

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pencarian dari penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya menjelaskan tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah penelitian yang ada kaitannya dengan Kualitas Layanan dan Kepuasan *Customer*.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
DWIKA LODIA PUTRI (2010)	ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR PELAYANAN TERPADU BANGKINANG	Tingkat kepuasan Pelayanan publik	Dari hasil penelitan disebutkan bahwa bahwa tingkat kepuasan masyarakat atas faktor <i>reliable</i> , <i>tangible</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i> sudah baik, artinya sudah mulai terjadi kesesuai antara harapan masyarakat (keyakinan) dengan kenyataan setelah berurusan dengan Kantor Pelayanan
NUR LIA HALIM (2017)	PELAYANAN PERIZINAN PADA KANTOR PELAYANAN TERPADU SATU	Pelayanan perijinan	Dari respon yang diberikan masyarakat Kabupaten Enrekang atas pelayanan yang diselenggarakan

	PINTU DI KABUPATEN ENREKANG		oleh BP2TPM menunjukkan bahwa pelayanan perizinan di Kabupaten Enrekang telah mengalami perbaikan namun masih memiliki kekurangan karena masih terdapat beberapa masyarakat masyarakat yang mengeluh terhadap pelayanan yang dilakukan melalui penerapan system pelayanan perizinan terpadu satu pintu.
YAYAT RUKAYAT (2017)	KUALITAS PELAYANAN PUBLIK BIDANG ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DI KECAMATAN PASIRJAMBU	Kualitas pelayanan publik bidang administrasi kependudukan	Dari hasil penelitan disebutkan bahwa bahwa tingkat kepuasan masyarakat atas faktor <i>reliable</i> , <i>tangible</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i> sudah baik. Pelayanan pada Kantor Kecamatan Pasirjambu sudah baik sesuai dengan harapan masyarakat.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Kualitas Layanan

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 1995:646) menyatakan pelayanan adalah ‘usaha melayani kebutuhan orang lain’. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada customer yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, Normann (1991:14) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tidakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, berikut merupakan definisi kualitas pelayanan menurut para ahli. Sedangkan kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, berikut merupakan definisi kualitas pelayanan menurut para ahli.

- ✓ Menurut Kotler (Alma 2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan.

Kotler (2002 : 498) mengidentifikasikan 5 (lima) kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

Untuk mengukur kepuasan, Kotler mengajukan *survey periodic*, dengan kuisisioner atau melalui telepon untuk mengetahui apa yang disukai atau tidak disukai oleh para pelanggan, berupa :

1. *Directly Report Satisfaction*, yaitu menanyakan tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan baik secara kesehatan maupun secara khusus, yang akan memperoleh jawaban mulai sangat tidak puas sampai dengan sangat puas, yang kemudian disajikan dalam bentuk data diagram.
2. *Derived Dissatisfaction*, yaitu dengan meminta partisipasi pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan saat ini dan dinyatakan sebagaimana seharusnya menurut mereka.
3. *Problem Analysis*, menanyakan apa yang menjadi masalah pelanggan dalam mendapatkan pelayanan sekaligus meminta usulan mereka sebagai bahan koreksi dimasa yang akan datang.
4. *Importance /performance ratings*, menanyakan kepada para pelanggan mengenai tingkat kepentingan tiap pelayanan dan bagaimana perusahaan menyajikan tiap pelayanan tersebut.

- ✓ Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut :

- a) Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
 - b) Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
 - c) Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
 - d) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
 - e) Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.
- ✓ Wyckof (2005: 155) berpendapat bahwa “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Wyckof melihat kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan. Hal ini karena konsumen yang merasakan dan mengkonsumsi pelayanan yang diberikan tersebut, sehingga konsumen mampu menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Di sektor publik ada tiga fungsi pelayanan yang dilakukan pemerintah, yakni: *environmental service*, *development service*, dan *protective service*. Pelayanan oleh pemerintah dibedakan berdasarkan siapa yang menerima layanan tersebut, apakah pihak individu atau pihak kelompok. Kemudian konsep barang layanan terdiri dari barang privat (*private goods*) dan barang layanan kolektif (*public goods*). Hal yang paling penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, minimal harus ada tiga hal pokok, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.

Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaannya. Sederhananya, pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli.

Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, yakni:

- Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan
- Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan
- Kualitas mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan
- Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan, yang memenuhi harapan

2.2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan

1. Tangibles (Bukti fisik) adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan sarana komunikasi atau teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.
2. Reliability (Keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.
3. Responsiveness (Daya tanggap) adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

4. Assurance (Jaminan) adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.
5. Empathy (Perhatian) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

Dimensi kualitas layanan tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur kualitas layanan suatu perusahaan jasa. Mengukur kualitas layanan berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu (Tjiptono, 2002:99). Untuk model pengukuran, Parasuraman, et al., (1988), telah membuat sebuah skala multi item yang diberi nama SERVQUAL. Skala servqual pertama kali dipublikasikan pada tahun 1988, dan terdiri dari dua puluh dua item pertanyaan, yang didistribusikan menyeluruh pada lima dimensi kualitas layanan. Apabila layanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Selain itu Brady dan Cronin (2001:37) menyusun dimensi pokok yang menjadi faktor utama penentu kualitas pelayanan jasa sebagai berikut:

1. Kualitas interaksi. Kualitas interaksi diukur berdasarkan sikap, perilaku dan keahlian
2. Kualitas lingkungan fisik. Kualitas lingkungan fisik diukur berdasarkan ambient conditions, desain dan faktor sosial

3. Kualitas hasil. Kualitas hasil diukur berdasarkan waktu tunggu, bukti fisik, dan valensi

2.2.1.3 Unsur-unsur Kualitas Pelayanan

Unsur-unsur kualitas pelayanan antara lain yaitu sebagai berikut :

1. Penampilan

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor di depan pada resepsionis membutuhkan persyaratan seperti, misalnya memiliki tutur bahasa yang baik dan sopan, badan harus tegap, penampilan penuh percaya diri, berbusana yang sesuai dan juga rapi.

2. Tepat Waktu dan Janji

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu memperhitungkan janji yang akan disampaikan kepada pelanggan dan tidak mengingkari. Demikian juga waktu apabila mengutarakan dalam jangka dua hari janji itu selesai, maka sebisa mungkin harus betul-betul bisa memenuhinya.

3. Kesiediaan Melayani

Sebagaimana fungsi serta wewenang harus melayani kepada para customer, konsekuensi logis dari petugas harus betul-betul bersedia melayani pada para pelanggan.

4. Pengetahuan dan Keahlian

Sebagai syarat dalam melayani dengan baik, petugas harus memiliki pengetahuan serta keahlian. Disini petugas pelayanan harus mempunyai tingkat pendidikan tertentu serta pelatihan tertentu pula yang disyaratkan dalam jabatan serta mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang luas dibidangnya.

5. Kesopanan dan Ramah Tamah

Masyarakat pengguna jasa pelayanan dan lapisan masyarakat baik dari tingkat status ekonomi dan sosial yang rendah ataupun tinggi terdapat perbedaan karakter, oleh karena itu petugas pelayanan masyarakat dituntut untuk memberikan keramah-tamahan yang standar dalam

melayani. Misalnya dengan sabar, tidak egois, santun, dalam bertutur kepada customer dan sebagainya.

6. Kejujuran dan Kepercayaan

Pelayanan oleh pengguna jasa bisa dipergunakan berbagai aspek, oleh karena itu dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran. Misalnya jujur dalam pembiayaan, jujur dalam bentuk aturan, dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran petugas pelayanan dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dapat dipercaya dari segi sikapnya, dipercaya dari tutur katanya dan dipercaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis customer akan merasa puas.

7. Kepastian Hukum

Secara sadar bahwa hasil pelayanan kepada masyarakat yang berupa surat keputusan, harus memiliki legitimasi atau memiliki kepastian hukum. Apabila setiap hasil tidak memiliki kepastian hukum yang jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat. Misalnya dalam pengurusan KTP, KK, dan sebagainya, jika ditemukan cacat hukum maka akan mempengaruhi kredibilitas dari instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8. Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan atau kegiatan yang membutuhkan ijin, maka ketentuan keterbukaan harus ditegakan. Keterbukaan tersebut akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan dan kejelasan informasi kepada masyarakat.

9. Efisien

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efektifitas dan efisiensi dari berbagai aspek sumber daya. Sehingga akan menghasilkan biaya yang efektif, waktu yang singkat dan hasil yang berkualitas tinggi. Dengan begitu efektifitas dan efisiensi merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan harus diperhatikan secara serius.

10. Biaya

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan dibutuhkan kewajaran dalam penentuan pembiayaan. Pembiayaan haruslah disesuaikan dengan daya masyarakat, dan pengeluaran biaya harus transparan serta sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

11. Tidak Rasial

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan agama, kesukuan, aliran serta politik. Oleh karena itu segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas serta merata.

12. Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat harus diperhatikan kemudahannya, tidak boleh berbelit-belit dalam pelaksanaannya.

2.2.1.4 Kriteria Penentu Kualitas Jasa Pelayanan

Menurut Philip Kotler dalam buku (Prof. J. Supranto, M.A., APU (2011) mengatakan bahwa terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan. Kelima kriteria tersebut adalah:

1. Keandalan

Yaitu merupakan konsistensi kinerja yang berarti bahwa perusahaan menyediakan pelayanan yang benar pada waktu yang tepat, dan juga berarti perusahaan menjunjung tinggi janjinya.

2. Keresponsifan

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

3. Keyakinan

Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.

4. Empati

Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

5. Berwujud

Yaitu meliputi fasilitas fisik , perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.2.2 Kepuasan *Customer*

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2005) adalah sebagai berikut: Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2005) adalah sebagai berikut: Kepuasan customer merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Dengan demikian dua definisi kepuasan pelanggan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan akan tercapai pada saat harapan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang didapatkannya atau tanggapan emosional pelanggan pada evaluasi konsumsi suatu produk atau jasa.

2.2.2.1 Pengukuran Kepuasan *Customer*

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 2005):

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memberikan respon secara tepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, karena tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya.

2. *Ghost shopping*. Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab permintaan pelanggan, dan menangani setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*. Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.
4. Survei pelanggan. Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feed back) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Akan tetapi dalam mengukur kepuasan pelayanan dalam bidang jasa hanya dapat dilakukan dengan metode sistem keluhan dan saran dan survei kepuasan konsumen.

2.2.2.2 Metode Survei Kepuasan Pelanggan

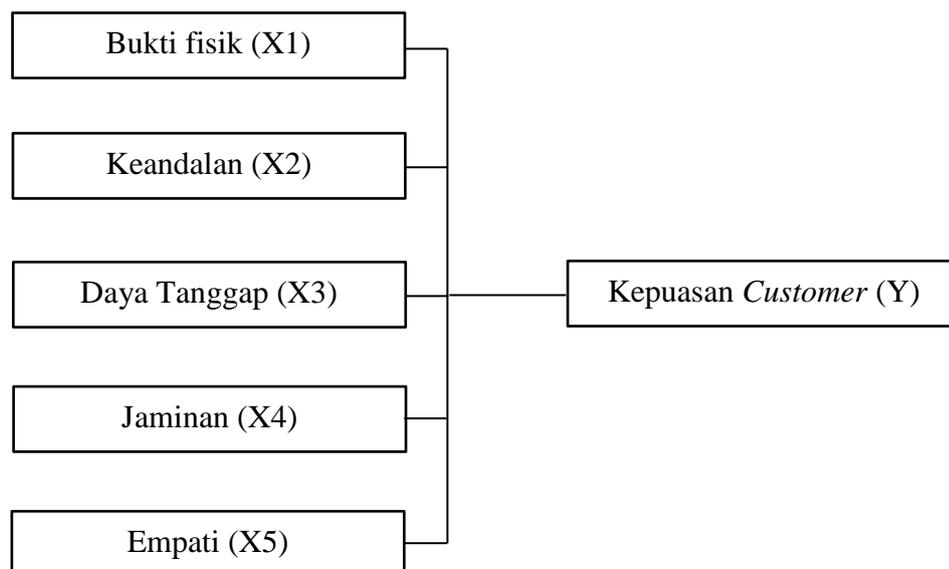
Sebagaimana telah dijelaskan di depan bahwa metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan beberapa cara sebagai berikut: (Tjiptono, 2005)

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan perusahaan kami” pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, dan sangat puas.

2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (derived dissatisfaction).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (problem analysis).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (importance/ percormance ratings).

2.3 Kerangka Penelitian

Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan *customer*. Dengan demikian kepuasan *customer* dapat dilihat dengan bagaimana seorang petugas dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Malang memberikan pelayanan tersebut. Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.



2.4 Hipotesis Penelitian

Arikunto (2010 : 110) Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *customer* secara parsial.

H2 : Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *customer* secara parsial.

H3 : Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *customer* secara parsial.

H4 : Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *customer* secara parsial.

H5 : Empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan *customer* secara parsial.