

ABSTRACT

Muhammad Jodi Fadillah, 1228010136, 2026. *The Effect of Service Quality and Batukaras Kalcer (BK Jams) Brand Identity on Public Trust in the Tourism and Culture Office of Pangandaran Regency.*

Public trust is an important aspect in the successful implementation of regional tourism policies. In the context of tourism development in Batukaras Beach, Pangandaran Regency, improving tourism public service quality and strengthening the branding identity of Batukaras Kalcer (BK Jams) are considered factors that may contribute to shaping public perceptions of the credibility and capability of local government in managing tourism destinations. However, there remains a gap regarding the extent to which these two factors influence public trust, particularly in relation to the consistency between the destination identity that has developed and the actual service experiences perceived by the community and tourists.

This study aims to determine and analyze the extent of the influence of tourism public service quality and Batukaras Kalcer (BK Jams) branding identity on public trust in the Department of Tourism and Culture of Pangandaran Regency. This research employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 150 tourists visiting Batukaras Beach selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software.

The results indicate that the research instruments fulfilled the required validity and reliability criteria. Tourism public service quality had a negative effect of -0.113 or -11.3% on public trust; however, the effect was not statistically significant, with a p-value of $0.414 > 0.05$. Meanwhile, Batukaras Kalcer (BK Jams) branding identity had a positive effect of 0.346 or 34.6% on public trust and was statistically significant, with a p-value of $0.009 < 0.05$. Simultaneously, tourism public service quality and Batukaras Kalcer branding identity explained 7% of the variance in public trust ($R^2 = 0.070$), while the remaining variation was influenced by other factors outside the research model.

Based on these findings, Batukaras Kalcer branding identity represents a more dominant factor in building public trust compared to tourism public service quality. Therefore, the Pangandaran Regency Government is expected to maintain the strengthening of local identity-based branding strategies while improving tourism public services through more responsive, informative, and community-oriented service delivery.

Keywords: Batukaras Kalcer, Destination Branding Identity, Public Trust, Public Service Quality, Regional Tourism.

ABSTRAK

Muhammad Jodi Fadillah, 1228010136, 2026. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Identitas Branding Batukaras Kalcer (BK Jams) terhadap Kepercayaan Publik pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran.

Kepercayaan publik merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan penyelenggaraan kebijakan pariwisata daerah. Dalam konteks pengembangan kawasan Pantai Batukaras Kabupaten Pangandaran, peningkatan kualitas pelayanan publik wisata dan penguatan identitas branding Batukaras Kalcer (BK Jams) menjadi faktor yang diduga berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap kredibilitas dan kemampuan pemerintah daerah dalam mengelola destinasi wisata. Namun, masih terdapat permasalahan mengenai sejauh mana kedua faktor tersebut mampu memengaruhi kepercayaan publik, khususnya terkait kesesuaian antara identitas destinasi yang berkembang dengan pengalaman pelayanan yang dirasakan masyarakat dan wisatawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan publik wisata dan identitas branding Batukaras Kalcer (BK Jams) terhadap kepercayaan publik pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 150 responden wisatawan Pantai Batukaras yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Kualitas pelayanan publik wisata memiliki pengaruh negatif sebesar -0,113 atau -11,3% terhadap kepercayaan publik, namun pengaruh tersebut tidak signifikan dengan nilai $p\text{-value } 0,414 > 0,05$. Sementara itu, identitas branding Batukaras Kalcer (BK Jams) memiliki pengaruh positif sebesar 0,346 atau 34,6% terhadap kepercayaan publik dan berpengaruh signifikan dengan nilai $p\text{-value } 0,009 < 0,05$. Secara simultan, kualitas pelayanan publik wisata dan identitas branding Batukaras Kalcer mampu menjelaskan variasi kepercayaan publik sebesar 7% ($R^2 = 0,070$), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, identitas branding Batukaras Kalcer menjadi faktor yang lebih dominan dalam membangun kepercayaan publik dibandingkan kualitas pelayanan publik wisata. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Pangandaran perlu mempertahankan penguatan identitas lokal berbasis komunitas serta meningkatkan kualitas pelayanan publik wisata melalui pelayanan yang lebih responsif, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta wisatawan.

Kata Kunci: Batukaras Kalcer, Identitas Branding Destinasi, Kepercayaan Publik, Kualitas Pelayanan Publik, Pariwisata Daerah.