

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pelayanan Publik**

##### **1. Pengertian Pelayanan Publik**

Istilah pelayanan berdasarkan di dalam kamus bahasa Indonesia adalah sebagai usaha untuk melayani kebutuhan orang lain. Lalu melayani berarti membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan seseorang.

Pelayanan menurut Lukman dalam Sinambela (2006:5) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan kegiatan terjadi dalam bentuk interaksi secara langsung antara seseorang dan orang lain yang secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut Kotler dalam Sinambela (2006:4) pelayanan adalah kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau suatu kesatuan dan menawarkan keputusan walaupun hasil tersebut berhubungan pada suatu produk terkait secara fisik.

Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat. Sehingga pelayanan bisa disebut juga dengan sebutan pelayanan publik. Publik berasal dari kata bahasa Inggris *publik* yang berarti masyarakat umum dan Negara, kata publik menurut bahasa Indonesia diartikan sebagai umum, orang banyak dan ramai.

Sinambela (2005:5) menyatakan bahwa pelayanan publik yaitu pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat oleh penyelenggara

Negara. Beberapa pendapat lain mengenai arti dari pelayanan publik dikemukakan salah satunya oleh Moenir (2006:26) yang menjelaskan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan berlandaskan faktor material, melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari asas-asas pelayanan publik berdasarkan surat Keputusan Menteri Perdayagunaan Aparatur Negara Nomor ( Kepmen PAN) No 63 Tahun 2003, dalam Sinambela (2006:5), transparansi yaitu bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti, akuntabilitas yaitu dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan pertaturan perundangundangan, kondisional yaitu sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas, partisipatif yaitu mendorong peran serta masyarakat dalam peyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi kebutuhan dan harapan masyarakat, kesamaan hak yaitu tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku ras, dan agama, golongan, gender dan status ekonomi, keseimbangan hak dan kewajiban pelayanan yang memperhitungkan aspek keadilan antara pembeli dan penerima pelayanan.

Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan Publik guna mendukung terciptanya penyelenggaraan pelayanan publik yang prima dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar dan hak setiap warga Negara atas barang publik, jasa publik dan pelayanan administrative. Menjelaskan bahwa penyelenggaraan pelayanan publik berasaskan:

- a. Kepentingan umum
- b. Kepastian hukum
- c. Kesamaan hak
- d. Keseimbangan hak serta kewajiban
- e. Keprofesionalan
- f. Partisipatif
- g. Persamaan perlakuan dan tidak diskriminatif
- h. Keterbukaan
- i. Akuntabilitas
- j. Fasilitas dan perlakuan khusus untuk kelompok tertentu
- k. Ketetapan waktu dan kecepatan kemudahan dan keterjangkauan

## **2. Jenis Pelayanan Publik**

Peningkatan kualitas pelayanan publik memiliki makna adanya perubahan mutu, kondisi, dari keadaan sekarang ke mutu yang lebih baik. Jadi kualitas dalam hal ini memiliki sifat yang dinamis menyesuaikan dengan perkembangan situasi dan kondisi masyarakat.

KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik mengelompokkan ada tiga jenis

pelayanan dari instansi pemerintah serta BUMN/BUMD. Pengelompokan jenis pelayanan tersebut didasarkan pada ciri-ciri dan sifat kegiatan serta produk pelayanan yang dihasilkan sebagai berikut:

a. Pelayanan Administratif

Pelayanan administratif adalah jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan yang terdiri dari pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi, dan kegiatan tata usaha lainnya yang secara keseluruhan dan menghasilkan produk akhir berupa dokumen, misalnya seperti sertifikat, ijin-ijin, rekomendasi, dan lain sebagainya.

b. Pelayanan Barang

Pelayanan barang adalah pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan penyediaan atau pengolahan barang berwujud fisik termasuk distribusi dan penyampaiannya kepada konsumen langsung dalam suatu sistem. Kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir berwujud benda (fisik) contohnya pelayanan listrik, air bersih, dan pelayanan telepon.

c. Pelayanan Jasa

Pelayanan jasa merupakan jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa sarana dan prasarana serta penunjangnya. Produk akhir dari pelayanan jasa dapat berupa jasa yang memiliki manfaat bagi penerima secara langsung dan habis terpakai dalam jangka waktu tertentu. Misalnya pelayanan perbankan, pelayanan pos dan pelayanan kebakaran.

Kesimpulan dari beberapa jenis pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat diatas, terdapat tiga jenis yaitu pelayanan administratif, pelayanan barang dan pelayanan jasa. Berdasarkan ketiga jenis diatas, pelayanan di Kantor Kelurahan Kudaile Kabupaten Tegal termasuk kedalam kategori pelayanan administratif dan pelayanan jasa.

## **B. Jasa**

### **1. Pengertian Jasa**

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2005:260) jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.

Implikasi dari perbedaan ini adalah “*outcomes*” atau hasil jasa berdasarkan orang (*people based*) jasa kurang memiliki standar, dibandingkan dengan *outcomes* dari jasa yang berdasarkan perlengkapan (alat). Dengan kata lain, jasa yang memakai pelayanan orang, memiliki tingkat variabilitas, tergantung pada orangnya, dan tingkat perbedaan ini tidak ada, pada jasa yang dilayani oleh mesin. Ini merupakan pertimbangan penting bagi industri jasa yang mengandalkan banyak tenaga manusia.

## 2. Karakteristik Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Griffin (1990) menjabarkan beberapa karakteristik tersebut sebagai berikut :

### a. Tidak dapat di raba (intangibility)

Jasa adalah sesuatu yang tidak dapat diraba atau disentuh. Jasa masih berhubungan dengan sesuatu secara fisik, seperti pesawat udara, kursi, meja, dan peralatan makanan di restoran, tempat tidur pasien di rumah sakit. Nilai yang memiliki arti penting dari hal ini adalah nilai yang tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

### b. Tidak dapat disimpan (inability to inventory)

Salah satu ciri khas dari jasa adalah tidak dapat disimpan. contohnya, ketika kita menggunakan jasa pangkas rambut, jika waktu pemangkasan telah dilakukan maka sebagiannya tidak dapat disimpan untuk lain waktu.

### c. Produksi dan konsumsi bersama

Jasa adalah sesuatu yang dilakukan secara bersamaan dengan produksi. Misalnya seperti tempat praktek dokter, restoran dan lainnya.

### d. Memasukinya lebih mudah

Mendirikan sebuah usaha di bidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi lebih mudah dan lebih banyak tersedia, serta tidak membutuhkan teknologi tinggi. Untuk kebanyakan usaha jasa hambatan untuk memasukinya lebih rendah.

- e. Sangat dipengaruhi oleh faktor luar

Jasa sangat dipengaruhi dengan faktor luar seperti: teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energi. Sektor jasa keuangan adalah salah satu contoh yang paling banyak dipengaruhi oleh peraturan dan perundang-undangan pemerintah, dan teknologi komputer dengan kasus millennium bug pada abad ke-21. Karakteristik jasa tersebut akan menentukan definisi kualitas jasa pelayanan dan model kualitas jasa pelayanan. Mendefinisikan kualitas jasa pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu seperti; pemasaran, psikologi, dan strategi bisnis. Olsen dan Wyckoff, 1978, melakukan pengamatan atas jasa pelayanan dan menjelaskan bahwa jasa pelayanan adalah kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

### **3. Pemasaran Jasa**

Pemasaran jasa akan menghadapi tantangan yang berhubungan dengan pemahaman mengenai keinginan dan harapan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan, menawarkan jasa yang tidak nyata menjadi nyata, dan memenuhi janji kepada pelanggan.

## **C. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan masyarakat. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan masyarakat dan memuaskan kebutuhan mereka. Namun

demikian meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen.

Dengan kata lain, dalam menetapkan kualitas pelayanan, perusahaan harus mempertimbangkan selain untuk memenuhi harapanharapan masyarakat, juga harus melihat tersedianya sumber daya yang memadai dalam perusahaan.

Tjiptono (1995:24) mengemukakan bahwa pengertian kualitas adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian dengan persyaratan
- b. Kecocokan untuk pemakaian
- c. Perbaikan berkelanjutan
- d. Bebas dari kerusakan/cacat
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal serta setiap saat
- f. Melakukan segala sesuatu dengan benar
- g. Sesuatu yang dapat membahagiakan pelanggan

Konsep kualitas pelayanan dapat dipahami melalui perilaku konsumen (consumer behavior), yaitu suatu perilaku yang dimainkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Ibrahim (2008:22) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut.

## 2. Indikator Kualitas Pelayanan

Ukuran atau indikator kualitas pelayanan dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (1997 : 14) yaitu :

- a. Tangible (bukti Fisik), terdiri dari fasilitas yang memiliki bentuk fisik, kelengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Reliability (Keandalan), adalah kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang telah dijanjikan dan dilakukan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Responsiveness (Daya tanggap), yaitu keinginan para staff atau pegawai untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Assurance (Jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki pegawai atau staff : bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e. Empathy (Perhatian), terdiri dari kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan dapat memahami kebutuhan para pelanggan.

Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka perlu ada kriteria yang menunjukkan apakah suatu pelayanan yang telah diberikan dapat dikatakan baik atau buruk, Zeithaml (1990 : 16) mengatakan bahwa : SERVQUAL merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi

pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Menurut instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perbaikan dan Peningkatan Mutu Pelayanan, dapat dinyatakan bahwa hakekat pelayanan umum adalah :

- a. Meningkatkan mutu produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi instansi pemerintah di bidang pelayanan umum.
- b. Mendorong upaya mengefektifkan sistem dan tata laksana pelayanan, sehingga pelayanan umum dapat diselenggarakan secara berdaya guna dan berhasil guna.
- c. Mendorong tumbuhnya kreativitas, prakarsa dan peran serta masyarakat di dalam sebuah pembangunan serta dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.

Oleh karena itu dalam melaksanakan pelayanan harus mengandung unsur-unsur dasar sebagai berikut :

- a. Hak dan kewajiban bagi pemberi maupun pelayanan umum harus jelas dan diketahui secara pasti oleh masing-masing pihak.
- b. Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum harus disesuaikan dengan kondisi kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membayar berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dengan tetap berpegang teguh pada efisiensi dan efektifitas.
- c. Kualitas, proses dan hasil pelayanan umum harus diupayakan agar dapat memberi keamanan, kenyamanan, kepastian hukum yang dapat di pertanggung jawabkan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara pelanggan dan pemberi layanan menjadi harmonis, sehingga memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi pemberi layanan, reputasi yang semakin baik di mata pelanggan, serta laba yang di peroleh akan semakin meningkat (Tjiptono, 1995 : 42).

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, menyebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip yaitu:

- a. Kesederhanaan (prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan),
- b. Kejelasan (kejelasan mencakup dalam hal persyaratan teknis dan administrasi pelayanan, unit kerja yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan, rincian biaya pelayanan dan tata cara penyelenggaraan),
- c. Kepastian waktu (pelaksanaan pelayanan dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan),
- d. Akurasi (produk pelayanan diterima dengan tepat, benar dan sah),
- e. Keamanan (proses dan produk pelayanan memberikan rasa aman dan kepastian hukum)

- f. Tanggung Jawab (pimpinan penyelenggara pelayanan memiliki tanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan),
- g. Kelengkapan sarana dan prasarana (tersedianya sarana dan prasarana kerja yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi komunikasi dan informatika),
- h. Kemudahan akses (tempat dan lokasi beserta sarana pelayanan yang memadai dan mudah dijangkau masyarakat),
- i. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan (pemberian pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas),
- j. Kenyamanan (lingkungan pelayanan harus teratur, tertib, bersih, nyaman, rapi, dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, contohnya tempat parkir, toilet, tempat beribadah dan sebagainya)

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam mengukur atau menilai kualitas jasa dapat menggunakan banyak dimensi seperti kinerja, keseragaman produk, kesesuaian, kemampuan dalam melayani, kehandalan, daya tanggap, kenyamanan, keamanan, dan kelengkapan sarana dan prasarana. Dimensi kualitas pelayanan dapat dijadikan patokan untuk melihat kualitas pelayanan yang diberikan oleh kantor pemerintahan dari beberapa aspek yang berada di dalamnya. Salah satunya bisa digunakan untuk melakukan identifikasi kesenjangan antara

pelayanan yang diharapkan atau pelayanan yang diterima dan bagaimana cara melakukan perbaikan dalam pelayanan tersebut.

### **3. Faktor-faktor dalam peningkatan kualitas pelayanan**

Beberapa usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelayanan menyangkut faktor-faktor sebagai berikut (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985)

#### **a. Reliability**

- 1) Pengaturan fasilitas
- 2) Sistem dan prosedur dilaksanakan taat azas
- 3) Meningkatkan efektifitas jadwal kerja
- 4) Meningkatkan koordinasi antar bagian

#### **b. Responsiveness**

- 1) Mempercepat pelayanan
- 2) Pelatihan karyawan
- 3) Komputerisasi dokumen
- 4) Penyederhanaan sistem dan prosedur
- 5) Pelayanan yang terpadu (one-stop-shopping)
- 6) Penyederhanaan birokrasi
- 7) Mengurangi pemusatan keputusan

#### **c. Competence**

- 1) Meningkatkan profesionalisme karyawan
- 2) Meningkatkan mutu administrasi

d. Credibility

- 1) Meningkatkan sikap mental karyawan untuk kerja giat
- 2) Meningkatkan kejujuran karyawan
- 3) Menghilangkan kolusi

e. Tangibles

- 1) Perluasan kapasitas
- 2) Penataan fasilitas
- 3) Meningkatkan infrastruktur
- 4) Menambah peralatan
- 5) Menambah/menyempurnakan fasilitas komunikasi
- 6) Perbaiki sarana dan prasarana

f. Understanding the costumers

- 1) Sistem dan pelayanan yang menghargai konsumen
- 2) Meningkatkan keberpihakan pada konsumen

g. Communication

- 1) Memperjelas pihak yang bertanggung jawab dalam setiap kegiatan
- 2) Meningkatkan efektifitas komunikasi dengan klien
- 3) Membuat SIM yang terintegrasi

**4. Manfaat kualitas pelayanan**

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi, tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik semakin dirasakan cukup penting karena masyarakat semakin kritis terhadap produk jasa yang akan diperolehnya. Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan

memiliki kaitan dengan pelayanan publik dan merupakan sebuah indikator penting yang dapat menentukan keberhasilan pemenuhan aspek-aspek pelayanan publik.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 115) menjelaskan bahwa terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dengan adanya kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.
- b. Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang bersifat *customer-driven*.
- c. Kualitas dapat mengurangi biaya. Biaya untuk mewujudkan produk berkualitas jauh lebih kecil disbanding dengan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja organisasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **D. Kepuasan Konsumen**

##### **1. Pengertian kepuasan konsumen**

Engel et al dalam Fandy Tjiptono (2000:126) menyatakan bahwa kepuasan masyarakat merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan

masyarakat, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Bila kepuasan konsumen terhadap barang/jasa jauh dibawah apa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap produsen/penyedia jasa dalam hal ini adalah rumah sakit. Kepuasan masyarakat adalah suatu tingkat perasaan masyarakat yang timbul sebagai akibat dari Pelayanan layanan servis yang diperolehnya setelah masyarakat membandingkannya dengan apa yang diharapkannya. Masyarakat baru akan merasa puas apabila Pelayanan layanan servis yang diperolehnya sama atau melebihi harapannya dan sebaliknya, ketidakpuasan atau perasaan kecewa masyarakat akan muncul apabila Pelayanan layanan servis yang didapatkannya tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya. Dengan demikian, kepuasan memang menjadi variabel yang sangat penting untuk mengukur pemasaran pelayanan servis yang berkaitan dengan hasil akhir dari pelayanan yang telah diberikan apakah sesuai dengan harapan atau keinginan masyarakat.

Menurut Husein Umar (2005:50-51) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya Seorang masyarakat, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi masyarakat dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan pelayanan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap pelayanan yang diharapkan.

Berdasarkan Permenpan No. 16 Tahun 2014, Survei Kepuasan Masyarakat adalah pengukuran secara komprehensif kegiatan tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat. Melalui survey ini diharapkan mendorong partisipasi masyarakat sebagai pemakai layanan untuk menilai kualitas pelayanan publik, dan mendorong penyelenggara pelayanan publik untuk meningkatkan kualitas kepuasan dan melakukan pengembangan melalui inovasi-inovasi pelayanan publik.

## **2. Kepuasan Konsumen Dilihat Berdasarkan Pekerjaan, Jenis Kelamin, dan Pendidikan**

### **a. Pekerjaan**

Tinggi rendahnya suatu pekerjaan akan membuat seseorang akan memilih pelayanan jasa yang berbeda juga, seperti halnya pendidikan. Pekerjaan dengan tingkat yang tinggi artinya memiliki kemampuan berpikir yang kompleks dan berorientasi ke depan.

### **b. Jenis kelamin**

Jenis kelamin menjadi kelompok yang berbeda, dilihat dari sisi psikologis perilaku diantara pria dan wanita memiliki karakteristik yang berbeda. Wanita sangat kritis terhadap apa yang diberikan kepadanya, seperti dalam hal pelayanan, baik buruknya dalam sebuah pelayanan wanitalah lebih banyak menilai dibandingkan dengan laki-laki, laki-laki lebih mementingkan tujuan sedangkan wanita sangat menghargai sikap sopan santun dan menghargai.

### **c. Pendidikan**

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seseorang dapat mempengaruhi konsumsi. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka pengambilan keputusan akan semakin kompleks atau rumit dan berorientasi ke masa depan.

### **3. Tingkat Kepuasan Masyarakat**

Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting dikarenakan adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Harbani Pasolong (2010: 221-222) menyatakan bahwa semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*). Kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi jika masyarakat memperoleh pelayanan yang baik dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan berbagai metode pengukuran. Kotler dalam Fandy Tjiptono (2004:18), mengemukakan ada empat metode yang dapat mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Sistem Keluhan dan Saran**

Setiap perusahaan yang memiliki orientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*), perlu memberikan kesempatan seluas mungkin bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Media yang dapat digunakan adalah kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus (*customer hotline*), dan sebagainya.

#### **b. Survey Kepuasan Pelanggan**

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari *pelanggan* dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggannya.

c. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu orang tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka.

d. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan yang menggunakan metode ini untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan cara *menghubungi* para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok. Hasil dari metode ini akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil langkah kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjabaran tersebut, terdapat empat metode yang dapat dilakukan untuk *mengukur* kepuasan pelanggan, yaitu dengan metode sistem keluhan atau saran, survei kepuasan pelanggan, metode *ghost shopping*, dan *lost customer analysis*.

## **E. Perilaku Konsumen**

### **1. Pengertian perilaku konsumen**

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan.

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

*The American Marketing Association* (dalam Kotler, 2000) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut :

- a. Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (*American Marketing Association*).
- b. Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, group konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau group tertentu.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**

Kotler (2007) mengatakan bahwa keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

### **a. Faktor kebudayaan**

#### **1) Kebudayaan**

Kebudayaan merupakan faktor paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari seperti budaya.

#### **2) Sub budaya**

Setiap kebudayaan terdiri dari sub budaya-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik kepada para anggotanya.

#### **3) Kelas sosial**

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keadnggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

### **b. Faktor Sosial**

#### **1) Kelompok referensi**

Kelompok referensi seseorang adalah terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

## 2) Keluarga

Kita dapat membedakan suatu keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah : Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga *prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumennya paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

## 3) Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

### c. Faktor Pribadi

#### 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup.

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan

ataupun transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3) Keadaan ekonomi

Yang dimaksud adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk prosentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang merupakan sebuah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan kehidupan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan, gaya hidup juga merupakan cerminan seseorang terhadap kelas sosialnya.

5) Kepribadian dan konsep diri

Karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang setiap responsnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang

sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk dan merek.

d. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Teori motivasi Maslow, menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat tertentu. Mengapa seseorang menggunakan waktu dan energi yang besar untuk keamanan pribadi, sedangkan orang lain menggunakan waktu dan energinya untuk mengejar harga diri? Jawabannya adalah bahwa kebutuhan manusia terseusun dalam suatu hierarki, dari kebutuhan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak.

2) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi yaitu perhatian yang selektif, gangguan yang selektif dan mengingat kembali yang selektif. Faktor-faktor persepsi ini yaitu perhatian, gangguan, dan mengingat kembali yang selektif berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.

### 3) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

### 4) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

## **F. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmad (2017) tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat dalam Pelayanan Publik di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Magetan” yang menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi dari kepuasan stakeholder terhadap pelayanan dan kinerja Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Magetan. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei yang dilakukan terhadap stakeholder di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil. Partisipan survei diberikan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur kepuasan, koordinasi, perencanaan, kepemimpinan, dan pengawasan yang dilakukan oleh Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil. Teknik sampel dengan purposive sampling dengan teknik insidental. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden dengan missing 7 responden yang berasal dari warga masyarakat yang menggunakan pelayanan yang diberikan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Magetan. Teknik Analisis

dengan product moment dan dilanjutkan dengan analisis regresi ganda. Hasil menunjukkan bahwa adanya korelasi yang tinggi antar variabel. Dengan analisis bevariat menunjukkan bahwa keempat variabel independen berhubungan positif signifikan dengan tingkat kepuasan masyarakat. Dengan analisis regresi ganda, tingkat kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh 2 variabel independen, yaitu perencanaan dan pengawasan. Perencanaan berpengaruh positif terhadap kepuasan stakeholder (pelayanan publik) secara signifikan dan pengawasan berpengaruh negatif terhadap kepuasan stakeholder secara signifikan. Analisis bevariat variabel independen atau variabel prediktor berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat sebagai variabel kriterium. Dengan demikian, kepuasan publik masyarakat Kabupaten Magetan dipengaruhi oleh variabel perencanaan, koordinasi, pengawasan dan kepemimpinan. Namun variabel yang berpengaruh positif secara signifikan terhadap pelayanan publik masyarakat Kabupaten Magetan dipengaruhi oleh variabel perencanaan, pengawasan dan kepemimpinan transaksional, sedang koordinasi kurang tampak pengaruhnya.

Implikasi dari penelitian ini memberikan implikasi terhadap teori dan praktik tatakelola kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori stakeholder, yaitu terdapatnya hubungan dan pengaruh yang erat antara perencanaan yang baik, pengawasan yang teliti dan kepemimpinan yang mumpuni terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para stakeholder (pemangku kepentingan).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Indah (2014), PT.Pacific Place tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penyewa dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penyewa (Studi Kasus: Pt. Grand Indonesia)” penelitian ini menjelaskan bahwa untuk menganalisis melihat pengaruh Sajikan Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan dalam upaya untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dilaksanakan untuk PT Grand Indonesia Shopping Mall 100 toko di PT Grand Indonesia Shopping Mall. Teknik sampling Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan dan uji validitas digunakan oleh product moment dan uji reliabilitas alfa cronbach. Penelitian ini juga digunakan Path Analysis untuk memverifikasi dan membuktikan analisis penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan PT Grand Indonesia Shopping Mall.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Siswati (2015) tentang “Kualitas Pelayanan Kesehatan Dengan Kepuasan Pasien BPJS Di Unit Rawat Inap Rsud Kota Makassar” menjelaskan bahwa kepuasan pasien tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Suatu pelayanan dikatakan baik oleh pasien, jika jasa yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan atau harapan pasien. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kehandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), jumlah personel, ketersediaan obat dan keamanan dan kenyamanan (*amenity*) dengan kepuasan pasien BPJS di

unit rawat inap RSUD Kota. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional study. Populasi adalah seluruh pasien peserta BPJS yang menjalani perawatan di unit rawat inap RSUD Kota Makassar berjumlah 1.293 orang. Penarikan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan besar sampel 143 orang. Analisis data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan uji *chi square*. Hasil penelitian diketahui bahwa ada hubungan antara *reability* ( $p=0,001$ ), *tangible* ( $p=0,000$ ), *empathy* ( $p=0,001$ ), *responsiveness* ( $p=0,001$ ), dan *amenity* ( $p=0,001$ ), dan tidak ada hubungan antara *assurance* ( $p=0,491$ ), jumlah personel ( $p=0,106$ ), dan ketersediaan obat ( $p=0,143$ ) dengan kepuasan pasien BPJS di unit rawat inap RSUD Kota Makassar. Kesimpulan dari penelitian adalah ada hubungan *reability*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *amenity* dengan kepuasan pasien BPJS di unit rawat inap Rumah Sakit Umum Daerah Kota Makassar tahun 2015.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nupikso (2013) tentang “Kepuasan Pengguna Pelayanan Publik Monumen Pers Nasional Surakarta” yang menjelaskan tentang Monumen Pers Nasional (MPN) adalah penyelenggara jasa layanan publik khususnya bidang pers nasional di bawah Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. Sebagai penyelenggara layanan informasi dan komunikasi publik, MPN berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi harapan publik dan berfungsi sebagai pusat rujukan pers nasional berbasis teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui indikator yang mempengaruhi kualitas layanan dan tingkat kepuasan publik terhadap MPN dengan menggunakan perspektif kajian kebijakan publik serta mendasarkan pada teori ekonomi. Metode yang digunakan adalah survei kepuasan layanan publik khususnya di lima bentuk layanan. Hasilnya menunjukkan kualitas layanan dipengaruhi oleh dimensi wujud layanan, sikap empati, kehandalan petugas, kesiapsiagaan petugas, dan keyakinan terhadap layanan yang dijanjikan. Survei juga menunjukkan indeks kepuasan mencapai 3,768, di mana publik puas dengan layanan yang diberikan MPN.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Widyanti dan Kurniaty (2012) tentang “Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Pelanggan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Barito Selatan Kalimantan Tengah)” yang menjelaskan tentang hubungan antara kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dari Pemerintah Lokal Barito Timur Kalimantan Tengah. Data diambil dari masyarakat Pemerintah Lokal Barito Timur Kalimantan Tengah, 269 kuesioner dikumpulkan dengan menggunakan teknik *cluster sampling* dan dianalisa menggunakan SPSS.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Dahmiri (2014) tentang “Analisa Kepuasan Masyarakat Terhadap Kinerja Pelayanan Kantor Camat Kelurahan Sarolangun” penelitian ini menunjukkan 3 (tiga) kategori baik yaitu prosedur pelayanan, kemampuan pelayanan pekerja, dan keamanan lingkungan, dan ada dua kategori kurang baik yaitu keadilan dalam mendapatkan pelayanan, dan keadilan dalam mengetahui biaya pelayanan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Suryanto (2013) tentang “Indeks Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Kantor Kelurahan Di Surakarta, Indonesia” menjelaskan tentang bagaimana layanan Indeks Kepuasan Pelayanan Masyarakat dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat di kantor Kota Surakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan observasi langsung dengan jumlah 150 responden. Variabel yang digunakan dalam studi ini meliputi kepuasan masyarakat, nyata, reliabilitas, responsif, jaminan dan kepastian, serta empati. Metode Ordinary Least Square (OLS) digunakan untuk menganalisis regresi linier berganda. Hasil studi ini menunjukkan bahwa lima variabel independen, yaitu, nyata, reliabilitas, responsif, jaminan dan kepastian, serta empati berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen adalah kepuasan. Masyarakat menilai bahwa pelayanan publik di jajaran Kota telah baik. Namun, pemerintah diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik di jajaran layanan kantor karena pelayanan yang baik diikuti dengan peningkatan kepuasan masyarakat.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Ismail dan Yunan (2016) tentang “Service Quality As A Predictor Of Customer Satisfaction And Customer Loyalty” menjelaskan bahwa Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan telah menerima perhatian khusus dalam literatur sektor kesehatan baru-baru ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji korelasi antara layanan kualitas dan kepuasan pelanggan serta korelasi

antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Metode: Kuesioner laporan ini dikumpulkan dari pasien di pusat-pusat medis tentara di Malaysia Barat tujuan ini. Hasil analisis menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan, yaitu tangible, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara signifikan berkorelasi dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan penyedia layanan untuk menerapkan kualitas dengan tepat dimensi dalam memberikan layanan medis telah meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam organisasi.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Felix MA (2017), Glocal International Development Studies, Hebrew University of Jerusalem, Israel tentang Service Quality And Customer Satisfaction In Selected Banks In Rwanda, Penelitian ini ditetapkan untuk menentukan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Banque Populaire du Rwanda, cabang Kigali. Penelitian ini menggunakan metode survei deskriptif dan *cross-sectional*. Kuesioner yang digunakan sendiri digunakan untuk mengumpulkan data primer dari 498 pelanggan, menggunakan teknik sampling. Data dianalisis menggunakan frekuensi dan persentase SPSS dan Pearson's Linear Correlation Coefficient.

Penelitian ini didasarkan pada lima tujuan penelitian: (a) untuk menentukan profil responden dalam hal jenis kelamin, jenis akun, kualifikasi pendidikan dan pengalaman perbankan, (b) untuk menentukan tingkat kualitas layanan di BPR, (c) untuk menentukan tingkat kepuasan

pelanggan di antara pelanggan BPR (d) untuk menentukan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di BPR dan (e) untuk merekomendasikan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan yang mendasarkan pada temuan penelitian. Temuan dari PLCC menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sementara membandingkan dimensi seperti kesetiaan pelanggan dengan keandalan, daya tanggap dan jaminan. Di sisi lain, perbandingan berdasarkan word of mouth positif dengan sub-variabel kualitas layanan seperti Reliability, Assurance, tangibles, empati dan responsiveness, mengungkapkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel. Peneliti merekomendasikan bahwa jika BPR meningkatkan layanan yang ditawarkan kepada pelanggannya untuk memastikan kepuasan mereka, staf BPR harus: (a) mempertahankan layanan catatan kesalahan-bebas, (b) menangani masalah pelanggan secara konstan, (c) bersedia untuk memecahkan masalah pelanggan segera dan (d) memahami kebutuhan spesifik pelanggan individu.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Iyikal, dan Celebi (2016) tentang “Investigating A Quality Of Services In The Publik Sector: Evidence From Northern Cyprus” yang menjelaskan tentang pengukuran kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan publik di TRNC dengan mempekerjakan Parasuraman et al. (1988) Model SERVQUAL dan Seven-Point Skala Likert. Hasil juga menyatakan bahwa, harapan responden mengenai kualitas layanan (E) yang disediakan oleh perusahaan publik lebih tinggi

daripada yang dirasakan kualitas layanan yang disediakan (P) yang menunjukkan pelanggan tidak puas dengan kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan publik di TRNC. Hasil regresi menunjukkan bahwa hanya dimensi keandalan dan jaminan yang diberikan efek positif signifikan pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan di sektor publik TRNC. Oleh karena itu, H1 (dimensi SERVQUAL memberikan efek positif signifikan pada Pelanggan Kepuasan di sektor publik) harus ditolak. Selanjutnya, hasil regresi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dari layanan publik memberikan pengaruh positif signifikan pada kata dari mulut ke mulut sehingga H2 (Tingkat Kepuasan Pelanggan dari layanan publik diberikan secara positif efek signifikan pada mulut ke mulut) harus diterima.

### **G. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah bentuk kerangka yang menjelaskan tentang keterkaitan dari beberapa teori serta segala faktor-faktor yang dianggap sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2005).

Kepuasan Masyarakat dalam hal pelayanan merupakan tujuan utama dari setiap penyelenggara instansi pemerintah tidak terkecuali Kantor Kelurahan Kudaile Kabupaten Tegal yang dalam hal ini sebagai salah satu instansi pemerintahan yang berada di Kelurahan.

Untuk memudahkan peneliti melakukan penelitian, maka peneliti membuat skema pemikiran penelitian yang akan di lakukan. Kerangka pemikiran merupakan model pemikiran yang berkaitan antara variabel terikat

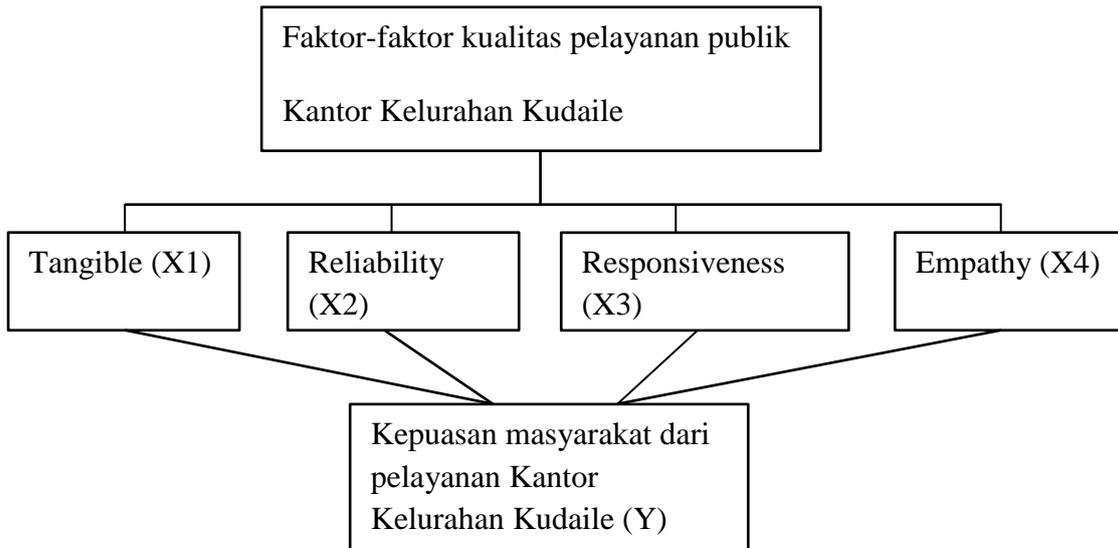
dan variabel bebas yang digambarkan dalam bentuk kerangka untuk memudahkan dalam pemahaman.

#### **H. Hipotesis**

1. Tangible (X1) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) Kantor Kelurahan Kudaile.
2. Reliability (X2) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) Kantor Kelurahan Kudaile.
3. Responsiveness (X3) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) Kantor Kelurahan Kudaile.
4. Empathy (X4) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) Kantor Kelurahan Kudaile.

## I. Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis diatas maka kerangka penelitian adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran**