

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Kajian Pustaka**

##### **2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu/Relevan**

Untuk mendukung materi dalam penelitian ini berikut akan dikemukakan beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yang dijadikan referensi oleh peneliti. Kajian terhadap penelitian terdahulu merupakan sebuah upaya untuk mendapatkan acuan dan perbandingan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, yang akan berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian, peneliti memilih tiga penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam menyusun penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Hartati dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Garuda Pekanbaru”. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknis analisis yang digunakan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien, dan kualitas pelayanan di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama masih dikatakan belum baik, karena dalam hasil penelitian dapat dilihat

bahwa responden paling banyak mengatakan tidak baik atau tidak setuju.

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh Engkus dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pasien, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dari kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Cibitung, Kabupaten Sukabumi.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Vika Rosa dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Bulukunyi Kabupaten Takalar”, metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan teknik analisis yang digunakan oleh penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang, berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien yang diperkuat oleh hasil pengujian yang telah dilakukan.

4. Penelitian yang telah dilakukan oleh Tri Handoko Sitorus dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Bpjs Di Upt Puskesmas Puter Kota Bandung”. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan teknik analisis yang digunakan oleh penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini ngatakan bahwa Hal ini memberikan kesimpulan bahwa kepuasan pasien BPJS di poli umum UPT Puskesmas Puter kota Bandung yang dirasakan oleh responden baru mencapai kategori cukup puas. Dan Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien BPJS di UPT puskesmas puter kota Bandung masuk kedalam kategori sangat rendah.
5. Penelitian yang telah dilakukan oleh Efi Andari dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Berobat Di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama”. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan teknik analisis yang digunakan oleh penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa kualitas pelayanan di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama masih dikatakan belum baik, karena dalam hasil penelitian dapat

dilihat bahwa responden paling banyak mengatakan tidak baik atau tidak setuju.

**Tabel 2.1.**

**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan dan Perbedaan			
			Teori Yang Digunakan	Pendekatan	Metode	Teknik Analisis
1.	Yeni Hartati	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Garuda Pekanbaru	Kualitas Pelayanan (Tjiptono 2016 : 59) Kepuasan Pasien (Pohan 2007 : 145)	Kuantitatif	Deskriptif	Analisis Regresi Linier Sederhana
2.	Engkus	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi	Kualitas Pelayanan (Zeithaml, Dkk Hardiansyah 2011) Kepuasan Pasien (Imbalo S. Pohan 2015 : 152)	Kuantitatif	Deskriptif	Analisis Regresi Linier Sederhana
3.	Vika Rosa	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Bulukunyi Kabupaten	Kualitas Pelayanan (Zeithamal, Berry, dan Parasuraman) Kepuasan Konsumen (Hawkins dan Lonney)	Kuantitatif	Deskriptif	Analisis Regresi linier Sederhana

		Takalar				
4.	Tri Handoko Sitorus	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Bpjs Di Upt Puskesmas Puter Kota Bandung	Kualitas Pelayanan (Tjiptono,2011) dan Kepuasan Pasien (Kotler, 2007)	Kuantitatif	Deskriptif	Analisis Regresi Linier Sederhana
5.	Efi Andari	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Berobat Di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama	Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono, (2005:223) dan Kepuasan Pasien menurut Tryhaji, (2014:43)	Kuantitatif	Deskriptif	Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan penelitian terhadulu diatas, maka dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan dan metode penelitian yang sama yaitu pendekatan kuantitatif dan metode penelitian deskriptif. Sedangkan perbedaannya berada pada lokus penelitian. Peneliti melakukan penelitian pada Puskesmas Rancaekek sedangkan peneliti pertama di Puskesmas garuda pecan baru, peneliti kedua melakukan penelitian pada puskesmas cibitung kabupaten sukabumi, peneliti ketiga melakukan penelitian pada puskesmas bulukunyi kabupaten takalar. Dan terdapat perbedaan pada teori yang dipakai oleh peneliti.

## **2.1.2. Kajian Terhadap Grand Teori**

### **2.1.2.1. Tinjauan tentang Administrasi**

Secara etimologis istilah administrasi berasal dari bahasa Inggris dari kata *administration* yang bentuk finitifnya adalah *to administer*. Dalam Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (1994), kata *to administer* diartikan sebagai *to manage* (mengelola) atau *to direct* (menggerakkan).

Gie dikutip Syafiie (2003:4) dalam bukunya yang berjudul "Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia (SANRI)" secara sederhana mengandung pengertian bahwa bahwa: "Administrasi adalah segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerja sama mencapai tujuan tertentu".

Administrasi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari kata "ad" yang berarti intensif dan kata "ministrate" yang berarti melayani. Administrasi dalam arti sempit merupakan penyusunan dan pencatatan data informasi secara sistematis. Secara etimologis administrasi merupakan kegiatan dalam mengelola informasi, manusia, harta benda ke arah suatu tujuan pada organisasi. Administrasi dalam arti sempit dapat diartikan sebagai penyusunan dan pencatatan data dan informasi secara sistematis yang bertujuan untuk menyediakan keterangan dan memudahkan jika ingin memperoleh kembali secara keseluruhan.

Administrasi secara luas menurut The Liang Gie, 1980 pada buku Studi tentang Ilmu Administrasi Ulbert Silalahi mengatakan bahwa “Administrasi adalah segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerja sama mencapai tujuan tertentu.”

Administrasi merupakan kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang yang berdasarkan pembagian secara terstruktur dengan maksud mencapai tujuan dengan memanfaatkan sumberdaya.

Sondang P. Siagian, 1980 mengatakan bahwa “Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang terlibat dalam suatu bentuk usaha kerja sama demi tercapainya tujuan yang ditentukan sebelumnya.”

Stephen P. Robbins, 1983 mengatakan bahwa “administrasi adalah keseluruhan proses dari aktivitas – aktivitas pencapaian tujuan secara efisien dengan melalui orang lain.” Sedangkan menurut Dwight Waldo, 1971 mengatakan bahwa “Administrasi adalah suatu daya upaya manusia yang kooperatif, yang mempunyai tingkat rasional tinggi.”

Administrasi adalah penyusunan dan pencatatan data informasi secara sistematis serta keseluruhan kegiatan kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

### 2.1.2.2. Unsur-unsur Administrasi

Terdapat sejumlah unsur yang saling berkait antara satu dan yang lain dalam proses administrasi, dimana apabila salah satu unsurnya tidak ada, maka proses administrasi akan terkendala.

Darmanto (2019) menjelaskan unsur-unsur administrasi meliputi :

1. *Organisasi*, yaitu wadah bagi segenap kegiatan usaha kerja sama.
2. *Manajemen*, yaitu kegiatan menggerakkan sekelompok orang dan mengerahkan fasilitas kerja. Hubungan ini meliputi :
  - a. Perencanaan;
  - b. Pembuatan keputusan;
  - c. Pembimbingan;
  - d. Pengorganisasian;
  - e. Pengawasan (*control*);
  - f. Penyempurnaan dan perbaikan tata struktur dan tata kerja;
3. *Komunikasi*, yaitu penyampaian berita dan pemindah buah pikiran dari seseorang kepada yang didalamnya rangka terwujudnya kerja sama.
4. *Kepegawaian*, yaitu pengaturan dan pengurusan pegawai atau karyawan yang diperlukan.
5. *Keuangan*, yaitu pengelolaan segi-segi pembiayaan dan pertanggung jawaban keuangan.
6. *Hubungan masyarakat*, yaitu perwujudan hubungan yang baik dan dukungan dari lingkungan masyarakat terhadap usaha kerja sama.

Selanjutnya untuk membangun suatu administrasi sebagai *Systems* diperlukan unsur, baik berupa faktor-faktor, unsur dan aspek serta sumber daya (*Resources*) tertentu.

Sumiati (2019) menyatakan bahwa :

Unsur-unsur administrasi adalah sebagai berikut :

- a. Organisasi
 

Organisasi diciptakan secara konstitusional oleh pimpinan tertinggi badan usaha, dan menjadi wahana (wadah), struktur, dan rangka dasar (*framework*) administrasi.
- b. Lingkungan (*environment*)



Lingkungan yang mengelilingi administrasi yang “berada” di dalam organisasi, terdiri atas berbagai “lapis” geografis, fisik, sosial, budaya, ekonomi.

c. Administrasi (organisasi)

Akan bergerak sambil berpindah-pindah lapis setiap kali berganti persoalan atau urusan.

d. Pimpinan

Pimpinan terdiri atas semua manajer dan *staffer* yang ditanam oleh para pemilik badan usaha untuk bertindak sebagai “kader”, sebagai bingkai penegak filosofi bisnis daripada para pemilik badan usaha.

e. Personal

Personal terdiri atas semua warga organisasi (administrasi) yang secara bersama-sama merupakan kekuatan manusiawi daripada administrasi (organisasi).

### 2.1.2.3. Tinjauan tentang Keorganisasian

Dwight Waldo dalam Silalahi (2016), mengatakan bahwa :  
 “Organisasi adalah struktur hubungan-hubungan di antara orang-orang berdasarkan wewenang dan bersifat tetap dalam suatu sistem administrasi.”

Mariane (2018) mengatakan bahwa : “Organisasi diartikan menggambarkan pola-pola, skema, bagan yang menunjukkan garis-garis perintah, kedudukan karyawan, hubungan-hubungan yang ada dan lain sebagainya. “Organisasi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “organon” yang berarti alat. Organisasi pada dasarnya merupakan wadah dimana orang-orang bekerjasama untuk mencapai tujuan organisasi.

Etzioni dalam Silalahi (2016) mengemukakan bahwa :  
 “Organisasi merupakan pengelompokan orang-orang yang sengaja disusun untuk mencapai tujuan tertentu. “

Organisasi merupakan wadah yang di dalamnya terdapat individu-individu yang berkumpul untuk membangun hubungan kerja dalam organisasi. Untuk itu antara satu individu dengan individu lainnya akan saling memiliki keterkaitan dalam organisasi.

Siagian dalam Silalahi (2016), hakikat organisasi dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu :

1. Organisasi dapat dipandang sebagai wadah, yaitu tempat kegiatan-kegiatan administrasi dan manajemen dijalankan dan sifatnya adalah “relatif statis”.
2. Organisasi dapat dipandang sebagai proses, yaitu interaksi antara orang-orang yang menjadi anggota organisasi.

Sondang P. Siagian, 1980. Mengatakan bahwa “Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai sesuatu tujuan bersama dan terkait secara formal dalam suatu ikatan hirarki dimana selalu terdapat hubungan antara seseorang atau sekelompok orang yang disebut pimpinan dan seorang atau sekelompok orang yang disebut bawahan.”

Organisasi merupakan bentuk kerjasama dalam upaya pencapaian tujuan bersama secara efektif dan efisien melalui serangkaian kegiatan yang telah ditentukan sebelumnya.

S. Pradjudi Atmoudiro beliau mengatakan “Organisasi adalah struktur tata pembagian kerja dan struktur tata hubungan kerja antara sekelompok orang pemegang posisi yang bekerja sama secara tertentu untuk bersama-sama mencapai suatu tujuan tertentu.”

Malayu S.P. Hasibuan mengatakan “Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Organisasi hanya merupakan alat dan wadah saja.”

Merujuk pada definisi yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa organisasi merupakan tempat atau wadah orang-orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan organisasi.

#### **2.1.2.4. Tinjauan tentang Administrasi Publik**

Administrasi publik berasal dari dua suku kata yaitu administrasi yang berarti melayani, dan publik yang berarti umum, negara, masyarakat, atau orang banyak. Dalam bahasa Belanda disebut *administratie* yang berarti tata usaha atau urusan pencatatan. Dalam bahasa Inggris administrasi berasal dari kata *ad* yang berarti intensif dan *ministrate* yang berarti *to serve* atau melayani. Publik berasal dari bahasa Yunani yaitu *pubes* yang berarti matang atau dewasa dan *koinon* yang berarti bersama. Publik juga diartikan sebagai praja atau rakyat, pamong praja berarti pelayan rakyat. Publik diartikan juga sebagai *polis* atau *politic* yang berarti politik, negara, dan pemerintah. Publik dalam hal ini diartikan sebagai sekelompok individu dalam jumlah besar yang memiliki kebersamaan berfikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang mereka miliki.

Administrasi Publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktik dengan tujuan mempromosikan pemahaman terhadap pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial. Administrasi publik berusaha melembagakan praktik-praktik manajemen agar sesuai dengan nilai efektifitas dan efisiensi.

Perbincangan kita mengenai definisi administrasi Negara membawa kita pada dua hal yang mendasar yaitu :

1. Administrasi Negara tidak hanya berkaitan dengan aktivitas Lembaga eksekutif saja.
2. Bahwa administrasi Negara meliputi semua aktivitas manusia yang berkaitan dengan pengaturan sumber daya manusia dan alam yang diperlukan untuk mencapai tujuan masyarakat.

Persoalan yang sering muncul disini apakah administrasi negara itu merupakan seni atau ilmu atukah merupakan seni dan ilmu. Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya administrasi adalah bersifat universal, ia ada bersamaan dengan lahirnya peradaban manusia dan ia berada ditengah-tengah kita, itulah seni. Secara historis, perkembangan administrasi dan manajemen sebagai “seni” didasarkan pada pengetahuan manusia modern sekarang tentang kejadian-kejadian di masa lalu pada kebudayaan tertentu.

Seni dalam bahasa latin adalah “artes”, art (inggris) yang artinya kemampuan/daya cipta yang muncul dari dalam untuk mewujudkan sesuatu atau kemahiran/keterampilan karena pengalaman. Sedangkan sebagai ilmu apabila administrasi negara kita cerna sebagai suatu bidang studi dalam lapanga ilmiah. Disamping itu administrasi negara memenuhi syarat-syarat untuk dapat dikatakan sebagai ilmu. Adapun syarat tersebut adalah :

- a) Tersusun secara sistematis
- b) Obyektif rasional
- c) Menggunakan metode ilmiah
- d) Mempunyai prinsip-prinsip tertentu
- e) Dapat dijadikan teori

Melihat hal tersebut diatas administrasi dengan sendirinya masuk kategori ilmu sosial terapan ( applied social science).

Presthus, menjelaskan bahwa : “ administrasi Negara dikatakan sebagai ilmu dan seni tak kala ia merancang dan melaksanakan kebijakan public “.

Dimock, (1992) mengatakan bahwa : “ sebagai ilmu administrasi Negara membahas setiap aspek-aspek kegiatan pemerintah yang dimaksudkan untuk melaksanakan hukum dan memberikan pengaruh pada kebijaksanaan publik “.

Waldo, (1971) mengatakan bahwa : “ administrasi Negara dikatakan sebagai organisasi dan manajemen dari manusia dan benda

guna mencapai tujuan pemerintah. Administrasi Negara juga dikatakan sebagai seni dan ilmu tentang manajemen yang digunakan untuk mengatur urusan-urusan Negara “.

Administrasi public dilihat dari perspektif paradigma telah mengalami perkembangan yang cukup cepat mulai dari klasik hingga kontemporer. Maka ada empat alasan penting yaitu : *Pertama*, pergeseran orientasi administrasi Negara yang menekan aktivitas Negara menjadi oleh, dan untuk public, dalam artian bahwa pendekatan tidak lagi kepada Negara tetapi lebih kepada public. *Kedua*, pertimbangan sejarah administrasi public dalam berbagai literature selalu digunakan administrasi public (*administration public*) bukan Administrasi Negara (*administration State*). *Ketiga*, pertimbangan akademis itu sendiri yaitu jangan sampai berkembang bahwa interpretasi akademik yang hanya didasarkan oleh makna gabungan kata “administrasi” dan “public”. *Keempat*, pertimbangan bahwa pembahasannya lebih menekankan kepada kepentingan public. (Pasolong Harbani, (2016)

Berikut beberapa definisi Administrasi Negara menurut beberapa ahli :

Chandler & Plano dalam Keban, (2004), mengatakan bahwa :  
 “Administrasi public adalah proses dimana sumber daya dan personel public diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan,

mengimplementasikan, dan mengelola (manage) keputusan-keputusan dalam kebijakan public”.

Peneliti dari beberapa definisi administrasi public, dapat dipahami bahwa administrasi public adalah kerja sama yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintah dalam memenuhi kebutuhan public secara efisien dan efektif, dalam perkembangan ilmu administrasi Negara dan public pun sangat terlihat bahwa administrasi public dalam pelaksanaan bukan hanya melibatkan pemerintah saja tetapi melibatkan 3 elemen yaitu masyarakat, pemerintah dan swasta.

Siagian (1994) mendefinisikan bahwa : “administrasi public merupakan seluruh proses suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dan terlibat dalam usaha kerjasama untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai”.

Handayani, 1985 dalam Simon menyampaikan bahwa : “*administration as the activities of groups cooperating to accomplish common goals*” artinya administrasi publik adalah sebuah aktivitas kelompok yang melakukan kerjasama guna mencapai tujuan bersama.”

Administrasi publik merupakan bentuk kerjasama yang dilakukan oleh seluruh upaya penyelenggaraan pemerintah yang diorganisir dan di koordinasikan untuk kegiatan manajemen pemerintah hingga tercapai tujuan.

Rosenbloom (2005) mengatakan bahwa administrasi publik adalah :

*“public administration is the use of managerial, political, and legal theories and processes to fulfill legislative, executive, and judicial mandate for the provision of governmental regulatory and service function.”* Artinya : “administrasi public merupakan pemanfaatan teori-teori dan proses-proses manajemen public, politik dan hukum untuk memenuhi mandat pemerintah dalam rangka fungsi-fungsi pengaturan dan pelayanan”.

Pada dasarnya administrasi dengan administrasi publik mempunyai kesamaan, akan tetapi administrasi lebih cenderung pada hal yang bersifat umum, sedangkan administrasi publik lebih kepada aktifitas kenegaraan.

### **2.1.3. Kajian Terhadap Middle Teori**

Middle Teori merupakan teori yang berada pada level menengah dimana fokus kajiannya makro dan mikro

#### **2.1.3.1. Tinjauan tentang Kualitas dan Pelayanan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam blog yang ditulis oleh Rosianasfar (2013), kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Berkualitas diartikan bahwa sesuatu mempunyai kualitas atau mutu yang baik. Definisi kualitas secara internasional (BS EN ISO 9000:2000) adalah tingkat yang menunjukkan serangkaian karakteristik yang melekat dan memenuhi ukuran tertentu (Dale, 2003:4)

American Society For Quality Control, dalam Sari dan aksa, (2011:103-104), mengatakan bahwa : “ kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten,



dan dengan kata lain kualitas suatu produk / jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya “.

Deming (1982) mengatakan bahwa “kualitas harus bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan sekarang dan di masa mendatang.” Hal ini berarti bahwa kualitas harus didasarkan pada kepuasan pelanggan itu sendiri

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.

Persepektif TQM (Total Quality Management), kualitas dipandang secara lebih luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Hal ini jelas tampak dalam definisi bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, menurut Lukman definisi kualitas bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategik. Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, dimana kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

#### **2.1.3.2. Konsep Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan.

Kualitas merupakan suatu tingkatan baik atau buruknya sesuatu. Goetsh dan davis dalam Arif (2006 : 117) mengemukakan bahwa “ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Sampara (2000 : 76) mengatakan bahwa kualitas sebagai : “Standar yang harus dicapai oleh seorang/kelompok/lembaga/organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti merumuskan kepada yang dilayani, baik internal maupun eksternal dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan/persyaratan pelanggan/masyarakat.”

Kualitas merupakan suatu mutu atau tingkatan baik buruknya sesuatu yang memiliki keterkaitan dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan manusia pada aspek proses lingkungan.

Sampara (2006:243) mengemukakan bahwa pelayanan merupakan “Kegiatan atau urutan kegiatan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

Pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan yang diperlukan oleh seseorang, pelayanan ini dilakukan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan pelanggan dan dapat memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan.

Gronroos (1990:27) menterjemahkan pelayanan sebagai berikut: “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 yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan”.

Sedangkan Sampara (2006:243) mengemukakan bahwa pelayanan merupakan “Kegiatan atau urutan kegiatan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

Pelayanan merupakan aktivitas atau kegiatan individu atau kelompok dalam bentuk memberikan layanan barang maupun jasa yang dilakukan baik secara langsung atau tidak langsung yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan mengacu pada tingkat keunggulan atau kebaikan dalam menyediakan layanan kepada pelanggan atau konsumen. Kualitas pelayanan publik dipandang berhasil jika dapat memberikan dampak terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Tingkat kualitas pelayanan public tidak hanya dapat dilihat dari proses pelayanan yang dilandaskan pada prosedur dan peraturan saja, akan tetapi yang jauh lebih penting adalah bagaimana produk pelayanan yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan terhadap masyarakat yang dilayani.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Penelitian Servqual, 1990) mengartikan bahwa “kualitas pelayanan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan”. Menurut mereka, kualitas pelayanan yang baik tercapai ketika persepsi pelanggan melebihi harapan.

Philip Kotler mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kepuasan pelanggan yang tercipta melalui pemenuhan atau melebihi harapan pelanggan. Baginya, kualitas pelayanan adalah kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Gronroos menyatakan bahwa : “kualitas pelayanan melibatkan interaksi langsung antara penyedia layanan dan pelanggan. Kualitas pelayanan dinilai berdasarkan bagaimana penyedia layanan mengelola proses interaksi tersebut.”

kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

### **2.1.3.3. Kualitas Pelayanan Publik**

Ibrahim (2008) kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

Kualitas pelayanan publik merupakan sebuah kondisi yang dinamis yang terkait dengan berbagai elemen seperti produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan di mana penilaian kualitasnya dibuat pada saat layanan publik diberikan. Ini menunjukkan bahwa evaluasi kualitas pelayanan publik tidak hanya bergantung pada satu aspek saja, tetapi melibatkan berbagai faktor yang berubah seiring waktu dan situasi

Alawiyah, (2018) mengatakan bahwa : “ Pelayanan publik memiliki sebuah konsep yang bertujuan untuk memberikan bantuan atas kendala yang dialami kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh seseorang atau kelompok maupun birokrasi “. Bisa dikatakan bahwa pada dasarnya pelayanan publik diharapkan mampu memberi harapan lebih kepada masyarakat.

Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Pelayanan publik memiliki tujuan untuk memberikan bantuan dalam mengatasi kendala yang dialami oleh masyarakat, baik oleh individu, kelompok, maupun birokrasi. Konsep ini didasarkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian layanan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan publik diharapkan dapat memberikan harapan lebih kepada masyarakat melalui kualitas layanan yang baik.

Sinambela (2008:6) secara teoritik menjelaskan bahwa : “ tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat, untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari: transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak, keseimbangan hak dan kewajiban “.

Standar Kualitas Pelayanan Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik, standar kualitas pelayanan sekurang kurangnya meliputi : prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana, kompetensi petugas pemberi pelayanan publik.

#### **2.1.3.4. Fungsi dan Tujuan Kualitas Pelayanan**

Fungsi pelayanan diberikan kepada konsumen yang berfungsi untuk lebih memberikan perasaan nyaman dan kepuasan maksimal kepada konsumen. Dengan demikian konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat usaha kedua atau bahkan lebih. Hal ini berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan.

Kualitas pelayanan bisa dimaksimalkan melalui berbagai cara. Seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan profesional. Semua pekerja harus kompak memiliki perasaan agar bisa menjaga profesionalitas. Meskipun tidak semua konsumen bisa belanja dengan sikap baik, sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai lebih. Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, Serta dapat menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

#### **2.1.3.5. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan jasa memiliki beberapa dimensi, walaupun antara satu bidang jasa dengan jasa lainnya mempunyai sedikit perbedaan mengenai dimensi yang membentuk kualitas suatu jasa, namun beberapa penelitian menunjukkan adanya kesamaan atau kemiripan dalam dimensi yang melandasi terbentuknya suatu kualitas jasa.

Zeithaml et.al (1990:19) mengemukakan 10 (sepuluh) dimensi kualitas pelayanan, yaitu: (1) *access*, (2) *communication*, (3) *competence*, (4) *courtesy*, (5) *credibility*, (6) *reliability*, (7) *responsiveness*, (8) *security*, (9) *understanding*, dan (10) *tangibles*. Akan tetapi, pada perkembangannya, sepuluh dimensi tersebut di sederhanakan menjadi 5 (lima) dimensi, yaitu : (1) *Tangibles*, (2) *Reliability*, (3) *Responsiveness*, (4) *Assurance*, dan (5) *Empathy*.

##### **1. Bukti Fisik (*Tangible*)**

*Tangible* yaitu kualitas pelayanan terlihat dari faktor yang tampak dengan mata. Tampak secara fisik atau sesuatu yang kelihatan dan terbukti langsung tampak seperti tampilan kantor

(fasilitas fisik) yang terlihat mulai dari lokasi gedung, pekarangan, tempat parkir, kenyamanan ruangan pelayanan, bahan komunikasi penyedia jasa, kelengkapan fasilitas yang disediakan, kelengkapan fasilitas yang disediakan, dan petugas pelayanan serta alat-alat untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

2. Keandalan (*Reliability*)

*Reliability* yaitu kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya. Kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan yang telah ditawarkan dapat diandalkan, dengan syarat layanan harus akurat dan konsisten, serta dijamin baik produknya maupun pelayanan petugasnya. Atau memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dengan segera, akurat, memuaskan serta tepat waktu.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

*Responsiveness*, adalah kesanggupan untuk membantu dengan keikhlasan untuk memberikan layanan atau memiliki kepekaan yang tinggi terhadap konsumen yang diikuti dengan bertindak yang tepat sesuai dengan kebutuhan. *Responsiveness* juga danya keinginan para petugas pemberi layanan bahwa mereka senang untuk membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat kepada para konsumennya.

4. Jaminan (*Assurance*)

*Assurance*, yaitu kemampuan dalam memberikan jaminan keamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga tidak ada keraguan-keraguan timbulnya kesalahan dalam pemberian layanan. Bahwa petugas pemberi layanan adalah orang yang kompeten, dapat dipercaya dan memiliki identitas sebagai petugas dan sebagai petugas memiliki kemampuan untuk menjaga kepercayaan dan kerahasiaan .

5. Empati (*Emphaty*)

*Emphaty* adalah merasakan apa yang orang lain rasakan, mereka benar-benar memberikan perhatian yang besar dan khusus, dan berusaha untuk mengerti dan memahami apa keinginan, kemauan dan kebutuhan pelanggan. Atau memiliki sikap yang tegas, tetapi penuh perhatian (atensi) terhadap pelanggan atau dapat merasakan seperti yang dirasakan pelanggan. Ada kepedulian dengan penuh perhatian secara individual terhadap pelanggan.



### 2.1.3.6. Bentuk Kualitas Pelayanan

Pelayanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari hal-hal seperti berikut ini :

- a. Layanan dengan lisan, layanan dengan lisan biasanya dilakukan oleh petugas-petugas dibidang Hubungan Masyarakat (Humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan.
- b. Layanan dengan tulisan  
Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah, tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya layanan melalui tulisan efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan adalah faktor kecepatan dalam pengolahan maupun dalam proses penyelesaiannya.

### 2.1.4. Tinjauan tentang Kepuasan Pelanggan

Kamus Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa Kepuasan 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. Kepuasan merupakan tingkatan di mana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa.

Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas. Kepuasan pelanggan ini menjadi dasar terwujudnya konsumen yang loyal atau setia. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen.

Yamit, (2002:78), mengatakan bahwa : “pelanggan/konsumen umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan, kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya”.

Kepuasan adalah hasil dari akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi instansi yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi.

Aditia & Suhaji, (2013) menatakan bahwa : “kepuasan akan terjadi jika sebuah instansi mampu menyediakan jasa maupun produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan serta pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui”.

Semua usaha yang dilakukan instansi diarahkan untuk menciptakan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tidak mungkin orang akan melakukan pembelian ulang suatu produk kalau pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka terima. Tidak ada gunanya mengubah desain produk dan desain proses

kalau bukan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari kenyataan diatas nampak bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang penting bagi kelangsungan hidup sebuah instansi untuk bertahan dalam persaingan yang semakin tinggi.

Berdasarkan definisi kepuasan pelanggan tersebut, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan.

Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subyektif dari hasil yang diperolehnya. Harapan pelanggan Merupakan referensi standar kinerja pelayanan, dan sering kali diformulasikan berdasarkan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan terjadi. Harapan pelanggan bersumber dari faktor pemasaran yang terkendali seperti harga, promosi dan faktor-faktor yang sulit dikendalikan oleh departemen pemasaran seperti kebutuhan pelanggan, komunikasi dari mulut ke mulut, penawaran dari pesaing dan sebagainya.

Yamit, (2002:78) Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik karena masyarakat adalah konsumen dari produk layanan yang dihasilkannya.

Kepuasan berasal dari Bahasa latin yaitu satis yang berarti cukup baik atau memadai, dan kata facio/facere yang berarti melakukan dan membuat. Maka kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai.

Bean et al, dalam Sedarmayanti (2009: 264-265) mengemukakan bahwa :

“Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan merasakan kinerja di bawah harapan, pelanggan akan kecewa; kinerja sesuai harapan, pelanggan akan; kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira”.

Perwujudan kepuasan pelanggan pada suatu organisasi mampu memahami dan mengetahui bagaimana upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, maka pelanggan dapat merasakan produk pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggannya.

Kotler (2003:134) yang menterjemahkan kepuasan pelanggan sebagai “perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau harapan-harapannya”.

Kepuasan pelanggan dapat dilihat pada hasil perbandingan antara tingkat kinerja yang dicapai oleh penyelenggaraan pelayanan dengan harapan pengguna layanan. Maka jika tingkat kinerja sebanding dengan harapan pengguna layanan, sehingga kepuasan pelanggan dapat terwujud.

Tjiptono (2005:129) mengemukakan bahwa “kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi”. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pasien atau pelanggan merupakan merujuk pada tingkat kepuasan yang

dirasakan oleh pasien terhadap pelayanan kesehatan atau perawatan medis yang mereka terima.

Gerson (2002) mengatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapan telah terpenuhi atau terlampaui, jika pelanggan berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik.”

Kepuasan pelanggan yaitu dimana seseorang akan merasa puas jika kebutuhannya dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapan seorang pelanggan.

#### **2.1.4.1. Elemen Kepuasan Pelanggan**

Tjiptono, (2014:358-361) menjelaskan pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama, yaitu:

- a. **Barang dan Jasa Berkualitas**  
Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu berlaku prinsip “quality comes first, satisfaction programs follow”. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Seringkali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga yang lebih mahal.
- b. **Relationship Marketing**  
Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (repeat business) dan menciptakan loyalitas pelanggan.  
Tentu saja penerapan konsep relationship marketing mengandung risiko. Perusahaan yang menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan biasanya menerapkan harga premium untuk layanan yang lebih superior. Hal ini menyebabkan perusahaan bersangkutan rentan terhadap kompetisi harga dengan perusahaan-perusahaan berharga murah dengan menawarkan layanan lebih sedikit. Selain itu, mungkin pula terjadi situasi di mana pelanggan mengalihkan pesannya yang besar dan relatif lebih mudah dipenuhi kepada pesaing berharga murah

yang berspesialisasi pada transaksi semacam itu, sementara menyerahkan pesanan yang lebih kecil dan lebih sukar dipenuhi kepada perusahaan layanan superior. Relasi semacam ini harus diperbaiki atau diakhiri.

- c. Program Promosi Loyalitas
 

Program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya, program ini memberikan semacam „penghargaan“ (rewards) khusus (seperti bonus, diskon, voucher, dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan) kepada pelanggan kelas kakap atau pelanggan rutin agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.
- d. Fokus pada Pelanggan Terbaik (best customers)
 

Sekalipun program promosi loyalitas beraneka ragam bentuknya, namun semuanya memiliki kesamaan pokok pada pelanggan yang paling berharga. Program-program semacam itu berfokus pada 20 persen dari pelanggan yang secara rutin mengkonsumsi 80 persen dari penjualan (sesuai dengan prinsip Pareto). Namun, pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk heavy users. Tentu saja mereka berbelanja banyak, namun kriteria lainnya menyangkut pembayaran yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka telah sangat paham mengenai cara berinteraksi dengan perusahaan), dan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas ketimbang terus menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah).
- e. Sistem Penanganan Komplain secara Efektif
 

Fakta menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan mengalami berbagai macam masalah, setidaknya berkaitan dengan konsumsi beberapa jenis produk, waktu penyampaian, atau layanan pelanggan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus memiliki sistem penanganan komplain yang efektif.

Sistem penanganan yang efektif membutuhkan beberapa aspek seperti: permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang mereka alami, empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah/keluhan, dan kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan dalam rangka menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan dan komplain.
- f. Program Pay-For-Performance
 

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya. Dengan kata lain, total customer satisfaction harus didukung pula dengan total quality reward yang mengkaitkan sistem

penilaian kinerja dan kompensasi dengan kontribusi setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.

#### **2.1.4.2. Konsep Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Tjiptono, dalam Anggraini, (2016), menjelaskan bahwa :

.... konsep Pengukuran Kepuasan Pelanggan terdiri atas :

- a. **Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)**  
Langsung menanyakan ke terhadap produk atau jasa spesifik tertentu adalah cara pengukuran kepuasan pelanggan paling sederhana. Ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing pada pelanggan seberapa puas mereka.
- b. **Dimensi Kepuasan Pelanggan**  
Proses ini terdiri dari atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti harga, kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
- c. **Konfirmasi Ekspektasi (Confirmation of Expectations)**  
Kepuasan dalam konsep ini tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan konfirmasi antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
- d. **Niat Beli Ulang (Repurchase Intent)**  
Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan membeli produk yang sama lagi atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi .
- e. **Kesediaan Untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend)**  
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, asuransi jiwa, tur keliling dunia, jasa wedding planner, dan sebagainya), kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan

produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

f. Ketidakpuasan Pelanggan (Customer Dissatisfaction)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif dan customer defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor: 129/Menkes/SK/II/2008 tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit, standar tingkat kepuasan pasien rawat inap terhadap pelayanan yang diberikan adalah  $\geq 90\%$ . Jika tingkat kepuasan lebih dari atau sama dengan 90%, maka dikatakan pasien merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Namun jika tingkat kepuasan kurang dari 90%, maka pasien belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit.

#### **2.1.4.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Fais Satrianegara, (2014) mengatakan bahwa :

manfaat yang dapat diperoleh bila mengutamakan kepuasan pasien, manfaat tersebut adalah:

- a. Rekomendasi medis untuk kesembuhan pasien akan dengan senang hati diikuti oleh pasien yang merasa puas terhadap pelayanan rumah sakit.
- b. Terciptanya citra positif dan nama baik rumah sakit karena pasien yang puas tersebut akan memberitahukan kepuasannya kepada orang lain. Hal ini menguntungkan rumah sakit karena termasuk pemasaran yang tidak langsung.
- c. Citra Puskesmas/Rumah Sakit akan menguntungkan secara sosial dan ekonomi karena jumlah pasien yang meningkat untuk berobat dan ingin mendapatkan pelayanan yang memuaskan seperti apa yang mereka dengar dari orang lain maupun berita.
- d. Berbagai pihak yang berkepentingan seperti asuransi akan mudah mempercayai rumah sakit yang memiliki citra positif.
- e. Di dalam Puskesmas/Rumah Sakit yang berusaha mewujudkan kepuasan pasien akan diwarnai dengan situasi pelayanan yang



menjunjung hak-hak pasien. Puskesmas/Rumah Sakit pun berusaha sedemikian rupa sehingga malpraktik tidak terjadi

#### **2.1.4.4. Komponen Kepuasan Pelanggan**

Yamit, (2002:81) menjelaskan bahwa : komponen kepuasan pasien diukur meliputi :

- a. Pelayanan medis adalah pelayanan yang diberikan oleh para Dokter.
- b. Pelayanan perawatan adalah pelayanan yang diberikan oleh perawat.
- c. Sarana/fasilitas adalah keberadaan alat dan perlengkapan serta lingkungan yang ada di ruang rawat inap yang dirasakan pasien selama dalam pengobatan dan perawatan di puskesmas.
- d. Pelayanan administrasi adalah pelayanan surat untuk masuk rumah sakit, pengurusan surat pulang dari puskesmas, pengurusan surat untuk mengambil obat ataupun surat untuk suatu tindakan medis di puskesmas

Gerson (2002 : 61) menjelaskan bahwa ada lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kecepatan pelayanan, dilihat dari kecepatan memberikan tanggapan, penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan.
2. Keramahan petugas, dilihat dari perilaku sopan santun, tutur kata, penampilan yang menarik.
3. Pengetahuan petugas, mampu menjelaskan dengan memuaskan, memberikan advokasi dan alternatif solusi.
4. Jumlah pelayanan yang tersedia, yaitu rasio-rasio tempat pelayanan dengan yang dilayani atau rasio jumlah aparat dengan yang dilayani
5. Tampilan formalitas, dilihat dari ketersediaan sarana pendukung, kerapian dan kenyamanan tempat kerja.

#### 2.1.4.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Adapun hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menurut Merry Setia Kusuma Putri dan Setiyo Budiadi (2013) dalam penelitiannya mengatakan sebagai berikut :

1. Hubungan *tangible* terhadap Kepuasan Pelanggan  
Hubungan bukti fisik dengan kepuasan konsumen adalah bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. *Tangible* memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap bukti fisik maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap bukti fisik buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.
2. Hubungan *reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan  
*Reliability* mempunyai hubungan yang kuat dan searah dengan kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.
3. Hubungan *assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan  
*Assurance* mempunyai hubungan yang cukup kuat dan searah dengan kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap jaminan buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.
4. Hubungan *emphaty* terhadap Kepuasan Pelanggan  
*Emphaty* mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap empati yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap empati buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.
5. Hubungan *responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan  
*Responsiveness* mempunyai hubungan yang cukup kuat dan searah dengan kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Guna mempermudah pemecahan masalah laporan dalam suatu penelitian ini memerlukan anggarapan dasar atau kerangka pemikiran, yaitu berupa teori dari para ahli, atau kajian mendalam dengan menggunakan indikator-indikator yang mengukur kualitas pelayanan. Tjiptono dan Chandra (2012:74) kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas, maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai perbandingan, karena kualitas pelayanan dapat dikatakan berhasil jika dapat memebrikan dampak terhadap kebutuhan masyarakat.

Untuk mencapai hal tersebut Zeithaml et.al (1990:19) mengemukakan 10 (sepuluh) dimensi kualitas pelayanan, yaitu: (1) *access*, (2) *communication*, (3) *competence*, (4) *coutesy*, (5) *credibility*, (6) *realibility*, (7) *responsiveness*, (8) *security*, (9) *understanding*, dan (10) *tangibles*. Akan tetapi, pada perkembangannya, sepuluh dimensi tersebut di sederhanakan menjadi 5 (lima) dimensi, yaitu : (1) *Tangibles*, (2) *Realibility*, (3) *Responsiveness*, (4) *Assurance*, dan (5) *Empathy*.

### 1. Bukti Fisik (*Tangible*)

*Tangible* yaitu kualitas pelayanan terlihat dari faktor yang tampak dengan mata. Tampak secara fisik atau sesuatu yang kelihatan dan terbukti langsung tampak seperti tampilan kantor (fasilitas fisik) yang terlihat mulai dari lokasi gedung, pekarangan, tempat parker, kenyamanan ruangan pelayanan, bahan komunikasi penyedia jasa, kelengkapan fasilitas yang disediakan, kelengkapan fasilitas yang disediakan, dan petugas pelayanan serta alat-alat untuk menunjang pelaksanaan pelayanan.

### 2. Keandalan (*Reliability*)

*Reliability* yaitu kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya. Kemampuan untuk memenuhi janji sesuai dengan yang telah ditawarkan dapat diandalkan, dengan syarat layanan harus akurat dan konsisten, serta dijamin baik produknya maupun pelayanan petugasnya. Atau memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dengan segera, akurat, memuaskan serta tepat waktu.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

*Responsiveness*, adalah kesanggupan untuk membantu dengan keikhlasan untuk memberikan layanan atau memiliki kepekaan yang tinggi terhadap konsumen yang diikuti dengan bertindak yang tepat sesuai dengan kebutuhan. *Responsiveness* juga danya keinginan para petugas pemberi layanan bahwa mereka senang untuk membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat kepada para konsumennya.

4. Jaminan (*Assurance*)

*Assurance*, yaitu kemampuan dalam memberikan jaminan keamanan dalam mendapatkan pelayanan sehingga tidak ada keraguan-keraguan timbulnya kesalahan dalam pemberian layanan. Bahwa petugas pemberi layanan adalah orang yang kompeten, dapat dipercaya dan memiliki identitas sebagai petugas dan sebagai petugas memiliki kemampuan untuk menjaga kepercayaan dan kerahasiaan .

5. Empati (*Emphaty*)

*Emphaty* adalah merasakan apa yang orang lain rasakan, mereka benar-benar memberikan perhatian yang besar dan khusus, dan berusaha untuk mengerti dan memahami apa keinginan, kemauan dan kebutuhan pelanggan. Atau memiliki sikap yang tegas, tetapi penuh perhatian (atensi) terhadap pelanggan atau dapat merasakan seperti yang dirasakan pelanggan. Ada kepedulian dengan penuh perhatian secara individual terhadap pelanggan.

Gerson (2002) kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapan telah terpenuhi atau terlampaui, jika pelanggan berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik.

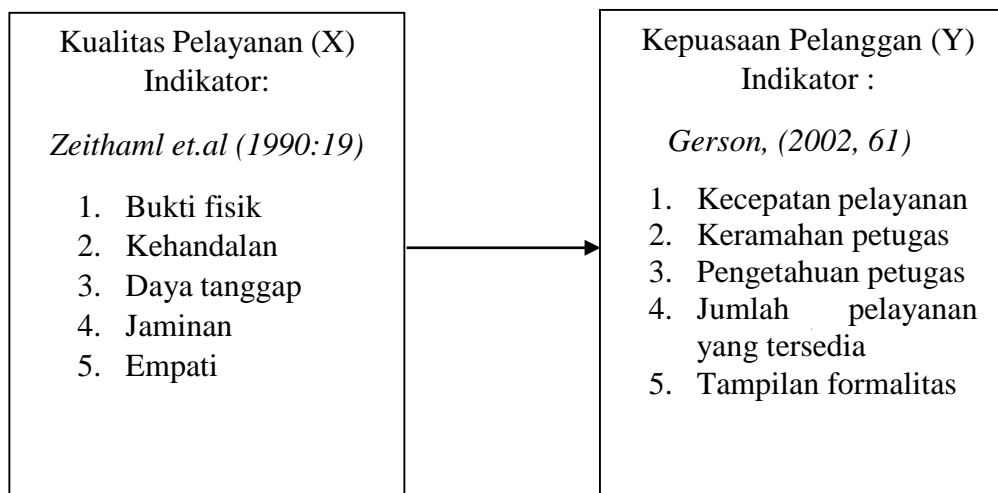
Gerson (2002 : 61) menjelaskan bahwa ada lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kecepatan pelayanan, dilihat dari kecepatan memberikan tanggapan, penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan.
2. Keramahan petugas, dilihat dari perilaku sopan santun, tutur kata, penampilan yang menarik.
3. Pengetahuan petugas, mampumenjelaskan dengan memuaskan, memberikan advokasi dan alternatif solusi.
4. Jumlah pelayanan yang tersedia, yaitu rasio-rasio tempat pelayanan dengan yang dilayani atau rasio jumlah aparat dengan yang dilayani
5. Tampilan formalitas, dilihat dari ketersediaan sarana pendukung, kerapihan dan kenyamanan tempat kerja.

Kerangka pemikiran untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas

Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Puskesmas Kecamatan Rancaekek

Kabupaten Bandung. Peneliti memilih menggunakan teori Kualitas Pelayanan dari menurut Menurut Zeithaml et.al (1990:19). Dan menggunakan teori Kepuasan pelanggan dari Gerson (2002 : 61).



**Gambar : 1**  
**Paradigma Pemikiran**

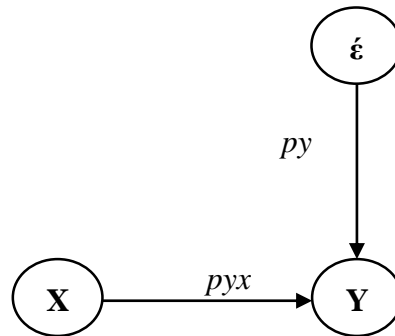
### 2.3. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Puskesmas Kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung “**

$H_0 : \rho_s = 0$  yaitu Kualitas Pelayanan : Kepuasan Pelanggan = 0, Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan tidak ada perbedaan pengaruh.

$H_1 : \rho_s \neq 0$  yaitu Kualitas Pelayanan : Kepuasan Pelanggan  $\neq 0$ , Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ada perbedaan pengaruh.



**Gambar : 2.2**

**Paradigma Penelitian**

Keterangan Keterangan:

1. X = Kualitas Pelayanan
2. Y = Kepuasan Pasien
3.  $\epsilon$  = Variabel lain diluar variabel Kualitas Pelayanan yang tidak diukur yang mempengaruhi variable kinerja pegawai.
4.  $\rho_{yx}$  = Besarnya pengaruh dari variable Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien
5.  $\rho_y$  = Besarnya pengaruh dari variable lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian.