

PENGARUH JASA LAYANAN, HARGA, PROSES TERHADAP KEPERCAYAAN DAN PERILAKU PENGUNAAN ULANG MASYARAKAT PADA ADVOKAT DI KABUPATEN JEMBER

Any Widhiarti

Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Jember

Abstract : *This study aims to examine the effect of service, price, process on trust and behavior of community reuse at Advocate in Jember Regency. Type of research with quantitative approach, sample 114 clients who need assistance 5 services advocate registered in PERADI Jember District. The analysis tool is data analysis model with Assumption Structural Equation Modeling (SEM) Test. Result of research, that is: (1) service, price, and process have significant influence to public trust in Advokat in Jember Regency; (2) services, prices, and processes have a significant effect on the behavior of community reuse at Advocate in Jember District.*

Keywords : *Services , price, process on trust , re-use behavior .*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh jasa layanan, harga, proses terhadap kepercayaan dan perilaku penggunaan ulang masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember. Jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif, sampel 114 klien yang memerlukan bantuan 5 jasa advokat yang terdaftar di PERADI Kabupaten Jember. Alat analisisnya adalah model analisa data dengan Uji Asumsi Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian, yaitu :(1) jasa layanan, harga, dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember; (2) jasa layanan, harga, dan proses berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan ulang masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember.

Kata kunci : Jasa Layanan, Harga, Proses, Kepercayaan, Perilaku Penggunaan Ulang.

Pendahuluan

Peran advokat semakin penting dan semakin tidak terpisahkan dari seluruh proses dan perkembangan hukum sebagai konsekuensi dari liberalisasi arus modal, barang, investasi dan tenaga kerja terdidik di MEA. Meningkatnya arus modal dan investasi asing, terutama para pebisnis dari negara anggota ASEAN ke Indonesia secara logis akan diikuti peningkatan kebutuhan terhadap jasa advokat atau konsultan hukum. Mereka diperlukan dalam memberikan arah dan nasihat hukum, termasuk pendampingan yang dibutuhkan oleh para pelaku bisnis internasional untuk dapat beraktivitas bisnis dengan benar dan terlindungi di negara ini.

Produk jasa advokat adalah memberikan bantuan hukum dalam bentuk Litigasi dan Non Litigasi, Litigasi perkara sampai diproses ke pengadilan kalau Non Litigasi perkara akan diproses diluar pengadilan, contohnya konsultasi

hukum, perdamaian dan lain-lain. Dalam mewujudkannya dengan mengembangkan keahlian disemua lingkup hukum guna memberikan jasa yang selalu meningkat layanan dari waktu ke waktu seiring perkembangan jaman. Menurut Tjiptono (2008: 219) menjelaskan bahwa intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:180) merupakan pakar pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen.

Definisi harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Pada prinsipnya harga jasa advokat ditetapkan secara wajar berdasarkan persetujuan antara advokat dengan kliennya. Demikian ketentuan pasal 21 ayat (2) UU No. 18 tahun 2003 tentang advokad. Jadi tidak ada standart atau tarif baku mengenai harga jasa hukum advokat. Ada dua macam sekema pembayaran yaitu *Lumpsum* (suatu jumlah pembayaran untuk beberapa jasa hukum tertentu yang ditawarkan atau *hourly* basis (dihitung perjam). Jadi pada dasarnya penentuan tarif adalah berdasarkan perkiraan advokat itu sendiri terkait seberapa banyak pekerjaan yang dilakukan dan seberapa tingkat kesulitan perkara yang akan ditangani.

Sisi lain bagaimanapun pilihan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa adalah dipengaruhi oleh faktor harga. Penentuan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan Advokat akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk/jasa berbeda. Sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin

tinggi permintaan terhadap produk (Kotler,1991). Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari Advokat.

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktifitas dan hal – hal rutin, pada saat jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Rambat L. (2001 : 54). Nastiti (2007) menjelaskan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasar yang membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Masyarakat merupakan alasan hidup dan tumbuhnya suatu perusahaan, hal ini menyebabkan kepercayaan masyarakat menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Kepercayaan merupakan faktor penting untuk memprediksi perilaku masyarakat dalam pembelian ulang. Kepercayaan masyarakat tidak hanya menginginkan kualitas layanan dan harga yang relatif murah tetapi juga kemudahan untuk mendapatkan produk. Apabila kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sudah tertanam/didapat maka besar kemungkinan mereka akan kembali lagi atau melakukan pembelian ulang dan atau merekomendasikan pada teman-teman atau keluarga tentang perusahaan dan produknya. Melihat banyaknya masyarakat yang berperkara dan banyaknya advokat yang ada, dengan ini peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh jasa layanan, harga, proses terhadap kepercayaan dan perilaku penggunaan ulang masyarakat pada Advokat dalam membantu dan menolong masyarakat yang berada dalam kesulitan karena mempunyai suatu masalah, memberikan jasa-jasa hukum kepada siapapun juga yang memerlukan guna terhindar dari kasus permasalahan yang dihadapinya, tentu dengan batas-batas keyakinannya dengan pengertian bahwa yang akan dibela tidak akan menjadi korban ketidakadilan. Memilih advokat seperti halnya kita memilih seorang Dokter, Akuntan, Notaris, Arsitek dan pekerjaan professional lainnya, tentunya dengan menjamin profesionalisme yang tinggi dalam pekerjaan, memberikan kualitas layanan yang baik sehingga klien dapat menilai dan percaya kepada advokat. Masyarakat perlu hati-hati dan teliti dalam menentukan memilih advokat untuk menangani urusan hukumnya. Sebagai gambaran bahwa jumlah advokat yang terdaftar di PERADI Kabupaten Jember sejumlah 109 Advokat, sehingga masyarakat perlu memperhatikan *track record* yang baik menyangkut etika, moral dan kejujuran, karena tidak sedikit Advokat yang mempunyai *track record* yang tidak baik mereka bekerja tidak profesional tidak bekerja keras dalam menangani perkara hukum masyarakat, sehingga dalam penyelesaian masalah hukumnya terbengkalai, dengan biaya banyak, prosesnya

lambat pada akhirnya penyelesaian masalah hukumnya tidak terselesaikan dengan baik, ujung-ujungnya masyarakat yang dirugikan.

Berdasarkan pada fenomena bisnis tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh Jasa Layanan, Harga, Proses Terhadap Kepercayaan dan Perilaku Penggunaan Ulang Masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (a) Untuk menguji pengaruh jasa layanan terhadap kepercayaan masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember; (b) Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepercayaan masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember; (c) Untuk menguji pengaruh proses terhadap kepercayaan masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember; (d) Untuk menguji pengaruh jasa layanan terhadap perilaku penggunaan ulang pada Advokat di Kabupaten Jember; (e) Untuk menguji pengaruh harga terhadap perilaku penggunaan ulang pada Advokat di Kabupaten Jember; (f) Untuk menguji pengaruh proses terhadap perilaku penggunaan ulang pada Advokat di Kabupaten Jember; (g) Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap perilaku penggunaan ulang pada Advokat di Kabupaten Jember.

Metodologi

Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai Penelitian Eksplanatori (*Explanatory Research*), yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan Sugiyono (2010:13).

Populasi dalam penelitian ini adalah klien yang memerlukan dan meminta bantuan hukum kepada 5 (lima) Advokat terdaftar di PERADI Kabupaten Jember. Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:221). Sampel terpilih oleh peneliti berdasarkan ciri – ciri khusus, antara lain:

- A. Usia diatas 17 tahun, dimana pada usia tersebut seseorang memiliki kewajiban hukum.
- B. Responden telah menggunakan 5 jasa advokat minimal satu kali.
- C. Responden penduduk kabupaten Jember.

Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error*. Model estimasi menggunakan *maximum likelihood* (ML) minimum diperlukan sampel 100. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 114 responden. Untuk

memberikan pemahaman yang sama, maka peneliti memberikan batasan defenisi terhadap variabel-variabel yang diteliti yaitu :

- A. Jasa (X_1) yaitu jasa layanan Advokat yang dapat menimbulkan perhatian, pemilihan, konsekuensi untuk memuaskan konsumen. Variabel jasa dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan empat indikator yang mengacu pendapat Haryono (2010:4-5) yakni Ketepatan waktu pelayanan, Tanggungjawab, Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan dan Pelayanan pribadi.
- B. Harga (X_2) yaitu sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki atau mempergunakan jasa advokat. Variabel Harga dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan lima indikator mengacu pendapat Wahyuningsih,(2015:80) yakni biaya lebih rendah, biaya diatur sesuai kemampuan, biaya lebih bervariasi, potongan biaya, pembebanan biaya yang wajar.
- C. Proses (X_3) yaitu proses pelayanan yang diberikan kepada masyarakat oleh advokat. Variabel Proses pada penelitian ini diukur dengan menggunakan lima indikator mengacu pendapat Wahyuningsih, (2015:80) yakni kecepatan penerbitan produk, pemberitahuan pemesanan produk, pembayaran mudah, kemudahan dan kecepatan klaim, kemudahan dan kecepatan dalam pemulihan produk.
- D. Kepercayaan (Y_1) yaitu kepercayaan terhadap merek, dalam hal ini kepercayaan masyarakat terhadap karakter dan reputasi advokat, mengacu pendapat Aaker, (1997) diukur dengan menggunakan *indikator Brand characteristic, Company characteristic, dan Consumer-brand characteristic.*

Perilaku Penggunaan Ulang (Y_2) yaitu perilaku masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember diukur dengan menggunakan indikator pembelian kembali produk yang sama di masa datang dan keputusan jumlah penggunaan jasa advokat yang dilakukan konsumen. Mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller dan hasil penelitian oleh Wulansari (2013:390), maka dalam penelitian ini menggunakan indikator niat akan menggunakan jasa layanan advokat kembali dimasa yang akan datang dan niat merekomendasikan kepada orang lain.

Pengukuran variabel bebas, variabel antara dan variabel terikat dalam kuesioner adalah menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*) dengan skala penilaian (skor) 1 sampai dengan 5 dengan pilihan jawaban untuk masing-masing *item*

pertanyaan adalah “Sangat Setuju (SS)”, “Setuju (S)”, “Tidak Berpendapat (TB)”, “Tidak Setuju (TS)”, “Sangat Tidak Setuju (STS)”. Masing-masing pilihan jawaban diberi nilai 1 untuk jawaban ekstrim negatif dan nilai 5 untuk jawaban ekstrim positif.

Data yang akan diambil dalam penelitian ini adalah berupa data primer sedangkan metode pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner yang diberikan kepada responden secara langsung (Sugiyono, 2005:135). Data yang akan diambil dalam penelitian ini adalah berupa data primer sedangkan metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada responden secara langsung (Sugiyono, 2005:135)

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*) pada masing-masing variabel laten. Sedangkan, analisis reliabilitasnya menggunakan Reliabilitas konstruk yang dinilai dengan menghitung index reliabilitas instrumen yang digunakan dalam model SEM yang dianalisis. Dalam perhitungan pengolahan data, peneliti menggunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu Uji Asumsi *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Jasa Layanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat Kepada Advokat di Kabupaten Jember

Hasil analisis data membuktikan bahwa Jasa Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat kepada Avokat di Kabupaten Jember dengan hubungan positif. Hasil ini menunjukkan bahwa jika penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin baik (waktu penyelesaian lebih cepat, keahlian khusus semakin tinggi, semakin ramah dan sopan daammelayani klien, dan perhatian pribadi semakin tinggi terhadap masalah yang dihadapi klien), maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat.

Temuan ini secara empiris menunjukkan bahwa secara keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) untuk Jasa Layanan ini. Atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa menurut mayoritas responden Jasa

Layanan yang ditawarkan oleh Advokat di Kabupaten Jember adalah baik. Selain itu juga didukung oleh karakteristik responden yang mayoritas Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas (45,61%) responden penelitian berusia 17 – 31 tahun, yaitu golongan dewasa dewasa awal, masa ini adalah masa transisi, baik transisi fisik transisi intelektual serta transisi peran sosial yang sangat membutuhkan Jasa Layanan yang baik dalam memenuhi kebutuhannya. Temuan ini mendukung penelitian penelitian Kurniawan (2012) dan penelitian Cahyani dan Rahanatha (2014).

Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember.

Hasil analisis data membuktikan bahwa Harga berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat kepada Advokat di Kabupaten Jember. Hasil ini menunjukkan bahwa harga yang dibebankan Advokat kepada Klien berpengaruh namun tidak mendominasi Kepercayaan Klien terhadap Advokat. Temuan ini terjadi karena secara empirik diukung oleh fakta (Tabel 5.8) yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian netral (skor 3) untuk Harga. Atau dengan kata lain mayoritas responden tidak berpendapat terhadap harga (murah atau mahal) atas harga yang ditawarkan Advokat dalam menangani kasus yang dihadapinya. Para responden penelitian tidak memperhitungkan harga penanganan kasus yang mereka hadapi karena memang mereka melakukan pembayaran atas kasus yang dia hadapi kepada Advokat hanya untuk kepentingan pribadi yang menghasilkan keuntungan (*profit oriented*), namun untuk biaya penanganan kasus yang dianggap berat dan menyangkut kepentingan masyarakat maka dilakukan oleh pemerintah dalam bentuk bantuan. Hal ini terjadi karena mayoritas responden berasal dari kalangan orang berpenghasilan rendah yang ditunjukkan oleh data dalam. Kondisi ini didukung oleh fakta empiris bahwa mayoritas responden berpendidikan SD dan SLTP dengan pekerjaan tidak tetap dan dua hal ini merupakan karakteristik golongan orang berpenghasilan rendah. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan (2012).

Pengaruh Proses Terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember

Hasil analisis data membuktikan bahwa Proses berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat kepada Advokat di Kabupaten Jember dengan hubungan positif. Hasil ini berarti bahwa jika penilaian masyarakat (klien) terhadap Proses yang dilakukan advokat dalam menangani kasus hokum klien semakin baik

(penanganan kasus cepat, menaarkan banyak alternative pemecahan kasus, memberikan alternatif pembayaran yang memudahkan klien, kemudahan berkomunikasi kepada klien, dan memberikan kemudahan penyampaian complain klien), maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat.

Secara empiris menunjukkan bahwa keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) untuk Proses. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut mayoritas responden Proses penyelesaian kasus klien selama ini oleh Advokat di Kabupaten Jember adalah baik. Selain itu juga didukung oleh karakteristik responden yang mayoritas Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas (45,61%) responden penelitian berusia 17 – 31 tahun, yaitu golongan dewasa dewasa awal, masa ini adalah masa transisi, baik transisi fisik transisi intelektual serta transisi peran sosial yang sangat membutuhkan Jasa Layanan yang baik dalam memenuhi kebutuhannya. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan (2012).

Pengaruh Jasa Layanan Terhadap Perilaku Penggunaan Ulang pada Advokat di Kabupaten Jember.

Hasil analisis data membuktikan bahwa Jasa Layanan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Ulang (Klien) masyarakat kepada Avokat di Kabupaten Jember dengan hubungan positif. Hasil ini menunjukkan bahwa jika penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin baik (waku penyelesaian lebih cepat, keahlian khusus semakin tinggi, semakin ramah dan sopan daammelayani klien, dan perhatian pribadi semakin tinggi terhadap masalah yang dihadapi klien), maka akan meningkatkan niat masyarakat (klien) untuk menggunakan ulang advokat yang bersangkutan, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan niat masyarakat (klien) untuk menggunakan ulang advokat tersebut untuk menangani kasus hokum mereka dimasa yang akan datang.

Temuan ini secara empiris bahwa keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) untuk Jasa Layanan ini. Atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa menurut mayoritas responden Jasa Layanan yang ditawarkan oleh Advokat di Kabupaten Jember adalah baik. Selain itu juga didukung

oleh karakteristik responden yang mayoritas Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas (45,61%) responden penelitian berusia 17-31 tahun, yaitu golongan dewasa dewasa awal, masa ini adalah masa transisi, baik transisi fisik transisi intelektual serta transisi peran sosial yang sangat membutuhkan Jasa Layanan yang baik dalam memenuhi kebutuhannya. Serta mayoritas responden adalah golongan orang kurang mampu yang sangat berharap bantuan yang tulus dari advokat untuk memecahkan kasus hukum mereka yang itu tercermin dari jasa yang ditawarkan. Jadi jikalau Jasa Layanan yang diberikan dinilai baik oleh klien, maka klien akan menaruh kepercayaan terhadap pihak yang memberikan jasa tersebut. Temuan ini mendukung hasil penelitian Herman Ahmadi (2012)

Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Penggunaan Ulang pada Advokat di Kabupaten Jember

Hasil analisis data membuktikan bahwa Harga berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat/Klien kepada Advokat di Kabupaten Jember. Maknanya bahwa harga yang dibebankan Advokat kepada Klien sedikit berpengaruh namun tidak dominan terhadap Perilaku Penggunaan Ulang Klien terhadap Advokat yang bersangkutan. Keadaan ini terjadi karena secara keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian netral (skor 3) untuk Harga. Atau dengan kata lain mayoritas responden tidak berpendapat terhadap harga (murah atau mahal) atas harga yang ditawarkan Advokat dalam menangani kasus yang dihadapinya. Para responden penelitian tidak memperhitungkan harga penanganan kasus yang mereka hadapi karena memang mereka melakukan pembayaran atas kasus yang dia hadapi kepada Advokat hanya untuk kepentingan pribadi yang menghasilkan keuntungan (*profit oriented*), namun untuk biaya penanganan kasus yang dianggap berat dan menyangkut kepentingan masyarakat maka dilakukan oleh pemerintah dalam bentuk bantuan. Hal ini terjadi karena mayoritas responden berasal dari kalangan orang berpengasilan rendah yang ditunjukkan oleh data dalam. Kondisi ini didukung oleh fakta empiris bahwa mayoritas responden berpendidikan SD dan SLTP dengan pekerjaan tidak tetap dan dua hal ini merupakan karakteristik golongan orang berpenghasilan rendah. Temuan ini tidak mendukung hasil peneltian Herman Ahmadi (2012)

Pengaruh Proses Terhadap Perilaku Penggunaan Ulang pada Advokat di Kabupaten Jember

Hasil analisis data membuktikan bahwa Proses berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat/Klien kepada Advokat di Kabupaten Jember dengan hubungan positif. Artinya jika penilaian masyarakat (klien) terhadap Proses yang dilakukan advokat dalam menangani kasus hukum klien semakin baik (penanganan kasus cepat, menawarkan banyak alternative pemecahan kasus, memberikan alternative pembayaran yang memudahkan klien, kemudahan berkomunikasi kepada klien, dan memberikan kemudahan penyampaian complain klien), maka akan meningkatkan Perilaku masyarakat (klien) untuk menggunakan ulang advokat yang sama untuk menangani kasus hukum yang mereka hadapi di masa yang akan datang, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat (klien) terhadap advokat yang bersangkutan

Secara keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) untuk Proses. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut mayoritas responden Proses penyelesaian kasus klien selama oleh Advokat di Kabupaten Jember adalah baik, sehingga akan mendorong Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat/klien pada advokat yang sama dimasa mendatang. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Herman Ahmadi (2012)

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Penggunaan Ulang pada Advokat di Kabupaten Jember.

Hasil analisis data membuktikan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat/Klien kepada Advokat di Kabupaten Jember dengan hubungan positif. Artinya jika penilaian Kepercayaan masyarakat/klien terhadap advokat dalam menangani kasus hukum klien semakin baik (memiliki reputasi pribadi, reputasi lembaga, perhatian pribadi terhadap kasus klien), maka akan meningkatkan Perilaku masyarakat (klien) untuk menggunakan ulang advokat yang sama untuk menangani kasus hukum yang mereka hadapi di masa yang akan datang, dan sebaliknya Kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat semakin jelek, maka akan menurunkan Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat (klien) terhadap advokat yang bersangkutan.

Temuan ini secara empiris menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan skor 4 atas penilaian variabel Kepercayaan klien kepada Advokat di

Kabupaten Jember, dan secara keseluruhan mayoritas responden memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) untuk variabel Kepercayaan. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa menurut mayoritas responden memiliki kepercayaan yang baik terhadap Advokat di Kabupaten Jember sehingga akan mendorong Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat/klien pada advokat yang sama dimasa mendatang. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Yohanes Suhari (2011)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil beberapa kesimpulan, (1) Jasa Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember dengan arah hubungan positif; (2) Harga berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember; (3) Proses berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember dengan arah hubungan positif; (4) Jasa layanan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan ulang masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember; (5) Harga berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan ulang masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember; (6) Proses berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan ulang masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember; (7) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan ulang masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember dengan arah hubungan positif.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka dapat diajukan beberapa saran, yaitu : (1) advokat di Kabupaten Jember untuk meningkatkan kepercayaan dan perilaku; (2) jika penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin baik (waktu penyelesaian lebih cepat, keahlian khusus semakin tinggi, semakin ramah dan sopan dalam melayani klien, dan perhatian pribadi semakin tinggi terhadap masalah yang dihadapi klien), maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat; (3) harga berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat kepada advokat di Kabupaten Jember, artinya bahwa masyarakat di Kabupaten Jember tidak memperhitungkan

harga penanganan kasus yang mereka hadapi karena memang mereka tidak melakukan pembayaran atas kasus yang bukan untuk kepentingan *profit oriented* yang dia hadapi kepada Advokat, melainkan biaya penanganan kasus dilakukan oleh pemerintah dalam bentuk bantuan; (5) jika penilaian masyarakat (klien) terhadap proses yang dilakukan advokat dalam menangani kasus semakin baik (proses penanganan kasus cepat, banyak memberikan alternatif pemecahan kasus, alternative cara pembayaran, kemudahan komunikasi denganklien, dan kemudahan penyampaian komplain klien yang tidak puas), maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat.; (6) jika penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin baik (waku penyelesaian lebih cepat, keahlian khusus semakin tinggi, semakin ramah dan sopan daam melayani klien, dan perhatian pribadi semakin tinggi terhadap masalah yang dihadapi klien), maka akan meningkatkan Perilaku Penggunaan Ulang masyarakat (klien) terhadap advokat, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap jasa layanan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan; (7) harga yang dibebankan Advokat kepada Klien tidak berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan Ulang Klien terhadap Advokat yang bersangkutan; (8) jika penilaian masyarakat (klien) terhadap proses yang dilakukan advokat dalam menangani kasus semakin baik (proses penanganan kasus cepat, banyak memberikan alternatif pemecahan kasus, alternatif cara pembayaran, kemudahan komunikasi denganklien, dan kemudahan penyampaian komplain klien yang tidak puas), maka akan meningkatkan Perilaku Pemberian Ulang masyarakat (klien) terhadap advokat; (9) jika Kepercayaan masyarakat (klien) terhadap advokat (advokat secara memiliki reputasi baik, advokat tergabung pada lembaga advokat bereputasi baik, dan rekomendasi dari kilen lain yang baik), maka akan meningkatkan Perilaku Pemberian Ulang masyarakat (klien) terhadap advokat, dan sebaliknya penilaian masyarakat (klien) terhadap Kepercayaan yang ditawarkan advokat semakin jelek, maka akan menurunkan Perilaku Pemberian Ulang masyarakat (klien) terhadap advokat.

Daftar Referensi

Aaker, David. A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.

- Ahmadi, Herman. 2013. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus: Pada Pt Hero Gas Jaya Ponorogo) . Ekomaks Volume 2 Nomor 1 Maret 2013.
- Ciptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi.Yogyakarta
- Haryono. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Bus Kota) Di Kota Yogyakarta*. Jurnal Administrasi Bisnis . Volume 7, Nomor 1 Juli 2010.
- Kotler Philip Dan Armstrong Gary,(2001), "*Prinsip Prinsip Pemasaran*" Edisi 1 Jilid 8 Erlangga,Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Indeks. Jakarta.
- Kurniasari., Ardina., & Hadi. 2012. Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa Oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda Ahas Ud. Ramayana Motor Surabaya. Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi. Vol.1 No.02 , Juni 2012.
- Kurniawan, Wahyu. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap kepercayaan Konsumen Produk Notebook (Studi Kasus Terhadap Dua merk notebook) . Surakarta:Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nastiti. 2007. *Manajemen Bauran Pemasaran*. Edisi Kesepuluh. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Sugiarto, Sugiono & Setiawan, Wilson. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol2,No 1 (2014) Jurnal Strategi Pemasaran.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & Rnd*. Bandung: Alfabeta
- Suwardi. 2011. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11, No. 1. Hal:51-58.
- Tjiptono, Fandy Dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang, Jawa Timur; Bayumedia Publishing.
- Wahyuningsih, 2015.*Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Mitra Ilmu.
- Wulansari, 2013, "*Manajemen Pemasaran*", Penerbit Gahlia Indonesia, Jakarta.
- Zeithaml. Valarie, Bitner & Gremler. 2013. *Service Marketing – Integratingcustomer Focus Across The Firm*, Sixth Edition. New York: Mcgraw Hill.