JEBMAFA
(*Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration*)

E-ISSN: 3123-6472 Published by CV Megantara Abdi Nusa journal.megantaraabdinusa.org

LETTER OF ACCEPTANCE
(LoA)

Number: 033/CV-MAN.JEBMAFA/VI/2026

Author(s)	:	Afrizal Taufiq Wicaksono
Manuscript Title	:	Pengaruh Service Quality dan Customer Trust terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di PT Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur
Manuscript Number	:	196
Journal	:	JEBMAFA: Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration
ISSN / E-ISSN	:	E-ISSN: 3123-6472
Publication	:	Vol. 1, No. 3, Juni 2026

It is hereby declared **ACCEPTED** for publication after successfully passing the editorial screening and peer review process. The article will be published online according to the journal's publication schedule, and the galley proof will be sent to the author(s) for final checking prior to publication.

Accordingly, this Letter of Acceptance (LoA) is formally presented. We would like to express our gratitude for your significant contribution to the advancement of scientific publication through this article. Thank you for your cooperation and contribution.

Madiun, 23 Juni 2026
Editor in Chief,

Sendy Dwi Haryanto, S.Pd., M.A., CSRS, C.

JEBMAFA
Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration

Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur

Afrizal Taufiq Wicaksono
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
afrizaltaufiqw99@gmail.com

Received: 23-06-2026	*Revised: 26-06-2026*	*Published: 30-06-2026*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *customer trust* terhadap kepuasan pengguna jasa pada PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa dengan koefisien regresi sebesar 0,373, sedangkan *customer trust* juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,241. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa dengan nilai Fhitung sebesar 47,646 dan nilai signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,485 menunjukkan bahwa *service quality* dan *customer trust* mampu menjelaskan 48,5% variasi kepuasan pengguna jasa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan secara bersama-sama mampu meningkatkan kepuasan pengguna jasa pada PT. Jasa Raharja.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Trust,* Kepuasan Pengguna Jasa, Asuransi Sosial, Jasa Raharja.

Citation:
Wicaksono, A. T. (2026). Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur. *JEBMAFA*: *Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration*, *1*(3), 409-422.

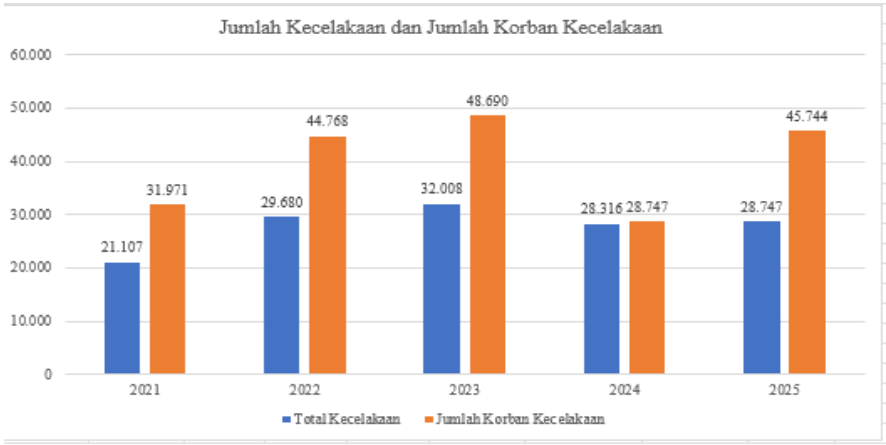
PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, individu maupun organisasi tidak terlepas dari ketidakpastian yang disebut sebagai risiko. Risiko merupakan potensi dampak dari suatu ketidakpastian yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan, baik dalam bentuk peluang maupun ancaman (Farhan, 2024). Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan risiko yang tepat melalui manajemen risiko agar dapat meminimalkan kerugian serta mengoptimalkan peluang yang ada. Salah satu bentuk pengelolaan risiko yang umum digunakan adalah melalui asuransi sebagai sarana perlindungan finansial.

Asuransi berperan penting dalam menjaga stabilitas keuangan individu maupun perusahaan dengan cara mengalihkan risiko kepada pihak penanggung. Asuransi tidak hanya memberikan perlindungan terhadap kerugian finansial, tetapi juga memberikan rasa aman serta menjadi bentuk perencanaan keuangan jangka panjang (Mawarni & Kusjono, 2021). Dalam praktiknya, terdapat berbagai jenis asuransi, salah satunya adalah asuransi sosial yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk memberikan perlindungan dasar kepada masyarakat secara luas.

Di Indonesia, asuransi sosial diwujudkan melalui peran PT Jasa Raharja sebagai badan usaha milik negara yang bertugas memberikan santunan kepada korban kecelakaan lalu lintas berdasarkan Undang-Undang No. 33 dan 34 Tahun 1964. Sistem ini bersifat wajib melalui pembayaran Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) dan iuran penumpang angkutan umum. Keberadaan PT Jasa Raharja menjadi sangat penting dalam menjamin perlindungan sosial masyarakat serta meringankan beban finansial korban kecelakaan maupun ahli waris.

Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat fenomena yang menarik untuk dikaji, yaitu adanya kesenjangan antara jumlah korban kecelakaan dan jumlah klaim santunan yang diajukan. Data di Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa jumlah kendaraan bermotor mengalami peningkatan sebesar 10,81% selama periode 2021□2025. Peningkatan tersebut sejalan dengan kenaikan jumlah korban kecelakaan yang mencapai 43,07% dalam periode yang sama. Tingginya angka kecelakaan ini menunjukkan meningkatnya risiko di masyarakat. Akan tetapi, tidak seluruh korban mengajukan klaim santunan kepada PT Jasa Raharja, sehingga menimbulkan pertanyaan terkait efektivitas pelayanan dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.



Gambar 1. Jumlah Kecelakaan dan Jumlah Korban Kecelakaan
Sumber: Data diolah, 2026.

Kesenjangan antara jumlah korban dan klaim dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya informasi mengenai prosedur klaim, proses administrasi yang dianggap rumit, maupun rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh PT. Jasa Raharja dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Sebagai asuransi sosial, PT. Jasa Raharja memiliki mekanisme santunan yang telah diatur secara jelas oleh pemerintah, termasuk besaran santunan bagi korban kecelakaan. Besaran santunan tersebut meliputi santunan meninggal dunia, cacat tetap, biaya perawatan, hingga biaya penguburan yang bertujuan untuk meringankan beban korban.

Tabel 1. Santunan Jasa Raharja

Jenis Santunan	Angkutan Darat Laut & Kereta Api	Angkutan Udara
Meninggal Dunia	Rp. 50.000.000,-	Rp. 50.000.000,-
Cacat Tetap	Rp. 50.000.000,-	Rp. 50.000.000,-
Biaya Perawatan Medis	Rp. 20.000.000,-	Rp. 25.000.000,-
Biaya P3K Maks	Rp. 1.000.000,-	Rp. 1.000.000,-
Biaya Ambulance Maks	Rp. 500.000,-	Rp. 500.000,-
Biaya Penguburan	Rp. 4.000.000,-	Rp. 4.000.000,-

Sumber: Jasa Raharja, (2026)

Dalam prosesnya, pemberian santunan melalui beberapa tahapan, mulai dari pelaporan kecelakaan, pengisian formulir, verifikasi berkas, hingga pencairan dana. Proses ini melibatkan berbagai pihak seperti kepolisian dan rumah sakit, sehingga membutuhkan sistem pelayanan yang cepat, tepat, dan terintegrasi.



Gambar 2.Alur Pemberian Santunan Jasa Raharja

Sumber: Jasa Raharja, (2026)

Alur pemberian santunan Jasa Raharja meliputi pelaporan hingga pencairan, yang

menunjukkan kompleksitas pengelolaan sehingga perusahaan perlu menyesuaikan strategi dana dan sumber daya untuk menjaga pelayanan dan keberlanjutan keuangan. Hal ini terlihat dari pertumbuhan perusahaan dari Rp15 triliun pada 2021 menjadi Rp16,5 triliun pada 2022 (naik 10,22%) dengan RBC meningkat, meskipun terjadi penurunan di beberapa wilayah seperti Jawa Timur. Namun, menurut Saputra & Wala (2024), terdapat penurunan rasio klaim di Cabang Surabaya, dengan rasio klaim 57,05% serta ketidakseimbangan antara premi Rp7,51 triliun dan klaim Rp10,53 triliun yang berpotensi menurunkan kepercayaan nasabah (Yosa, 2022). Selain itu, rendahnya tingkat klaim sekitar 10% dari ±47.000 korban kecelakaan per tahun menunjukkan adanya kendala seperti kurangnya informasi, administrasi, dan kepercayaan masyarakat, sehingga fenomena ini penting dikaji dalam konteks kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh *service quality* dan *customer trust* terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian yang diperoleh masih menunjukkan inkonsistensi. Pelayanan yang cepat, mudah, transparan, dan responsif akan memberikan pengalaman positif bagi masyarakat (Agung et al., 2023). Sebaliknya, pelayanan yang lambat dan berbelit dapat menurunkan tingkat kepuasan. Penelitian Firdaus (2022), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Kim et al. (2024), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Selain kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan (*customer trust*) juga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan (Yustianto & Elistia, 2025). Kepercayaan terbentuk melalui pengalaman, konsistensi pelayanan, dan transparansi informasi yang diberikan oleh perusahaan (Amanda & Indra, 2024). Tingginya kepercayaan akan mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan secara berkelanjutan. Penelitian Vriyanie et al. (2025), menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, namun penelitian Arvyanda et al. (2023), menemukan hasil yang tidak signifikan

Berdasarkan berikut menunjukkan adanya kesenjangan yang mengindikasikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pengguna jasa masih dipengaruhi oleh karakteristik organisasi, jenis layanan, serta konteks penelitian. Hingga saat ini, penelitian yang secara khusus menguji kedua variabel tersebut pada layanan asuransi sosial di PT. Jasa Raharja, khususnya Kantor Wilayah Utama Jawa Timur, masih relatif terbatas sehingga memerlukan kajian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh service quality terhadap kepuasan pengguna jasa, menganalisis pengaruh customer trust terhadap kepuasan pengguna jasa, serta mengetahui pengaruh service quality dan customer trust secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh *service quality* dan *customer trust* terhadap kepuasan pengguna jasa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2022). Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat

antara variabel independen, yaitu *service quality* (X1) dan *customer trust* (X2), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna jasa (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur yang pernah menerima pelayanan santunan atau layanan administrasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah menggunakan layanan Jasa Raharja, berusia minimal 17 tahun, bersedia mengisi kuesioner, dan memahami pelayanan yang diberikan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95%, proporsi 0,5, dan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden (Ghozali, 2021).

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa skor jawaban responden. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan perusahaan, jurnal ilmiah, buku, serta dokumen pendukung lainnya (Sugiyono, 2024). Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1□5) untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi kuesioner online, dokumentasi, dan studi pustaka. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data utama dari responden, sedangkan dokumentasi dan studi pustaka digunakan untuk mendukung data penelitian melalui literatur yang relevan.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis diawali dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji linearitas (signifikansi *deviation from linearity* > 0,05), uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna jasa. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

PT. Jasa Raharja merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang asuransi sosial dan bertugas memberikan perlindungan dasar kepada korban kecelakaan lalu lintas berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 dan 34 Tahun 1964. Sebagai perusahaan yang ditunjuk pemerintah, Jasa Raharja berperan penting dalam menyalurkan santunan secara cepat, tepat, dan transparan. Seiring perkembangan teknologi, perusahaan terus melakukan transformasi digital melalui integrasi dengan kepolisian, rumah sakit, dan instansi terkait guna meningkatkan kualitas pelayanan. PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur sebagai unit pelaksana di tingkat provinsi bertanggung jawab dalam pelayanan santunan serta pengelolaan dana DPWKP dan SWDKLLJ, dengan dukungan kerja sama berbagai instansi

untuk meningkatkan efektivitas pelayanan kepada masyarakat.

Uji Asumsi Klasik

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y * TOTAL_X1	Between Groups	(Combined)	3181.009	29	109.690	3.937	.000
		Linearity	2436.445	1	2436.445	87.449	.000
		Deviation from Linearity	744.564	28	26.592	.954	.540
	Within Groups		1950.301	70	27.861		
	Total		5131.310	99			

Gambar 3. Hasil Uji Linearitas *Service Quality*

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Dari tabel diatas, dilihat bahwasanya variabel *service quality* memiliki hubungan linier dengan kepuasan pengguna jasa seperti yang ditunjukkan oleh nilai Sig. sebesar 0,540>0,05.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y * TOTAL_X2	Between Groups	(Combined)	2209.767	20	110.488	2.988	.000
		Linearity	1688.899	1	1688.899	45.669	.000
		Deviation from Linearity	520.868	19	27.414	.741	.765
	Within Groups		2921.543	79	36.982		
	Total		5131.310	99			

Gambar 4. Hasil Uji Linearitas *Customer Trust*

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear antara variabel *customer trust* dengan kepuasan pengguna jasa. Nilai Sig. sebesar 0,765>0,05

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.11330447
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.054
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Gambar 5. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Dari tabel di atas, nilai signifikan yaitu 0,200 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Studi ini juga menggunakan model *Kolmogorov Smirnov* dan uji normalitas data menggunakan P-Plot dan histogram normal.

Analisi Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.187	4.108		1.506	.135		
	TOTAL_X1	.373	.066	.556	5.657	.000	.539	1.856
	TOTAL_X2	.241	.120	.196	1.997	.049	.539	1.856

a. Dependent Variable: Total_Y

Gambar 6. Hasil uji Analisis Regresi Berganda

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Y = 6.187 + 0.373 + 0.241

Berdasarkan hasil pengujian regresi, diperoleh nilai konstanta sebesar 6,187 yang menunjukkan bahwa apabila variabel *service quality* dan *customer trust* berada dalam kondisi tetap atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan pengguna jasa bernilai 6,187. Selanjutnya, koefisien regresi variabel *service quality* sebesar 0,373 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan *service quality*, dengan asumsi variabel *customer trust* tetap, akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,373. Sementara itu, koefisien regresi variabel *customer trust* sebesar 0,241 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *customer trust*, dengan asumsi *service quality* tetap, akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,241.

Uji Hipotesis

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.187	4.108		1.506	.135
	TOTAL_X1	.373	.066	.556	5.657	.000
	TOTAL_X2	.241	.120	.196	1.997	.049

a. Dependent Variable: Total_Y

Gambar 7. Hasil Uji Parsial (Uj t)

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji t dengan nilai ttabel sebesar 1,661, diketahui bahwa variabel service quality memiliki nilai thitung sebesar 5,657 (5,657 > 1,661) dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak, yang berarti *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Selanjutnya, variabel *customer trust* memiliki nilai thitung sebesar 1,997 (1,997 > 1,661) dengan signifikansi 0,049 < 0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak, yang menunjukkan bahwa customer trust juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.

Uji Simultan (F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2542.868	2	1271.434	47.646	.000[b]
	Residual	2588.442	97	26.685		
	Total	5131.310	99			

Gambar 8. Hasil Uji Simultan (F)

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Berdasarkan tabel ditas, diperoleh nilai Ftabel adalah 3,09. Menurut hasil uji F pada tabel 4.18, maka nilai Fhitung 47,646>F tabel 3,09 dengan nilai Sig 0,000<0,05 maka bisa disimpulkan bahwasanya Ho ditolah sedangkan Ha diterima, dengan itu *service quality* dan *customer trust* berpengaruh secara bersamaatau simultan terhadap kepuasan pengguna jasa.

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.704[a]	.496	.485	5.166	.496	47.646	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Gambar 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Data diolah SPSS, 2026.

Menurut tabel 4.19 ditunjukkan bahwasanya hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai R2 sebesar 0,485 atau (48,5%) yang mengartikan bahwasanya variabel kepuasan pengguna jasa bisa didapatkan oleh variabel *service quality* dan *customer trust* sebesar 48,5%. Selain itu, untuk sisanya 51,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PT. Jasa Raharja, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna jasa sehingga hipotesis pertama diterima. Pengaruh tersebut terjadi karena karakteristik layanan PT. Jasa Raharja merupakan layanan publik yang diberikan kepada masyarakat yang sedang menghadapi kondisi darurat akibat kecelakaan lalu lintas. Dalam kondisi tersebut, pengguna jasa lebih memprioritaskan kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, ketepatan proses administrasi, serta kemampuan petugas dalam memberikan pendampingan dibandingkan aspek lainnya. Oleh karena itu, dimensi *reliability, responsiveness,* dan *assurance* menjadi faktor yang paling dirasakan manfaatnya oleh pengguna jasa. Ketika proses pengajuan santunan dapat dilakukan dengan cepat, persyaratan dijelaskan secara jelas, dan petugas memberikan pelayanan yang ramah serta profesional, maka harapan pengguna jasa dapat terpenuhi sehingga kepuasan meningkat.

Temuan ini memperkuat teori *SERVQUAL* yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan melalui dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Dalam konteks PT. Jasa Raharja, dimensi *reliability, responsiveness,* dan *assurance* menjadi aspek yang paling dominan karena pengguna jasa membutuhkan pelayanan yang cepat, tepat, dan memberikan kepastian dalam proses pemberian santunan (Ramadhani & Utomo, 2025).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widianti & Safuan, 2025) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang diterima. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pengguna jasa. Selain itu, penelitian (Widiastuti & Diatmika, 2024) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelayanan yang berkualitas dapat memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Hasil penelitian tersebut mendukung temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan PT Jasa Raharja, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna jasa yang dirasakan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *service quality* merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna jasa PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa dalam layanan asuransi sosial, pengguna jasa lebih mengutamakan pengalaman pelayanan yang cepat, responsif, akurat, dan profesional dibandingkan aspek lainnya karena mereka umumnya berada dalam kondisi yang membutuhkan kepastian dan bantuan segera setelah mengalami kecelakaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan tidak hanya bergantung pada keberhasilan pemberian santunan, tetapi juga pada kualitas interaksi antara petugas dan pengguna jasa selama proses pelayanan berlangsung. Oleh karena itu, PT. Jasa Raharja perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui percepatan proses administrasi, penyampaian informasi yang transparan, serta peningkatan kompetensi dan profesionalisme petugas agar kepuasan masyarakat dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

Pengaruh *Customer Trust* terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa sehingga hipotesis kedua diterima. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap PT Jasa Raharja, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting karena layanan PT. Jasa Raharja berkaitan dengan pemberian santunan yang membutuhkan transparansi, kepastian prosedur, dan kredibilitas institusi. Pengguna jasa akan merasa puas apabila mereka meyakini bahwa perusahaan mampu memberikan pelayanan secara profesional, adil, dan bertanggung jawab. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui konsistensi pelayanan, ketepatan pencairan santunan, keterbukaan informasi, serta profesionalisme petugas dalam melayani masyarakat.

Temuan tersebut sesuai dengan *Commitment-Trust Theory* yang dikemukakan oleh

Morgan dan Hunt, yang menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan dasar terbentuknya hubungan jangka panjang antara organisasi dan pelanggan. Dalam konteks pelayanan publik, kepercayaan tidak hanya meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap institusi, tetapi juga mengurangi persepsi risiko sehingga mendorong terbentuknya kepuasan pengguna jasa (Tjizumaue, 2023).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dwipa & Wardhani, 2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pelanggan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap perusahaan cenderung merasa lebih nyaman, aman, dan yakin terhadap pelayanan yang diterima sehingga tingkat kepuasannya meningkat. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Grace et al. (2022), yang menemukan bahwa kepercayaan pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan dalam sektor jasa. Semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap integritas, kemampuan, dan kredibilitas perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan (Barus & Nisa, 2025; Tedja et al., 2024). Hasil tersebut konsisten dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa Customer Trust memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Jasa Raharja.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *customer trust* merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengguna jasa PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur. Kepercayaan yang dibangun melalui transparansi informasi, konsistensi pelayanan, profesionalisme petugas, serta ketepatan dalam proses pemberian santunan mampu meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap kredibilitas perusahaan. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya persepsi positif sehingga pengguna jasa merasa lebih puas terhadap pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, PT. Jasa Raharja perlu terus memperkuat kepercayaan masyarakat melalui peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan secara berkelanjutan agar kepuasan pengguna jasa dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.

Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur

Berdasarkan hasil penelitian bahwa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna jasa tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kondisi tersebut terjadi karena pengguna jasa PT. Jasa Raharja mengharapkan pelayanan yang cepat, mudah, transparan, dan profesional, sekaligus memiliki keyakinan bahwa perusahaan mampu memberikan santunan secara tepat sesuai ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi dua faktor yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pengguna jasa.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna jasa tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengguna jasa terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman pelayanan yang positif, sedangkan kepercayaan akan memperkuat keyakinan pengguna jasa terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai

dengan harapan. Kombinasi antara kualitas pelayanan yang tinggi dan tingkat kepercayaan yang kuat akan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Pengguna jasa akan merasa puas apabila memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional serta didukung oleh keyakinan bahwa perusahaan mampu menjalankan tugasnya secara transparan dan bertanggung jawab.

Temuan ini sejalan dengan teori *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Valarie et al. (2028), yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh *Commitment-Trust Theory* yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dan pengguna jasa (Tjiptono, 2022). Dalam konteks PT. Jasa Raharja, pelayanan yang responsif, akurat, dan transparan tidak hanya meningkatkan persepsi terhadap kualitas layanan, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas perusahaan sebagai penyelenggara asuransi sosial. Oleh karena itu, ketika kedua aspek tersebut berjalan secara bersamaan, tingkat kepuasan pengguna jasa akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tandilino et al. (2025), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu memberikan pelayanan berkualitas sekaligus membangun kepercayaan pelanggan akan lebih mudah meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Dwipa & Wardhani (2024), yang menunjukkan bahwa kombinasi kualitas pelayanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang positif sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Namun demikian, pada penelitian ini ditemukan bahwa *service quality* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *customer trust*. Hal tersebut disebabkan karena karakteristik layanan PT. Jasa Raharja berkaitan dengan penanganan korban kecelakaan yang membutuhkan kecepatan pelayanan, ketepatan informasi, dan kemudahan proses administrasi. Pengguna jasa cenderung menilai kualitas pelayanan terlebih dahulu sebelum membangun kepercayaan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi prioritas utama yang selanjutnya akan memperkuat kepercayaan masyarakat dan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *service quality* dan *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa karena pengguna jasa lebih mengutamakan pelayanan yang cepat, responsif, tepat, dan profesional dalam proses pengajuan santunan. Di sisi lain, kepercayaan masyarakat terhadap PT. Jasa Raharja yang dibangun melalui transparansi, konsistensi pelayanan, dan profesionalisme petugas turut meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan pengguna jasa tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang akuntabel, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna jasa.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *service quality* dan *customer trust* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur. Variabel *service quality* menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, dan transparansi mampu memberikan pengalaman positif bagi pengguna jasa. Selain itu, *customer trust* juga terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan, dimana kepercayaan yang terbentuk dari integritas, kemampuan, dan konsistensi pelayanan perusahaan mampu memperkuat persepsi positif pengguna jasa terhadap layanan yang diterima.

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep *SERVQUAL* dan teori kepercayaan yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan merupakan determinan utama kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks layanan asuransi sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi PT. Jasa Raharja untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui inovasi, digitalisasi, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Selain itu, perusahaan perlu memperkuat kepercayaan masyarakat melalui transparansi, akuntabilitas, dan konsistensi dalam pemberian santunan agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa secara berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif terbatas serta hanya menggunakan dua variabel independen, sehingga belum sepenuhnya mampu menjelaskan seluruh faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna jasa. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada satu wilayah sehingga generalisasi hasil penelitian masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel, memperluas wilayah penelitian, serta memasukkan variabel lain seperti kemudahan akses layanan, inovasi digital, atau kualitas sistem informasi guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

ACKNOWLEDGMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT. Jasa Raharja Kantor Wilayah Utama Jawa Timur serta seluruh responden yang telah mendukung pelaksanaan penelitian ini.

CONFLICTS OF INTEREST

Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

ETHICS STATEMENT

Artikel ini merupakan karya asli, belum pernah dipublikasikan, bebas plagiarisme, dan telah disetujui oleh seluruh penulis.

DECLARATION OF GENERATIVE AI

Penulisan naskah ini menggunakan bantuan AI untuk penyusunan dan penyempurnaan bahasa, sementara isi penelitian sepenuhnya merupakan tanggung jawab penulis.

REFERENSI

Agung, R., Kurniawan, A., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 1(3), 18-31.

10.59603/niantanasikka.v1i3.22
Amanda, P., & Indra, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, *2*(3), 217□226. https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.451.
Arvyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa.* 1(1), 67-81. http://dx.doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.338
Barus, A., & Nisa, P. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan.* 11(5), 46-65.
Dwipa, P., & Wardhani, S. (2024). Pengaruh Service Quality, Price Perception, Dan Trust Terhadap Customer Loyalty Di Thanks For Solution Hall. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 119-129.
Ghozali, I. (2021). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.).* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Grace, E., Sinaga, O. S., Silalahi, M., & Ambarita, M. H. (2022). Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Buletin Poltanesa*. 23(1), 35-44. 10.51967/tanesa.v23i1.931
Kim, J., Lee, H., & Park, S. (2024). Service Quality and Customer Satisfaction in Public Service Organizations. Journal of Service Management, 35(2), 156□172.
Ramadhani, Z. N. & Utomo, L. T. (2025). Analysis of the Effect of Service Quality Using the SERV-QUAL Method on Customer Satisfaction at Jendela Wisata Travel. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*, *5*(1), 116□120. https://doi.org/10.59934/jaiea.v5i1.1253
Saputra, R., & Wala, G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Industri Jasa (Study Literature Review). Jurnal Greenation Sosial dan Politik. 2(2), 88-99. https://doi.org/10.38035/jgsp.v2i2.202
Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.
Tandilino, C., Pontoh, G. T., Darmawati, & Indrijawati, A. (2025). Digital financial inclusion as a mediator of digital financial literacy and government support in MSME performance. *International Journal of Financial Studies, 13*(4), 199. https://doi.org/10.3390/ijfs13040199.
Tedja, B., Musadieq, M. A., Kusumawati, A., & Yulianto, E. (2024). Systematic literature review using PRISMA: Exploring the influence of service quality and perceived value on satisfaction and intention to continue relationship. *Future Business Journal, 10*(1), 39. https://doi.org/10.1186/s43093-024-00326-4.
Tjiptono, F. (2022). *Service management: Mewujudkan layanan prima (edisi terbaru).* Andi.
Tjizumaue, B. (2023). Buyer/seller relationship in the services sector at the bottom of the pyramid: A commitment-trust theory perspective. *International Journal of Innovation and Economic Development, 9*(5), 16□27. https://doi.org/10.18775/ijied.1849-7551-7020.2015.95.2002
Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. (2018). *Services Marketing:*

Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Vriyanie, D. A., Santosa, W., Triwulandari, S. D., & Dalimunthe, Y. M. S. (2025). Peran kepuasan dan kepercayaan dalam memediasi pengaruh logistic service quality dan policy service quality terhadap loyalitas pelanggan e-grocery berbasis dark store Segari. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan,* 14(2), 795□811. https://doi.org/10.22437/jmk.v14i2.41089

Widianti, Y., & Safuan, S. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis.* 14(3), 3469-3483. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1746

Widiastuti, A., & Diatmika, A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Marketplace. *Journal of Economics Bussines and Accounting.* 7(3), 5395-5419. 10.31539/costing.v7i3.9301

Yosa, E. F. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Early Warning System Terhadap Tingkat Solvabilitas Pada Perusahaan Asuransi Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. 9(1), 82-91. https://doi.org/10.30743/akutansi.v9i1.5831

Yustianto, D., & Elistia, E. (2025). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Customer Trust pada Online Shop. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi. 5(1), 601-613. https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i1.11854