

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Pelayanan

2.1.1.1 Konsep Pelayanan

Salah satu fungsi pemerintahan yang kini semakin disorot masyarakat adalah pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi-instansi pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan publik. Peningkatan kualitas pelayanan publik yang diselenggarakan instansi pemerintahan kini semakin mengemuka; bahkan menjadi tuntutan masyarakat. Persoalan yang sering dikritisi masyarakat atau para penerima layanan adalah persepsi terhadap “kualitas” yang melekat pada selurus aspek pelayanan. Istilah “kualitas” ini, menurut Tjiptono (2014:55) mencakup sebagai berikut :

1. Kesesuaian dengan persyaratan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan berkelanjutan
4. Bebas dari kerusakan/cacat
5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat
6. Melakukan segala sesuatu secara benar
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Pada prinsipnya pengertian-pengertian tersebut di atas dapat diterima bila dikaitkan dengan kebutuhan atau kepentingan masyarakat yang menginginkan kualitas pelayanan dalam takaran tertentu. Namun demikian setia jenis pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi-instansi pemerintahan tentu mempunyai kriteria kualitas tersendiri. Hal ini tentu terkait erat dengan atribut pada masing-masing jenis pelayanan. Ciri-ciri atau atribut-atribut yang ada dalam kualitas tersebut menurut Tjiptono (2014: 56) adalah :

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer.
5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan lain-lain.
6. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber AC, kebersihan, dan lain-lain.

Dari pendapat di atas di atas diketahui bahwa kualitas pelayanan mencakup berbagai faktor. Menurut Prakoso (2020: 36) bahwa kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek, yaitu sistem pelayanan, sumber daya

manusia pemberia pelayanan, strategi, dan pelanggan (*customers*). Kemudian Irawan (2019: 257) berpendapat bahwa pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.

Senada dengan pendapat itu, Nurhadi (2020) berpendapat :

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan Permasalahan konsumen/pelanggan.

Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (*service excellence*) tidak dapat dihindari oleh penyelenggara pelayanan jasa. Tuntutan para penerima layanan untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus disikapi sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan. Kepuasan penerima layanan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti yang diungkapkan Tjiptono (2014:56), bahwa kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian kebutuhan para penerima layanan harus dipenuhi oleh pihak penyelenggara pelayanan agar para penerima layanan tersebut memperoleh kepuasan. Untuk itulah diperlukan suatu pemahaman tentang konsepsi kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014:59) yaitu :

Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan baik itu dari segi pelayanan kepada masyarakat dan juga suasana pelayanan yang diberikan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan

penyedia layanan dalam memenuhi harapan para penerima layanan secara konsisten.

Berdasarkan uraian sejumlah pendapat di atas, dapat penulis simpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu totalitas karakteristik suatu konsep pelayanan yang mencakup seluruh aspek pelayanan dan tolak ukur kualitas pelayanan itu adalah dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan atau penerima layanan.

2.1.1.2 Faktor Pelayanan

Pelayanan publik pada dasarnya memuaskan kebutuhan masyarakat yang diberikan, oleh karena itu pemerintah dalam memberikan pelayanan terbaik kepada publik, menurut Moenir (2015:47) dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Kemudahan dalam pengurusan kepentingan.
2. Mendapatkan pelayanan secara wajar.
3. Mendapatkan perlakuan yang sama tanpa pilih kasih.
4. Mendapatkan perlakuan yang jujur dan terus terang.

Pelayanan yang baik dan memuaskan yang dilakukan oleh institusi pemerintah ataupun organisasi publik lainnya terhadap masyarakatnya, bahwa pelayanan yang terbaik harus

dilakukan dengan cara-cara seperti yang dikutip oleh Moenir di atas yaitu dengan cara pertama, harus memberikan kemudahan dalam pengurusan berbagai urusan agar pelayanan yang dilakukan bisa berjalan dengan cepat. Kedua, harus memberikan pelayanan yang wajar dan tidak berlebihan sesuai dengan kebutuhannya. Pelayanan yang diperoleh secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau untaian kata lain semacam itu yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu, baik alasan untuk institusi pemerintah ataupun organisasi publik atau alasan untuk kesejahteraan. Misalnya apabila ingin mendapatkan pelayanan yang cepat maka petugas diberikan sesuatu sebagai imbalannya agar mendapatkan pelayanan yang sewajarnya, hal demikian sebenarnya ikut membantu penyimpangan secara tidak langsung. Ketiga, harus memberikan perlakuan yang sama tanpa pilih kasih dan tidak membeda-bedakan masyarakat dari segi ekonomi maupun dari segi apapun, jadi masyarakat mendapatkan perlakuan yang adil dalam mengurus berbagai urusan tanpa membedakan status apapun. Mendapatkan perlakuan yang sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama, tertib dan tidak pandang status, artinya kalau memang untuk mendapatkan pelayanan diharuskan antri secara tertib, hendaknya semuanya

diwajibkan antri sebagaimana yang lain. Keempat, masyarakat harus mendapatkan perlakuan yang jujur dan terus terang tanpa membohongi masyarakat yang akan mengurus urusannya. Pelayanan yang jujur dan terus terang, artinya apabila ada hambatan karena suatu masalah yang tidak dapat dielakan hendaknya diberitahukan. Cara tersebut menjadikan orang lebih mengerti dan akan menyesuaikan diri secara ikhlas tanpa emosi. Pelayanan yang memuaskan dapat memberikan dampak yang positif untuk masyarakat, sesuai dengan pendapat Moenir (2015:47), dampak positifnya adalah :

1. Masyarakat menghargai kepada korps pegawai
2. Masyarakat patuh terhadap aturan-aturan layanan
3. Masyarakat akan merasa bangga kepada korps pegawai
4. Adanya kegairahan usaha dalam masyarakat
5. Adanya peningkatan dan pengembangan dalam masyarakat menuju segera tercapainya masyarakat yang adil dan makmur berlandaskan Pancasila

Dampak positif untuk masyarakat menurut Moenir di atas terdapat lima indikator, pertama masyarakat menghargai korps pegawai sehingga pegawai tersebut dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Kedua masyarakat akan patuh terhadap aturan yang telah dibuat sehingga tercipta suasana yang tertib, aman, dan nyaman. Ketiga, masyarakat akan bangga terhadap

pegawai sehingga masyarakat mengagumi pegawai tersebut dan ditunjukkan dengan saling menghormati dan menghargai antara masyarakat dengan pegawai atau pegawai dengan pegawai. Keempat adanya kegairahan usaha dalam masyarakat, kelima adanya peningkatan dan pengembangan dalam masyarakat. Kelima dampak positif dapat terlaksana dengan baik maka akan mewujudkan kepuasan terhadap masyarakat. Menjelaskan uraian di atas bahwa pelayanan yang baik juga dapat memberikan kepuasan masyarakat, maka menurut Moenir (2015:45) dampak kepuasan masyarakat dapat terlihat pada :

1. Masyarakat sangat menghargai kepada korps pegawai yang bertugas di bidang pelayanan umum. Mereka tidak memandang remeh dan mencemooh korps itu dan tidak pula berlaku sembarang
2. Masyarakat terdorong mematuhi aturan dengan penuh kesadaran tanpa prasangka buruk, sehingga lambat laun dapat terbentuk sistem pengendalian diri yang akan sangat efektif dalam ketertiban berpemerintahan dan bernegara
3. Ada rasa bangga pada masyarakat atas karya korps pegawai di bidang layanan umum, meskipun di lain pihak ada yang merasa ruang geraknya dipersempit karena tidak dapat lagi memperlakukan masyarakat
4. Kelambatan-kelambatan yang biasa ditemui, dapat dihindarkan dan ditiadakan. Sebaliknya akan dapat ditumbuhkan percepatan kegiatan di masyarakat di semua bidang kegiatan baik ekonomi, sosial maupun budaya.

5. Adanya kelancaran di bidang pelayanan umum, usaha dan inisiatif masyarakat mengalami peningkatan, yang berdampak meningkatnya pula usaha pengembangan ideologi, politik, sosial dan budaya (ipoleksosbud) masyarakat ke arah tercapainya masyarakat adil dan makmur berlandaskan Pancasila.

Masyarakat akan sangat menghargai kepada pegawai karena pelayanan yang mereka dapatkan sangat memuaskan dengan begitu masyarakat dapat mematuhi peraturan yang ada dengan penuh kesadaran dan pada akhirnya adanya kelancaran dalam pelayanan umum yang diberikan kepada masyarakat.

2.1.1.3 Azas - Azas Pelayanan Publik

Pada dasarnya pelayanan publik dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat sederhana, terbuka, lancar, tepat, lengkap, wajar, dan terjangkau. Oleh sebab itulah, menurut Sedarmayanti (2016: 85), pelayanan publik setidaknya mengandung asas-asas antara lain:

1. Hak dan kewajiban, baik bagi pemberi dan penerima pelayanan publik tersebut, harus jelas dan diketahui dengan baik oleh masing-masing pihak, sehingga tidak ada keragu-raguan dalam pelaksanaannya.
2. Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum harus disesuaikan dengan kondisi kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membayar, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang

berlaku, dengan tetap berpegang pada efisiensi dan efektifitasnya. (Tentunya kebijakan publik yang melahirkan aturan perundang-undangan atau peraturan daerah tersebut, harus pula menganut prinsip partisipasi masyarakat sejak masukan-proses-hingga pengambilan keputusannya, karena masyarakatlah yang menjadi obyek pelayanan tersebut).

3. Mutu proses keluaran dan hasil pelayanan publik tersebut harus diupayakan agar dapat memberikan keamanan, kenyamanan, kelancaran, dan kepastian hukum yang dapat dipertanggungjawabkan (mestinya juga dengan penuh empati dalam pelayanannya).
4. Apabila pelayanan publik yang diselenggarakan oleh Instansi atau Lembaga Pemerintah atau Pemerintahan “terpaksa harus mahal”, maka Instansi atau Lembaga Pemerintah atau Pemerintahan yang bersangkutan berkewajiban “memberi peluang” kepada masyarakat untuk ikut menyelenggarakannya, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (konsep *reinventing government* dan *banishing bureaucracy*).

Pelayanan publik harus memperhatikan asas-asas keadilan dan non diskriminasi, seperti tercantum dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Pelayanan publik dikatakan baik jika memenuhi beberapa asas-asas kepentingan umum, kepastian hukum, kesamaan hak, keseimbangan hak dan kewajiban, profesional, partisipatif, persamaan perlakuan/tindak diskriminatif, keterbukaan, akuntabilitas, fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok

rentan, ketepatan waktu, serta kecepatan kemudahan dan keterjangkauan. Dengan demikian, seharusnya pelayanan publik tetap memperhatikan keadilan dan ramah terhadap masyarakat berkebutuhan khusus seperti penyandang disabilitas sebagai kelompok rentan selain lanjut usia, wanita dan anak-anak.

Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Pemberdayaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, terdapat 10 (sepuluh) prinsip pelayanan umum, yaitu :

1. Kesederhanaan prosedur Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
2. Kejelasan Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik. Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik. Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
3. Kepastian waktu Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
4. Akurasi (Ketepatan) Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah.
5. Keamanan Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum
6. Tanggung jawab Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

7. Kelengkapan sarana prasarana Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja, dan pendukung lainnya yang memadai, termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
8. Kemudahan akses (Aksesibilitas) Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika. Aksesibilitas disini adalah kemudahan yang disediakan untuk penyandang disabilitas guna mewujudkan kesamaan kesempatan.
9. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan Pelaksana pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah.
10. Kenyamanan Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti tempat parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

Pelayanan publik akan berkualitas apabila memenuhi asas-asas seperti hak dan kewajiban. Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum harus disesuaikan dengan kondisi kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membayar, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, mutu proses keluaran dan hasil pelayanan publik tersebut harus dapat memberikan keamanan, kenyamanan, kelancaran, dan kepastian hukum dan apabila pelayanan publik yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun pemerintahan “terpaksa harus mahal”, maka Instansi atau Lembaga Pemerintah maupun

pemerintahan yang bersangkutan berkewajiban “memberi peluang” kepada masyarakat untuk ikut menyelenggarakannya, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu perkataan yang sudah biasa digunakan baik di lingkungan akademis maupun dalam kehidupan sehari-hari, yang artinya secara umum dapat dirasakan dan dialami oleh siapa pun itu, namun kata kualitas belum banyak dipahami orang dan faktanya arti kualitas itu tidak sama bagi setiap orang. setiap orang cenderung mengartikan kualitas sesuai dengan pendapat dari kebutuhannya (Taridala & Anwar, 2023).

Kualitas harus dapat dipahami sebelum dapat dikelola meskipun orang-orang menghadapinya setiap hari tidak ada defenisi kualitas secara konklusif, seperti halnya keindahan kualitas ada pada mata yang melihatnya, misalnya untuk produsen kualitas produk yang berkualitas adalah yang sesuai dengan spesifikasi desain, tidak memiliki cacat, dan kinerja sesuai dengan standart harapan pelanggan.kualitas merupakan

atribut dari suatu produk atau pelayanan, perspektif orang yang telah mengevaluasi produk atau pelayanan yang telah mempengaruhi nilai atributnya.

Meskipun tidak ada definisi kualitas yang diterima secara universal, namun menurut Budhiarta (2019:19), ada berbagai definisi dari berbagai elemen yang sama yaitu (1) Kualitas mencakup memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. (2) Kualitas itu dinamis (misalkan apa yang dianggap berkualitas hari ini, mungkin tidak cukup berkualitas baik untuk hari esok). (3) Kualitas dapat ditingkatkan.

Kualitas pelayanan merupakan gabungan dari dua suku kata yaitu kualitas dan pelayanan. Kualitas pelayanan sudah sering dipertanyakan orang, namun pembahasannya seringkali tidak utuh sehingga setiap pemakai pelayanan memiliki persepsi yang beragam dalam mengartikan kualitas pelayanan itu sendiri. Menurut Supartiningsih (2017) kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap seseorang. Makin sempurna kepuasan tersebut, makin baik pula kualitas pelayanan.

Adapun menurut Oliver (2014), kualitas pelayanan dapat di definisikan sebagai: *“The extent of discrepancy between customers exspectations or desire and their perceptions”*. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Sedangkan menurut Kotler & Keller (2007: 56) menyatakan *Quality is our best assurance of custemer allegiance,our strongest defense against foreign competition, and the only path to sustained growth and earning*, kualitas merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan asing dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan langgeng.

2.1.2.2.Komponen kualitas pelayanan

Menurut Muninjaya (2014:10) membagi dimensi kualitas pelayanan berdasarkan beberapa aspek komponen. Komponen pelayanan tersebut kemudian dibagi menjadi lima dan dikenal dengan nama *ServQual*, dimana kelima dimensi antara lain:

1. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Daya tanggap merupakan dimensi yang merupakan kemampuan petugas menangani pengguna layanan serta kesiapannya melayani sesuai tahapan dan prosedur sampai dapat memenuhi harapan pengguna layanan.
2. *Reliability* (Kehandalan)
Kehandalan berhubungan dengan kemampuan untuk dapat memberikan pelayanan secara tepat waktu dan akurat sesuai dengan yang telah ditawarkan sebelumnya.
3. *Assurance* (Jaminan)
Dalam hal ini, jaminan berhubungan dengan faktor pengetahuan, perilaku, dan sifat penyedia layanan, dalam hal ini petugas yang berinteraksi langsung dengan pengguna layanan sehingga mendapatkan kepercayaan oleh pengguna layanan. Apabila kriteria ini dapat dipenuhi, maka pengguna layanan dapat merasa terbebas dari risiko. Kriteria ini juga meliputi faktor lain seperti kompetensi, keramahan, kredibilitas dan keamanan.
4. *Empathy* (Empati)
Empati berhubungan dengan rasa kepedulian pemberi layanan kepada setiap pengguna layanan, serta dapat memahami kebutuhan dan memberikan kemudahan ketika pengguna layanan membutuhkan bantuan. Peran sumber daya manusia sangat menentukan kualitas pelayanan karena peran mereka yang dapat berinteraksi langsung untuk mencapai kepuasan para pengguna layanan.
5. *Tangible* (Bukti Nyata)
Kualitas pelayanan juga dapat dirasakan secara langsung oleh pengguna layanan melalui fasilitas fisik dan penunjang yang tersedia. Kriteria ini juga berhubungan dengan penilaian pengguna yang muncul melalui indranya (penglihatan, pendengaran, perasaan) ketika merasakan secara langsung kualitas layanan yang diterima, misalnya tersedianya tempat parkir yang cukup dan tertata

rapi, adanya ruang tunggu yang bersih dan nyaman untuk pengguna layanan, serta seragam penyedia layanan yang rapi dan bersih.

Adapun menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2014:70) menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Sarana dan Prasarana Fisik (*Tangible*)
Yaitu meliputi lokasi , penampilan gedung dan kelengkapan fasilitas. kerapihan, kesopanan, dan keramahan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*)
Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Misalnya: kemudahan menghubungi perusahaan dan ketepatan janji mengenai waktu pemasangan alat.
3. Daya Tangkap (*Responsiveness*)
Yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Misalnya : kecepatan, dan penanganan yang tepat.
4. Jaminan (*Assurance*)
Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Misalnya: keramahan dan kesopanan dari *Customer Service* dan kesopanan pegawai.
5. Perhatian (*Emphaty*)
Yaitu kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan. Misalnya : perhatian.

Sementara itu menurut Tjiptono (2014:113) mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

1. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk

dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*). Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal

2.1.3. Kepuasan

2.1.3.1. Konsep Kepuasan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai

perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Menurut Tjiptono, (2014: 169) mendefinisikan kepuasan sebagai ukuran kinerja “Produk Total” sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*costumer requirements*). Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perbandingan antara persepsi dan harapan.

2.1.3.2. Pengertian Kepuasan

Kepuasan sebagai respon pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Respon ini sebagai hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan sudah memberikan tingkat pemenuhan kenikmatan. Tingkat pemenuhan kenikmatan dan harapan ini dapat lebih atau kurang (Triwibowo, 2012: 113). Menurut Irawan (2019:129) kepuasan (pelanggan) adalah:

Kepuasan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau *outcome* produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang.

Dengan demikian tingkat kepuasan adalah suatu fungsi dari perbedaan antara penampilan yang dirasakan dengan harapan. Masyarakat puas setelah menerima pelayanan yang sesuai dengan harapannya, memutuskan memberikan suatu penilaian terhadap jasa dan bertindak atas dasar puas. Ada tiga tingkat kepuasan yaitu :

1. Apabila penampilan kurang dari harapan, pelanggan tidak dipuaskan;
2. Apabila penampilan sebanding dengan harapan, pelanggan akan puas;
3. Apabila penampilan melebihi harapan, pelanggan sangat puas.

Menurut Kotler & Keller (2007:177) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Kepuasan merupakan hal yang sangat subyektif, sulit diukur, dapat berubah-ubah, serta banyak sekali faktor yang berpengaruh sebanyak dimensi didalam kehidupan manusia. Subyektivisme tersebut bisa berkurang dan bahkan bisa menjadi obyektif bila cukup banyak orang yang sama pendapatnya terhadap sesuatu hal. Oleh karena itu, untuk mengkaji kepuasan dipergunakan suatu instrumen penelitian yang cukup valid disertai dengan metode penelitian yang baik (Satrianegara, 2014: 218).

2.1.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler (2007: 98) ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan antara lain :

1. Sistem keluhan dan saran Dengan menyediakan kotak saran, *hotline service* dan lain-lain untuk memberikan kesempatan seluas luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran, komentar, dan pendapat mereka.
2. *Ghost Shopping* (Pembelanja Misterius) yaitu Metode dimana organisasi pelayanan mempekerjakan beberapa orang atau (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial produk/pelayanan organisasi pelayanan lain yang kemudian melaporkan temuannya sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan organisasi.

3. *Los Costomer Analisis*, Organisasi menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke organisasi pelayanan lain agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei Kepuasan Pelanggan, Untuk mengetahui kepuasan pelanggan para pemasar juga dapat melakukan berbagai penelitian atau survei mengenai kepuasan pelanggan misalnya melalui kuesioner, pos, telepon, ataupun wawancara langsung.

2.1.3.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan.

Menurut Tribowo (2012: 114) kepuasan adalah:

Kepuasan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan merupakan suatu ukuran mutu pelayanan kepuasan pelanggan yang rendah akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang akan mempengaruhi kelangsungan sebuah hidup lembaga/institusi dan sikap karyawan terhadap pelanggan juga akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan dimana kebutuhan pelanggan dari waktu ke waktu akan meningkat, begitu pula tuntutannya akan mutu pelayanan yang diberikan.

Terdapat beragam cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, namun terdapat kesamaan secara garis besar, antara lain adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2014: 101):

1. Kepuasan Secara Keseluruhan
Kriteria ini adalah yang paling sederhana dan umum untuk mengukur kepuasan pengguna layanan dengan secara langsung menanyakan tingkat kepuasan mereka dengan sebuah produk atau pelayanan tertentu yang telah mereka dapatkan.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Kepuasan pelanggan berdasarkan kriteria atau komponen yang telah diuraikan sebelumnya.
3. Konfirmasi Harapan
Dalam hal ini kepuasan tidak diukur secara langsung, tetapi disimpulkan berdasar ketercapaian harapan pengguna layanan terhadap layanan yang diberikan.
4. Minat Pembelian Ulang
Dalam hal ini kepuasan pengguna layanan diukur melalui pernyataan apakah pengguna layanan akan kembali menggunakan layanan dari pihak penyedia layanan atau tidak.
5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi
Dalam hal ini kepuasan berhubungan dengan pernyataan apakah pengguna layanan merekomendasikan pelayanan oleh penyedia layanan yang telah mereka gunakan kepada pihak lain atau kerabatnya.

Menurut Lupiyoadi (2008: 192), pencapaian kepuasan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan pendekatan berikut, yaitu:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan metode fokus pada konsumen yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga penelitian dengan metode pengamatan bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.

3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem saran dan kritik.
4. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (*proactive*).

2.1.3.5. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Dessler (2013: 261) kualitas adalah “totalitas tampilan dan karakteristik sebuah produk atau pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dicari.” Menurut Tjiptono (2014: 152) kualitas merupakan “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Adapun menurut Rangkuti (2013) kualitas atau mutu berarti “memberikan produk dan pelayanan yang konsisten mengikuti seluruh dimensi kualitas dalam satu usaha tunggal.” Beraneka ragam definisi mengenai kualitas ini dikarenakan perbedaan perspektif atau pandangan yang digunakan. Menurut Tjiptono (2014:143), ada lima alternatif kualitas yaitu *Transcendental approach*, adalah Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan

dioperasikan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam seni musik, tari dan seni rupa. Perusahaan dapat mempromosikan produknya dengan pernyataan seperti tempat belanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil), kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi).

Dengan demikian fungsi-fungsi perencanaan, produksi dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas. *Product-base approach*, adalah Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikualifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah berapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan dan preferensi individual. *User-based approach*, adalah Pendekatan didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Perspektif yang subjektif ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan

kepuasanmaksimal yang dirasakannya. *Manufacturing-based approach*, adalah Persepektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai sama dengan persyaratannya.

Sementara itu dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitas bersifat *operation-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya. *Value-based approach*, adalah Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam persepektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli.

Jadi secara umum kualitas merupakan suatu kondisi dinamis dari totalitas tampilan atau karakteristik sebuah produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang berhubungan dengan kemampuan untuk memenuhi atau melebihi harapan yang dicari.

2.1.3.6. Dimensi Kualitas Pelayanan

Keunggulan suatu produk atau pelayanan tergantung pada kelebihan dari kualitas yang diperlihatkan. Menurut Sulaiman (2018), dimensi kualitas adalah (1) Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti. Contohnya kemampuan suatu mobil untuk menambah kecepatan dan kejelasan gambar televisi. (2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Seperti *one-touch-power windows* untuk mobil. (3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. (4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. (5) Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. (6) Tingkat pelayanan (*service ability*), yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan. (7) Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra. (8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Sementara itu untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dimensi kualitas jasa menurut Rahmayanti & Wahyuni (2020) meliputi (1) Berwujud. Berwujud yang dimaksud yaitu setting fisik dari jasa tersebut, misalnya lokasi, karyawan, materi komunikasi dan peralatan. (2) Keandalan Keandalan yaitu kemampuan untuk melakukan jasa yang dijanjikan secara handal dan akurat. (3) Kecepatan tanggapan, Kecepatan tanggapan yaitu sejauh mana karyawan menolong konsumen dan menyediakan jasa yang cepat dan tepat.

Kualitas Layanan Menurut Rangkuti, F. (2013) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan layanannya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaannya, serta menginformasikan kapan layanan akan diberikan dan kemudian memberikan layanan secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan

- keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.
 5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2.1.3.7. Metode Pengukuran Kepuasan Pelayanan

Menurut Kotler (2007: 98) ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan antara lain (1) Sistem keluhan dan saran. Dengan menyediakan kotak saran, hotline service dan lain-lain untuk memberikan kesempatan seluas luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran, komentar, dan pendapat mereka. (2) *Ghost Shopping* (Pembelanja Misterius), yaitu Metode dimana organisasi pelayanan mempekerjakan beberapa orang atau (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial produk/ pelayanan organisasi pelayanan lain yang kemudian melaporkan temuannya sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan organisasi. (3) *Los Costomer Analisis*. Organisasi menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke organisasi pelayanan lain agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi

dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. (4) Survei Kepuasan Pelanggan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan para pemasar juga dapat melakukan berbagai penelitian atau survei mengenai kepuasan pelanggan misalnya melalui kuesioner, pos, telepon, ataupun wawancara langsung.

2.1.3.8. Standar Pelayanan Publik

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi pelayanan dan/atau penerima pelayanan. Standar pelayanan, menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, sekurang-kurangnya meliputi:

1. Prosedur Pelayanan, yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu Penyelesaian, yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
3. Biaya Pelayanan, yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan. Biaya (termasuk rinciannya) ini ditetapkan dengan memperhatikan tingkat kemampuan daya beli masyarakat, harga yang

berlaku atas barang dan/atau jasa, serta ditetapkan oleh pejabat yang berwenang dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Produk Pelayanan, yang akan diterima oleh penerima layanan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan Prasarana, yang secara memadai perlu disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

2.1.3.9.Indikator Kepuasan Pelayanan

Berkembangnya era *servqual* juga memberi inspirasi pemerintah Indonesia untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan sektor publik. Selanjutnya penulis dalam mengumpulkan, mengolah dan menganalisis beberapa dimensi/atribut atau kriteria mengenai kualitas pelayanan yang telah dikembangkan oleh beberapa ahli administrasi adalah sebagai berikut :

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.

Dalam sendi-sendi pelayanan prima, Riani (2021) menyebutkan bahwa:

untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain (1) kesederhanaan yaitu bahwa prosedur atau tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan oleh

yang meminta pelayanan, (2) Adanya kejelasan dan kepastian mengenai prosedur atau tata cara pelayanan, (3) Adanya keterbukaan dalam prosedur pelayanan.

Kemudian menurut Denhardt (2003: 61) menyatakan bahwa ukuran komprehensif untuk *servqual* sektor publik antara lain *Convenience* (kemudahan) yaitu ukuran dimana pelayanan pemerintah adalah. Sementara itu salah satu unsur pokok dalam menilai kualitas jasa yang dikembangkan Tjiptono (2014: 14) antara lain *Accessibility and Flexibility* dalam arti sistem operasional atau prosedur pelayanan mudah diakses dan dirancang fleksibel menyesuaikan permintaan dan keinginan masyarakat.

2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.

Dalam sendi-sendi pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain:

(1) Adanya kejelasan persyaratan pelayanan baik teknis maupun administrasi, (2) Keterbukaan mengenai persyaratan pelayanan, (3) Efisiensi persyaratan dalam arti bahwa dibatasi pada hal-hal yang berkaitan

langsung dengan pelayanan serta dicegah adanya pengulangan pemenuhan persyaratan.

3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan, serta kewenangan dan tanggung jawab).

Menurut Gaspersz (2010: 12), atribut atau dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan antara lain kemudahan mendapatkan pelayanan yang berkaitan penerimaan pelayanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.

Kemudian Morgan & Murgatroyd (1994: 8) mengemukakan beberapa kriteria persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, bahwa (1) *Responsiveness* yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang cocok seperti yang mereka inginkan, (2) *Access* yaitu mudah melakukan kontak dengan penyedia jasa.

4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.

Menurut Hardiyansyah (2018), beberapa kriteria persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan antara lain

(1) *Reliability* yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan dengan tepat waktu, (2) *Credibility* yaitu dapat dipercaya, jujur dan mengutamakan kepentingan pelanggan.

Kemudian menurut Denhardt (2003: 61) yang mengatakan bahwa ukuran yang komprehensif untuk *servqual* sektor publik antara lain:

(1) *Reliability* (keandalan) yaitu menilai tingkat dimana pelayanan pemerintah disediakan secara benar dan tepat waktu, (2) *Personal attention* (perhatian kepada orang) yaitu ukuran tingkat dimana aparat menyediakan informasi kepada masyarakat dan bekerja sungguh-sungguh untuk memenuhi kebutuhan mereka.

5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.

Dalam sendi-sendi pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa:

untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain (1) Kejelasan dan kepastian unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan, (2) Keterbukaan mengenai satuan kerja/ pejabat penanggungjawab.

6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.

Menurut Tjiptono (2014: 14) mengemukakan beberapa unsur untuk menilai kualitas jasa, yang antara lain *Professionalism and Skill*; yang berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan (intelektual, fisik, administrasi maupun konseptual) yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.

Kemudian Hardiyansyah (2018) mengemukakan beberapa kriteria persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan antara lain *Competence*, yaitu menyangkut pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan.

7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.

Menurut Gaspersz (2010: 12), atribut atau dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan antara lain Ketepatan waktu pelayanan, dimana hal yang

perlu diperhatikan berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.

Kemudian dalam sendi-sendi pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain (1) Keterbukaan waktu penyelesaian dan (2) Ketepatan waktu, yaitu bahwa pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/ status masyarakat yang dilayani.

Sehubungan dengan hal di atas, menurut Denhardt (2003: 61) menyatakan bahwa ukuran komprehensif untuk *servqual* sektor publik antara lain *Fairness* (keadilan), yaitu ukuran tingkat dimana masyarakat percaya bahwa pelayanan pemerintah disediakan sama untuk semua.

Selanjutnya dalam sendi-sendi pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa, untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain Keadilan yang merata yaitu

bahwa cakupan/jangkauan pelayanan harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diberlakukan.

9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.

Menurut Gaspersz (2010: 12), atribut atau dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan antara lain kesopanan dan keramahan dalam memberikan khususnya interaksi langsung.

Kemudian Hardiyansyah (2018) mengemukakan kriteria persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yaitu *Courtesy*, sikap sopan, menghargai orang lain, penuh pertimbangan dan persahabatan. Selain itu, menurut Zeithaml (2013: 15) bahwa:

dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain (1) *Assurance* yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen, (2) *Emphaty* yaitu sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan. Sehubungan dengan hal di atas, dalam pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain Ekonomis, yaitu biaya pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan.

Kemudian Tjiptono (2014: 14) mengemukakan unsur untuk menilai kualitas jasa antara lain *Reputation and Credibility* yaitu pelanggan menyakini bahwa penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan sesuai dengan pengorbanannya atau biayanya.

11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan. Sehubungan dengan hal di atas, dalam pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain (1) Kejelasan dan kepastian mengenai rincian biaya/tarif pelayanan dan tata cara

pembayarannya, (2) Keterbukaan mengenai rincian biaya/tarif pelayanan.

12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Sehubungan dengan hal di atas, dalam pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain (1) Kejelasan dan kepastian yaitu yang menyangkut jadwal waktu penyelesaian pelayanan.

Kemudian Denhardt (2003: 61) menyatakan bahwa ukuran komprehensif untuk *servqual* sektor publik antara lain *Reability* (keandalan) yaitu menilai tingkat dimana pelayanan pemerintah disediakan secara benar dan tepat waktu.

13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan. Sehubungan dengan hal di atas.

Menurut Gaspersz (2010: 2), atribut atau dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas pelayanan antara lain:

Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan yang berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, ketersediaan informasi dan lain-lain, (2) Atribut pendukung pelayanan lainnya yang berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik dan lain-lain.

Kemudian menurut Zeithaml (2013: 15), salah satu dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain *Tangibles*, yaitu yang berupa sarana fisik perkantoran, komputersasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan lain-lain.

Selanjutnya di dalam pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik yang berkualitas dapat digunakan kriteria, antara lain penilaian fisik lainnya yaitu kebersihan dan kesejukan lingkungan.

14. Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Sementara itu menurut Hardiyansyah (2018) mengemukakan beberapa kriteria persepsi pelanggan

terhadap kualitas pelayanan antara lain *Security*, yaitu bebas dari resiko, bahaya dan keragu-raguan. Kemudian Denhardt, (2003: 61) menyatakan bahwa ukuran komprehensif untuk *servqual* sektor publik antara lain *Security*, yaitu ukuran tingkat dimana pelayanan yang disediakan membuat masyarakat merasa aman dan yakin ketika menerimanya.

Selain itu, dalam pelayanan prima seperti yang dikutip Riani (2021) menyebutkan bahwa untuk menilai pelayanan publik dapat digunakan kriteria-kriteria antara lain Keamanan, yaitu proses serta hasil pelayanan dapat memberikan keamanan, kenyamanan dan memberikan kepastian hukum bagi masyarakat.

Secara teoritis, menurut Sinambela (2011: 6), tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Adapun faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan publik sebagai berikut :

1. Transparan, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima

pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisien dan efektif.

4. Partipasi, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak, yakni pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lainnya.
6. Keseimbangan hak dan kewajiban, yakni pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Berdasarkan penjelasan dari Lupiyoadi (2008: 97),

menyampaikan bahwa indikator kepuasan pelanggan, antara lain:

- (1) Kualitas produk, Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Produk yang berkualitas inilah yang akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menggunakannya.
- (2). Kualitas, pelayanan
Konsumen dapat merasakan kepuasan dari kualitas pelayanan yang diberikan asalkan pelayanan tersebut dapat sesuai dengan harapannya.
- (3). Emosional, Ketika seseorang memuji pelanggan dengan produk dari perusahaanmu yang dia gunakan, hal ini akan meningkatkan perasaan puas dari pelanggan itu sendiri.
- (4). Harga, Perusahaan yang memiliki produk berkualitas dengan harga yang lebih murah akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari pesaingnya yang menjual produk berkualitas sama tetapi

harganya lebih mahal. (5). Lokasi, Kemampuan suatu usaha untuk beradaptasi dengan situasi perekonomian di lingkungannya akan mempengaruhi keberlangsungan usaha itu sendiri. Sehingga, pemilihan lokasi yang tepat menjadi salah satu faktor yang penting bagi suatu usaha. (6.) Biaya, Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung merasa puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.

Di dalam melakukan penelitian membutuhkan riset atau penelitian yang pernah dilakukan. Tak hanya sebagai referensi, bentuk penelitian yang pernah dilakukan tersebut juga sebagai bentuk perbandingan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang sebelumnya sudah pernah ada.

Untuk mendukung permasalahan terhadap bahasan, peneliti berusaha mencari berbagai literature dan penelitian terdahulu (*prior research*) yang masih relevan terhadap penelitian saat ini. Selain itu yang menjadi syarat mutlak bahwa dalam penelitian ilmiah menolak plagiatisme atau mencontek secara utuh hasil karya tulisan orang lain.

Berdasarkan hasil eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu :

1. Halim Arifin, Yaqub Cikusin & Agus Zainal Abidin (2019) dengan judul Kualitas Pelayanan Publik Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo terhadap Masyarakat Pembuat Akta Kelahiran (Studi Kasus pada Dispendukcapil Kabupaten Sidoarjo). Penelitian ini dilatar belakangi atas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat masih yang kurang baik, karena terlalu lamanya menunggu dan tidak keteraturan dalam hal pencatatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Pada penelitian metode analisis data yang dipergunakan adalah analisis kualitatif (*Interactive model*). Peningkatan kualitas pelayanan publik menjadi salah satu isu kebijakan di era reformasi birokrasi saat ini. Hal ini menjadi sangat penting mengingat kualitas pelayanan publik sejak reformasi birokrasi digulirkan sudah ada perbaikan tapi

belum meningkat secara signifikan. Kinerja birokrasi pemerintah secara sederhana dapat diukur dengan menilai baik buruknya kualitas pelayanan publik. Pengukuran kinerja pelayanan publik merupakan aspek yang sangat penting untuk melihat pencapaian pelaksanaan pelayanan kepada masyarakat. Penelitian tentang pelaksanaan pelayanan akta kelahiran ini penting untuk dilakukan, dikarenakan masyarakat sebagai *customer service* belum merasa puas baik dari segi waktu, prosedur dan mutu pelayanan yang selama ini diberikan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan maupun kendala yang dijumpai dalam upaya peningkatan pelayanan akta kelahiran di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Sidoarjo. Untuk meningkatkan kualitas layanan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo, peneliti memberi saran agar Dispendukcapil Kabupaten Sidoarjo sebaiknya menambah fasilitas pendukung pelayanan atau sarana prasarana layanan.

2. Irsy Kharimatus Sholicha & Trena Aktiva Oktariyanda, S.AP.,M.AP. (2023) dengan judul Inovasi Pelayanan Publik Melalui Aplikasi Pelayanan Via Online (Plavon Dukcapil)

Oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo. Keluhan masyarakat mengenai pelayanan publik masih ada. Salah satunya di bidang administrasi kependudukan yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Tingginya jumlah penduduk berdampak pada semakin tinggi juga kebutuhan terkait pengurusan administrasi kependudukan. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Sidoarjo meluncurkan inovasi pelayanan aplikasi pelayanan via online (Plavon Dukcapil). Inovasi ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat mendapatkan pelayanan untuk pengurusan administrasi kependudukan melalui website Plavon Dukcapil secara online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan inovasi Plavon Dukcapil oleh Disdukcapil Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah karakteristik inovasi *e-government* oleh Rokhman, Ali (2011) yang terdiri dari 5 (lima) indikator, yaitu keuntungan relatif, gambaran/citra, tingkat kesesuaian, kemudahan penggunaan, dan intensitas penggunaan. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan

dokumentasi. Proses wawancara dilakukan dengan pihak Disdukcapil Sidoarjo yang menangani program inovasi dan masyarakat sebagai penerima layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Sidoarjo telah berupaya sangat baik dengan meluncurkan inovasi pelayanan Plavon Dukcapil. Hasil analisis menggunakan indikator karakteristik inovasi *e-government* sudah sesuai, hanya saja masih terdapat kekurangan dalam sistem pelayanan *website* karena terdapat beberapa kendala yang dialami seperti *website error*. Sehingga saran yang dapat diberikan yaitu memperbaiki kualitas sistem kinerja website plavon dukcapil agar pelayanan yang diberikan dapat lebih maksimal.

3. Mega Ayu Lestari (2023) dengan judul penelitian Implementasi Asas-Asas Umum Pemerintahan Yang Baik Melalui Penggunaan Sistem Pelayanan Rakyat Sidoarjo Pada Pemerintahan Desa Kajeksan Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo. Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo mengeluarkan inovasi Sistem Pelayanan Rakyat Sidoarjo (SIPRAJA) demi kemudahan penyelenggaraan pelayanan sejalan dengan asas pelayanan yang baik Pasal 10 ayat (1) huruf h Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang

Administrasi Pemerintahan. SIPRAJA hadir sebagai wujud pelayanan administrasi berbasis online melalui website dan aplikasi. Pembahasan mengenai administrasi dan kepegawaian dalam fiqh siyasah disebut siyasah idariyah. Prinsip keadilan sesuai dengan Q.S. AnNisa' ayat 58 menjadi salah satu bagian penentu baik atau tidak penyelenggaraan pelayanan dilakukan. Fakta lapangan Pada Pemerintahan Desa Kajeksan masih terdapat hambatan mulai dari *website error*, tidak bisa membuka aplikasi SIPRAJA dan harus menunggu operator hidup untuk mendapatkan pelayanan.

Fokus Penelitian: 1). Bagaimana implementasi Asas Pelayanan yang Baik melalui penggunaan SIPRAJA pada Pemerintahan Desa Kajeksan Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan. 2) Apakah penggunaan SIPRAJA dapat memberikan kemudahan bagi Pemerintahan dan masyarakat Desa Kajeksan Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo dalam mengimplementasikan asas pelayanan yang baik berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan.

2). Jenis penelitian ini berupa penelitian hukum empiris

dengan pendekatan sosiologi hukum. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data deskriptif kualitatif dengan keabsahan data melalui uji kredibilitas data triangulasi sumber dan metode. Kesimpulan dari penelitian ini: 1). Implementasi Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik (AUPB) melalui penggunaan SIPRAJA telah dijalankan dengan baik oleh Pemerintahan Desa Kajeksan namun harus ada beberapa hal yang harus dilakukan perbaikan. 2). Tersedianya tanda tangan dan stempel elektronik memberikan kemudahan bagi pemerintahan untuk kecepatan layanan. Hadirnya SIPRAJA melalui akses online dan tanpa harus datang ke lokasi pelayanan dan tracking sistem memudahkan masyarakat dalam pengurusan pelayanan namun terdapat benturan inovasi SIPRAJA dengan Plavon Dukcapil Sidoarjo. Saran dalam penelitian ini: 1). Perlu adanya kejelasan biaya dan prosedur pelayanan serta perbaikan kotak pengaduan yang bisa dilakukan secara online dan terintegrasi dengan SIPRAJA pada lokasi pelayanan di Desa Kajeksan. 2). Perlu adanya sosialisasi lanjutan serta kebijakan Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo atas benturan inovasi SIPRAJA dan

Plavon Dukcapil Sidoarjo agar tercipta kebijakan memberikan kejelasan penggunaan kedua inovasi tersebut.

4. Eko Budiyanto (2018) dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. Beberapa faktor penentu kepuasan konsumen diantaranya adalah persepsi harga, diskon harga dan kualitas pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah persepsi harga, diskon harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Giant supermarket Rungkut Surabaya secara parsial dan simultan. Dimana Giant merupakan salah satu jaringan retail terbesar di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi harga, diskon harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Giant supermarket Rungkut Surabaya secara parsial dan simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah persepsi harga (X_1), diskon harga (X_2), dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda

menggunakan SPSS release 17. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 2,440 + 0,059 X1 + 0,062 X2 + 0,336 X3 + e$. Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa persepsi harga, diskon harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Saran dalam penelitian ini yaitu 1). Perusahaan perlu meningkatkan Persepsi Harga, Diskon Harga dan Kualitas Layanan Karyawan, karena Persepsi Harga, Diskon Harga dan Kualitas Layanan Karyawan sangat berpengaruh secara simultan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Meningkatkan Persepsi Harga, Diskon Harga dan Kualitas Layanan Karyawan akan berdampak positif terhadap citra perusahaan, oleh karena itu Persepsi Harga, Diskon Harga dan Kualitas Layanan Karyawan perlu ditingkat terus menerus. Disamping itu juga perusahaan harus mampu membangun Kualitas Layanan Karyawan bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses Pelayanan. 2). Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu

peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), mengingat kualitas sumber daya manusia akan berpengaruh terhadap kompetensi dari para karyawan. 3). Hasil Penelitian hendaklah dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan membuat kebijakan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan sekaligus perusahaan sebaiknya mulai menerapkan gaji, motivasi yang tepat dan menata kondisi kerja yang kondusif agar dapat menunjang peningkatan kinerja karyawan, disamping itu juga perusahaan penerapan penghargaan (*reward*) dan hukuman (*punishment*) yang tegas.

5. Dea Daulika & Heppy Millanyani (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung. Kualitas pelayanan adalah hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Aston Primera Pasteur Bandung. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung. Penelitian ini menggunakan

kuesioner sebagai alat dalam mengumpulkan data persepsi responden. Untuk teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kausal. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Sedangkan penelitian kausal dirancang untuk menguji apakah satu peristiwa menyebabkan peristiwa lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis linear berganda dengan software SPSS IBM 20. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan di Hotel Aston Primera Pasteur Bandung telah baik. Selain itu kepuasan konsumen di Hotel Aston Primera Pasteur Bandung telah baik. Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan diantara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan kepuasan konsumen. Secara parsial, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Aston Primera Pasteur Bandung menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel *reliability* dan variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

konsumen. Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut: a). Saran bagi Objek Penelitian: Pihak manajemen Hotel Aston Primera Pasteur sebaiknya memprioritaskan variabel *tangible* dengan meningkatkan kualitas pelayanan Hotel. Dalam hal ini khususnya meningkatkan fasilitas hotel yang lebih modern seperti menyediakan drug store dan kids corner, memperluas jaringan wifi dan mempercepat koneksi (wifi disediakan tidak hanya di lobby hotel saja akan tetapi disediakan juga di setiap kamar), dan keycard harus berfungsi dengan baik untuk mengakses pintu kamar dan lift. b). Saran bagi Penelitian Selanjutnya: Menambah variabel independen lainnya seperti yang diungkapkan oleh Zeithaml et al. (106:2009) bahwa persepsi ekuitas keadilan, emosi konsumen dan atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama akan tetapi di industri bisnis yang berbeda agar menambah jumlah referensi untuk penelitian dibidang kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

Dapat ditampilkan hasil eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Implikasi Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Implikasi
1.	Halim Arifin, Yaqub Cikusin & Agus Zainal Abidin (2019)	Kualitas Pelayanan Publik Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo terhadap Masyarakat Pembuat Akta Kelahiran (Studi Kasus pada Dispendukcapil Kabupaten Sidoarjo)	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja pegawai Dispendukcapil Kabupaten Sidoarjo sudah cukup memuaskan. - Kualitas pelayanan Pegawai Dinas Dukcapil Kabupaten Sidoarjo kepada masyarakat sidoarjo juga cukup memuaskan. - Terdapat kendala dalam memberikan pelayanann, baik dari internal maupun eksternal.
2.	Irsy Kharimatus Sholicha & Trenda Aktiva Oktariyanda, S.AP.,M.AP. (2023)	Inovasi Pelayanan Publik Melalui Aplikasi Pelayanan Via Online (Plavon Dukcapil) Oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo.	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil analisis menggunakan indikator karakteristik inovasi e-government sudah sesuai. - Masih terdapat kekurangan dalam sistem pelayanan website karena terdapat beberapa kendala yang dialami seperti website error. - Perlu untuk memperbaiki kualitas sistem kinerja agar pelayanan yang diberikan dapat lebih maksimal.

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Implikasi
3.	Mega Ayu Lestari (2023)	Implementasi Asas-Asas Umum Pemerintahan Yang Baik Melalui Penggunaan Sistem Pelayanan Rakyat Sidoarjo Pada Pemerintahan Desa Kajeksan Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo	<ul style="list-style-type: none"> - Implementasi Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik (AUPB) telah dijalankan dengan baik oleh Pemerintahan Desa Kajeksan namun harus ada beberapa hal yang harus dilakukan perbaikan. - Tersedianya tanda tangan dan stempel elektronik memberikan kemudahan bagi pemerintahan untuk kecepatan layanan.
4.	Eko Budiyanto (2018)	Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya.	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi harga, diskon harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan berkesinambungan. - Perlu peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) mengingat kualitas Sumber Daya Masyarakat akan berpengaruh terhadap kompetensi dari para karyawan. - Dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan membuat kebijakan oleh Giant Supermarket Rungkut Surabaya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Implikasi
5	Dea Daulika & Heppy Millanyani (2015)	Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. - Persepsi ekuitas keadilan, emosi konsumen dan atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan dalam berbagai aspek menjadi salah satu penghubung utama kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Untuk itu upaya peningkatan kualitas pelayanan harus dilaksanakan secara konsisten dengan memperhatikan kebutuhan dan harapan masyarakat, sehingga pelayanan pemerintah kepada masyarakat dapat diberikan secara transparan, cepat, tepat, murah, sederhana dan mudah dilaksanakan. Keterkaitan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas.

Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Hosang (2016: 159) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan masyarakat berfungsi sebagai medium antara kualitas layanan dan niat perilaku. kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana layanan diberikan, namun juga bagaimana masyarakat merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang diciptakan. Oleh karena itu, kualitas layanan diprediksi akan meningkatkan kepuasan. Aulia & Mardiatmi (2021: 81) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang bermakna dari masing-masing dimensi kualitas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan.

Kepuasan merupakan perbandingan antara persepsinya terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan sebelum mendapat pelayanan tersebut. Dimana jika harapannya terpenuhi maka akan timbul kepuasan yang cukup tinggi, begitu juga dengan sebaliknya apabila tidak sesuai dengan harapan, maka dapat diartikan jika kualitas pelayanan kurang baik. Kepuasan sangat tergantung dengan harapan, oleh karena itu strategi dalam meningkatkan kepuasan harus didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat (Kotler, 2007: 83).

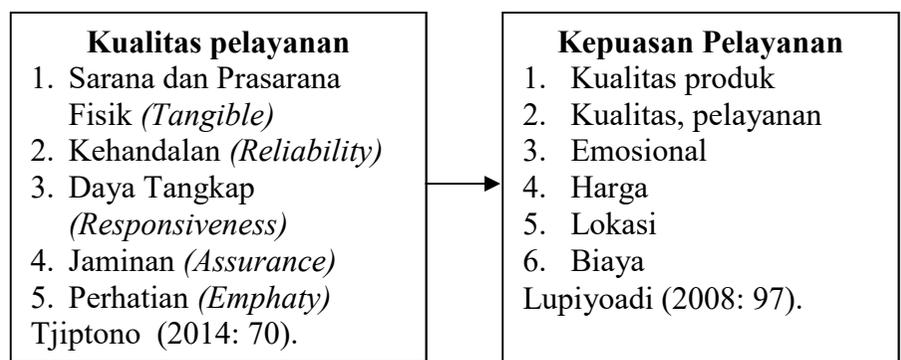
Pelayanan publik merupakan kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan publik untuk memudahkan dalam menyelesaikan urusan baik berbentuk administrasi ataupun berbentuk barang dan jasa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya (Gofur, 2019: 20). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, puas setiap individu karena terpenuhinya harapan dan kenyataan dalam suatu.

Pemerintah sebagai pelayan masyarakat terus berupaya membuat persepsi positif dengan terus meningkatkan kepuasan masyarakat terkait dengan berbagai pelayanan yang dapat diberikan. Kepuasan masyarakat diupayakan terus semakin meningkat dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Berbagai persepsi masyarakat akan muncul dengan sendirinya setelah masyarakat berinteraksi langsung dalam memenuhi berbagai kepentingan yang terkait dengan intansi pemerintah.

Menghadapi hal tersebut, instansi pemerintah sebagai pelayan masyarakat tentunya berusaha keras agar persepsi yang muncul bersifat positif atau dapat memberikan kepuasan terhadap masyarakat.

Dapat disimpulkan jika kepuasan ialah persepsi pelanggan terhadap performa suatu produk atau jasa terkait dengan perasaan senang atau kecewa pelanggan tersebut setelah membandingkan antara performa suatu jasa terhadap harapan atas performa produk atau jasa tersebut. Dimana kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur melalui indikator puas terhadap penggunaan layanan kependudukan serta juga merekomendasikan kepada orang lain.

Adapun kerangka konsep digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas maka dirumuskan hipotesis penelitian adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemohon.