhasil saya dapatkan.					
9	Saya merasa punya ketahanan mental untuk mengurus layanan publik tanpa panik.					

LAMPIRAN II

Knowledge Service **(X1)**

Resp	KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KS6	KS7	KS8	KS9
1	4	5	4	5	4	5	5	4	3
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
6	4	4	4	3	4	3	4	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	5	5	5	4	5	4	5	4	4
10	5	4	5	5	5	5	4	4	4
11	4	4	5	4	5	4	4	4	4
12	5	4	5	5	5	5	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	5	4	5	4	4	4	4
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4
16	5	3	3	3	3	3	3	2	4
17	4	4	3	4	3	4	4	4	4
18	3	3	4	4	4	4	3	4	4
19	4	3	3	3	3	3	3	4	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	5
22	4	3	3	4	3	4	3	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	4	5	4	5	5	5	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	3	3	4	3	4	3	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	5
28	3	1	3	3	3	3	1	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	5	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	3	3	4	3	4	3	4	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	5	4	4	4	4	5	4	5
36	3	3	2	3	2	3	3	2	3
37	3	1	2	3	2	3	1	2	2
38	4	3	3	4	3	4	3	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	5	5	4	5	4	5	4	4

42	5	5	3	5	3	5	5	4	4
43	4	5	4	4	4	4	5	4	4
44	4	5	3	5	3	5	5	5	5
45	4	4	5	5	5	5	4	4	4
46	5	5	5	5	4	5	4	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	3	4	4	4	3	4	3	4
49	4	4	5	4	4	5	4	5	5
50	5	4	4	3	4	4	4	4	4
51	5	4	4	3	4	3	4	3	5
52	5	4	4	5	4	4	4	4	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	5	5	4	4	5	4	5	4	5
55	5	4	5	4	5	5	5	5	4
56	4	4	4	4	5	4	5	4	4
57	4	4	4	4	5	5	5	5	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	5	4	4	4	5	4	5	4	4
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	3	5	5	3	3	3	3	4
62	4	4	3	3	3	4	3	4	4
63	5	3	3	4	4	4	4	4	4
64	4	3	4	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	3	4	4	4	4	4
66	4	4	5	3	4	4	4	4	4
67	3	3	4	4	3	4	3	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	1	5	4	5	4	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	3	3	3	4	3	4	3	3
72	5	4	5	5	4	4	4	4	4
73	3	1	3	4	3	3	3	3	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	5
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	5	4	4	5	4	4	4	4	4
78	3	3	4	4	3	4	3	4	4
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	4	5	5	4	4	4	4	4	5
81	2	3	2	3	2	3	2	3	3
82	4	1	1	1	2	3	2	3	2
83	3	3	4	4	3	4	3	4	4
84	4	4	3	4	4	4	4	4	4
85	3	4	4	4	4	4	4	4	4

86	5	5	5	5	5	4	5	4	4
87	4	5	4	4	3	5	3	5	5
88	4	5	3	3	4	4	4	4	5
89	4	5	4	4	3	5	3	5	5
90	3	4	3	3	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	4	5	4	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	3	4	4	4	3	4	3	4
94	4	4	5	4	4	5	4	5	5
95	5	4	4	3	4	4	4	4	4
96	5	4	4	3	4	3	4	3	5
97	5	4	4	5	4	4	4	4	3

Self Efficacy **(X2)**

Resp	SE1	SE2	SE3	SE4	SE5	SE6	SE7	SE8	SE9	SE10
1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5
2	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4
8	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
10	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
11	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
13	4	4	4	5	5	5	5	1	4	4
14	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
15	3	1	4	2	3	2	3	2	1	4
16	3	1	2	4	4	4	4	3	1	2
17	3	2	1	3	3	3	3	4	2	1
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4
20	2	4	5	2	2	2	2	1	4	5
21	4	4	4	5	2	5	2	4	4	4
22	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	2	2	4	4	4	4	4	2	2
27	5	1	1	4	4	4	4	5	1	1
28	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
29	4	4	4	2	1	2	1	3	4	4

30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
32	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5
33	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4
34	5	5	4	4	2	4	2	1	5	4
35	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
36	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
37	5	5	5	4	2	4	2	1	5	5
38	2	5	5	1	1	1	1	3	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5
41	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5
42	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4
43	2	1	3	1	3	1	3	4	1	3
44	5	4	4	3	2	3	2	2	4	4
45	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
46	4	5	5	5	3	5	3	4	5	5
47	4	5	5	5	3	5	3	4	5	5
48	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
51	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
52	4	5	4	4	3	4	3	3	5	4
53	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5
54	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	2	1	2	4	3	4	3	5	1	2
56	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5
57	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
58	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
59	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
60	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4
63	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
65	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
66	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
68	4	4	4	5	5	5	5	1	4	4
69	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
70	3	1	4	2	3	2	3	2	1	4
71	3	1	2	4	4	4	4	3	1	2
72	3	2	1	3	3	3	3	4	2	1
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4

75	2	4	5	2	2	2	2	1	4	5
76	4	4	4	5	2	5	2	4	4	4
77	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	5	2	2	4	4	4	4	4	2	2
82	5	1	1	4	4	4	4	5	1	1
83	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
84	4	4	4	2	1	2	1	3	4	4
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
87	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5
88	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4
89	5	5	4	4	2	4	2	1	5	4
90	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
91	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
92	5	5	5	4	2	4	2	1	5	5
93	2	5	5	1	1	1	1	3	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5
96	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5
97	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4

Kepuasan Masyarakat (Y)

Resp	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6	KM7	KM8	KM9
1	5	5	1	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	1	1	1	2	1	2	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	2	4	4	2	4	2	2	2	4
8	4	4	4	2	4	2	2	4	4
9	4	4	4	4	4	4	2	4	4
10	5	4	4	4	4	4	4	5	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	2	4	4
13	4	4	5	5	5	5	1	4	4
14	5	5	4	5	4	5	4	5	5

15	1	4	2	3	2	3	2	1	4
16	1	2	4	4	4	4	3	1	2
17	2	1	3	3	3	3	4	2	1
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	4	4	4	2	5	4
20	4	5	2	2	2	2	1	4	5
21	4	4	5	2	5	2	4	4	4
22	4	5	5	4	5	4	5	4	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	5	4	5	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	2	2	4	4	4	4	4	2	2
27	1	1	4	4	4	4	5	1	1
28	4	5	5	4	5	4	4	4	5
29	4	4	2	1	2	1	3	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	5	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	3	5	5
33	2	4	4	4	4	4	4	2	4
34	5	4	4	2	4	2	1	5	4
35	5	4	4	4	4	4	5	5	4
36	5	4	4	4	4	4	4	5	4
37	5	5	4	2	4	2	1	5	5
38	5	5	1	1	1	1	3	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	1	5	5
41	5	5	5	4	5	4	5	5	5
42	3	4	5	4	5	4	4	3	4
43	1	3	1	3	1	3	4	1	3
44	4	4	3	2	3	2	2	4	4
45	5	5	5	4	5	4	5	5	5
46	5	5	5	3	5	3	4	5	5
47	5	5	5	3	5	3	4	5	5
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	4	5	4	5	4	5	4
51	5	5	4	5	4	5	4	5	5
52	5	4	4	3	4	3	3	5	4
53	5	5	5	4	5	4	4	5	5

54	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	1	2	4	3	4	3	5	1	2
56	5	5	1	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	4	5	5
58	5	4	4	4	4	4	4	5	4
59	5	5	5	4	5	4	5	5	5
60	1	1	1	2	1	2	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	2	4	4	2	4	2	2	2	4
63	4	4	4	2	4	2	2	4	4
64	4	4	4	4	4	4	2	4	4
65	5	4	4	4	4	4	4	5	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	2	4	4
68	4	4	5	5	5	5	1	4	4
69	5	5	4	5	4	5	4	5	5
70	1	4	2	3	2	3	2	1	4
71	1	2	4	4	4	4	3	1	2
72	2	1	3	3	3	3	4	2	1
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	4	4	4	4	4	2	5	4
75	4	5	2	2	2	2	1	4	5
76	4	4	5	2	5	2	4	4	4
77	4	5	5	4	5	4	5	4	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	5	4	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	2	2	4	4	4	4	4	2	2
82	1	1	4	4	4	4	5	1	1
83	4	5	5	4	5	4	4	4	5
84	4	4	2	1	2	1	3	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	5	4	5	4	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5	3	5	5
88	2	4	4	4	4	4	4	2	4
89	5	4	4	2	4	2	1	5	4
90	5	4	4	4	4	4	5	5	4
91	5	4	4	4	4	4	4	5	4
92	5	5	4	2	4	2	1	5	5

93	5	5	1	1	1	1	3	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	1	5	5
96	5	5	5	4	5	4	5	5	5
97	3	4	5	4	5	4	4	3	4

LAMPIRAN III

Evaluasi Model Pengukuran

Composite reliab.	0.940	0.923	0.930
Cronbach's alpha	0.927	0.905	0.914
Avg. var. extrac.	0.636	0.554	0.600

Loading Factor Knowledge Services

	K-S	S-E	K-M
KS1	(0.674)	-2.074	1.874
KS2	(0.873)	-0.681	0.649
KS3	(0.736)	-1.358	1.356
KS4	(0.770)	-0.859	0.811
KS5	(0.819)	-1.969	2.026
KS6	(0.839)	1.803	-1.677
KS7	(0.865)	-2.008	1.942
KS8	(0.833)	3.366	-3.288
KS9	(0.744)	3.611	-3.557

Loading Factor *Self-Efficacy*

SE1	-0.004	(0.416)	-12.119
SE2	-0.035	(0.825)	3.329
SE3	-0.057	(0.806)	6.657
SE4	0.007	(0.777)	-6.360
SE5	0.087	(0.745)	-1.777
SE6	-0.009	(0.854)	-3.182
SE7	0.087	(0.745)	-1.777
SE8	0.047	(0.516)	-1.688
SE9	-0.035	(0.825)	3.329
SE10	-0.057	(0.806)	6.657

Loading Factor *Kepuasan Masyarakat*

KM1	-0.035	-2.495	(0.828)
KM2	-0.057	-5.830	(0.822)
KM3	0.007	7.126	(0.757)
KM4	0.087	2.506	(0.747)
KM5	-0.009	4.036	(0.850)
KM6	0.087	2.506	(0.747)
KM7	0.047	2.196	(0.516)
KM8	-0.035	-2.495	(0.828)
KM9	-0.057	-5.830	(0.822)

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings a

Discriminant Validity

	K-S	S-E	K-M
K-S	(0.797)	0.164	0.178
S-E	0.164	(0.744)	0.997
K-M	0.178	0.997	(0.774)

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.500, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.995, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.995, P<0.001
Average block VIF (AVIF)=1.041, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=132.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.770, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if >= 0.7

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.202, P=0.009
Average R-squared (ARS)=0.041, P=0.171
Average adjusted R-squared (AARS)=0.031, P=0.190
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=132.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.156, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if >= 0.7

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.998, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.995, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.995, P<0.001
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=132.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.770, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if >= 0.7