

# **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND INSTITUTION IMAGE ON PUBLIC SATISFACTION: MARKETING COMMUNICATIONS AS A MODERATE**

## **Abstract**

Technological developments in the globalization era require the government to improve services to the public or society. There are many ways by the government to give a good image through improving services and ways of communicating about the programs being implemented. The Office of the National Land Agency (BPN) of Limapuluh Kota Regency is one of the government offices that provides public services in sector of land as well as innovating in services. This is a descriptive research, with the aim of knowing how much influence service quality has on public satisfaction, how much influence is service quality on public satisfaction, how much influence is the influence of marketing communication as a moderator between service quality on public satisfaction, how much influence is marketing communication as a moderator between image of the agency to public satisfaction at the Land Agency Office of Limapuluh Kota Regency. Data collection using a questionnaire with community respondents who use services and data processing using the SPSS statistical program. The results showed that the service quality variable had a positive and significant effect on public satisfaction, the agency image variable had a positive and significant effect on public satisfaction. However, the marketing communication variable did not moderate the relationship between service quality and public satisfaction as well as the marketing communication variable did not moderate the relationship between organizational image and public satisfaction.

**Keywords :** Service Quality, Agency Image, Public Satisfaction, Marketing Communication

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTANSI TERHADAP KEPUASAN PUBLIK: KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI PEMODERASI**

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi pada era globalisasi sekarang ini menuntut pemerintah meningkatkan layanan kepada publik atau masyarakat. Banyak cara dilakukan pemerintah untuk memberikan kesan citra yang baik melalui peningkatan pelayanan dan cara berkomunikasi tentang program yang dilaksanakan. Kantor Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kabupaten Limapuluh Kota adalah salah satu kantor pemerintah yang memberikan layanan publik dalam bidang pertanahan juga melakukan inovasi dalam pelayanan. Penelitian ini bersifat Deskriptif, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik, seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran sebagai pemoderasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik, seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran sebagai Pemoderasi antara citra instansi terhadap kepuasan publik pada Kantor Badan Pertanahan Kabupaten Limapuluh Kota. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan responden masyarakat pengguna layanan dan pengolahan data menggunakan program statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan publik, variabel citra instansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan publik. Namun variabel komunikasi pemasaran tidak memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan publik begitu juga dengan variabel komunikasi pemasaran tidak memoderasi hubungan antara citra organisasi dan kepuasan publik.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Instansi, Kepuasan Publik, Komunikasi Pemasaran