BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. **Nor Aida (2021) Program Studi Administrasi Publik, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai** dalam penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Puskesmas Pagat Kecamatan Batu Benawa Kabupaten Hulu Sungai Tengah".** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat dan faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan masyarakat. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat di Puskesmas Pagat.Nilai koefisien yang diperoleh sebesar 0,919, ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 0,919 nilai tersebut termasuk pada kategori sangat kuat. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,671, yang berarti setiap penambahan 1% maka nilai kepuasan masyarakat bertambah sebesar 0,671, koefisien regresi tersebut bernilai positif.Secara simultan variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan nilai F sebesar 423,052.

Koefisien determinasi sebesar 0,844 menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 84,4% sedangkan sisanya sebesar 15,6% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas pelayanan. Dari hasil uji t, diperoleh t-hitung sebesar 20,568 dan nilai signifikan 0,000< 0,05 yang berarti ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat. Faktor dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah indikator tangibles yang memperoleh rata-rata sebesar 3,8. Untuk meni ngkatkan kualitas pelayanan pada Puskesmas Pagat maka disarankan terutama untuk seluruh pihak Puskesmas/pegawai Puskesmas Pagat untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan terutama dalam memberikan jaminan waktu dalam pelayanan dan petugas tidak mementingkan kepentingan sendiri, serta memahami kepuasan pasien.

2. **Suhailah (2018) Pogram Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.** Dalam penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjung Balai**". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan kepedulian (emphaty) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang terdaftar sebagai PDAM Tirta Kualo Kota tanjungbalai.

Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : Y = 0,271 X1 + 0,197 X2 + 0,201 X3 + 0,316 X4 + 0,165 X5. Berdasarkan analisis data statistik, 10 indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masingmasing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel assurance dengan koefisien regresi sebesar 0,316, lalu tangible dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan responsiveness dengan koefisien regresi sebesar 0,201, dan reliability dengan koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah emphaty dengan koefisien regresi sebesar 0,165. PDAM Tirta Kualo harus perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

B. Tinjauan Teoritis

1. Pelayanan

a. Definisi pelayanan

Pelayanan adalah sebuah kegiatan atau serangkaian kegiatan yang harus dilakukan oleh individu, kelompok, atau lembaga untuk

memenuhi kebutuhan orang lain, bisa dalam bentuk barang, jasa, atau layanan administratif. Pelayanan bisa diberikan oleh pihak publik maupun swasta, dengan tujuan agar penerima layanan merasa lebih mudah dan puas.

Menurut Rachman (2021:6), pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang terjadi dalam interaksi langsung antara individu dengan individu lain atau dengan sistem, baik secara fisik maupun digital, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan didefinisikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Sementara itu, kata melayani diartikan sebagai tindakan membantu dalam menyiapkan atau mengurus sesuatu yang dibutuhkan seseorang.

Dalam manajemen dan administrasi publik, pelayanan merupakan aspek utama yang mencerminkan sejauh mana kualitas hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Pelayanan yang baik mencerminkan pemerintahan yang responsif, transparan, dan akuntabel dalam memenuhi kebutuhan warganya.

Menurut Indrasari (2019:57), pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Melalui pelayanan ini, keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam KBBI, pelayanan dijelaskan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani berarti membantu menyiapkan apa yang ingin dibutuhkan seseorang. Pada

hakekatnya, pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, serta proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut Muliaty (2016), pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan atau proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian tindakan, aktivitas tidak berwujud yang ditawarkan satu pihak, atau proses yang dilakukan oleh individu, organisasi, atau institusi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan atau masyarakat melalui interaksi langsung, baik antar manusia maupun teknologi, dengan tujuan memberikan nilai, kepuasan, kenyamanan, menyelesaikan masalah konsumen atau pelanggansecara maksimal, serta solusi yang efektif, efisien, dan memuaskan. Di Indonesia, pelayanan juga menekankan aspek efisiensi, efektivitas, dan transparansi dalam konteks publik maupun privat.

b) Prinsip-prinsip Pelayanan

Prinsip pelayanan adalah pedoman utama yang digunakan untuk memastikan setiap layanan yang diberikan kepada pelanggan atau masyarakat berjalan dengan baik. Prinsip ini membantu pelayanan dilakukan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan

standar yang telah ditentukan. Prinsip-prinsip ini mencakup beberapa aspek seperti ketepatan waktu, keandalan, transparansi, empati, serta inovasi dalam memberikan layanan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, dan menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi masyarakat. Selain itu, penerapan prinsip pelayanan yang baik juga membantu meningkatkan kredibilitas organisasi atau instansi yang bertanggung jawab dalam memberikan layanan.

Menurut Pedoman Umum Pelaksanaan Pelayanan Publik dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/Kep/M.PAN/7/2003, prinsip pelayanan publik terdiri dari beberapa poin berikut:

1) Kesederhanaan adalah cara pelayanan publik yang tidak rumit, mudah dipahami dan dilakukan.
2) Kejelasan adalah syarat teknis dan administratif, unit kerja atau pejabat yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan serta menyelesaikan keluhan, masalah, atau sengketa dalam pelayanan publik, beserta rincian biaya dan cara pembayaran.
3) Kepastian waktu adalah pelayanan publik dapat selesai dalam waktu yang telah ditentukan.
4) Akurasi adalah hasil pelayanan publik benar, tepat, dan sah.

5) Keamanan adalah proses dan hasil pelayanan memberikan rasa aman serta kepastian hukum.
6) Tanggung jawab adalah pimpinan atau pejabat yang menangani pelayanan publik bertanggung jawab atas pelaksanaannya serta penyelesaian keluhan atau masalah.
7) Kelengkapan sarana dan prasarana adalah tersedianya alat kerja, fasilitas pendukung, dan sarana teknologi telekomunikasi serta informatika yang cukup.
8) Kemudahan akses adalah tempat pelayanan yang mudah dijangkau dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi serta informatika.
9) Kediplinan, kesopanan, dan keramahan adalah pelayanan yang diberikan dengan sikap sopan, ramah, serta ikhlas.
10) Kenyamanan lingkungan adalah lingkungan pelayanan yang tertib, rapi, serta dilengkapi dengan ruang tunggu yang nyaman, bersih, indah, dan sehat, serta fasilitas pendukung seperti tempat parkir, toilet, dan tempat ibadah.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi yang disebutkan dalam Indrasari

(2019:62), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dialami oleh pelanggan. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kita perlu membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dengan harapan mereka sebenarnya. Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dan mendapat perhatian serius dari perusahaan, karena melibatkan seluruh sumber daya perusahaan.

Di sektor pelayanan publik, seperti PT. Tirta Agung Telaga Silaba, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan masyarakat. PT. Tirta Agung Telaga Silaba bertugas menyediakan air bersih yang layak untuk pelanggan. Oleh karena itu, aspek keandalan dan responsivitas sangat penting. Masyarakat mengharapkan layanan distribusi air yang konsisten, respons cepat terhadap keluhan, serta transparansi dalam sistem pembayaran dan penyelesaian masalah teknis. Jika PT. Tirta Agung Telaga Silaba dapat memberikan pelayanan yang sesuai atau bahkan lebih baik dari harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan masyarakat akan meningkat, yang berdampak positif pada kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri.

Dengan memahami faktor-faktor yang membentuk kualitas pelayanan, sebuah organisasi dapat meningkatkan efektivitas layanannya dan membangun hubungan lebih baik dengan pelanggan atau masyarakat. Karena itu, pengukuran dan peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas bagi setiap penyedia jasa, baik di sektor publik maupun swasta.

Selanjutnya Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono dalam (Hardiansyah 2018:72-73), Kualitas Pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: Bukti langsung *(Tangibles*), Kehandalan *(Reliability*), Daya tanggap *(Responsiviness)*, Jaminan *(Assurance)*, dan Empati *(Empaty).*

Bukti Langsung *(Tangibles)* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kehandalan *(Reliability)* yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Daya tanggap *(Responsiviness)* yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Jaminan *(Assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki para staf;bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Empati *(Empaty)* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

3. Kepuaasan Maysrakat

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa Latin "statis", yang berarti cukup baik, dan "factio", yang berarti usaha untuk memenuhi sesuatu. Dalam konteks ini, kepuasan masyarakat menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu badan usaha karena masyarakat berperan sebagai konsumen dari produk yang dihasilkan.

Kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan senang atau

kecewa yang dirasakan oleh masyarakat setelah membandingkan harapan mereka dengan realitas layanan yang diterima. Jika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka masyarakat akan merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan tidak memenuhi harapan, maka masyarakat akan merasa kecewa atau tidak puas.

Kepuasan masyarakat terbentuk dari pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau individu dan merupakan respon terhadap kinerja organisasi publik. Faktor utama yang menentukan kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas jasa, di mana tingkat kepuasan dipengaruhi oleh pelayanan publik yang diterima. Sebagai penyedia layanan, pemerintah bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, karena mutu pelayanan yang rendah dapat menciptakan citra buruk di tengah masyarakat.

Kepuasan bisa diartikan sebagai “usaha untuk memenuhi sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Masyarakat merupakan pelanggan utama yang memperoleh pelayanan. Pelayanan yang terbaik akan diberikan oleh pegawai pemerintahan untuk mencapai kepuasan masyarakat.

Menurut Arip Budiman (2022), mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seperti senang atau kekecewaan seseorang terhadap produk yang ditawarkan dengan ekspetasi yang diharapkan, kepuasan masyarakat merupakan tingkat perasaan masyarakat yang timbul sebagai akibat dari pelayanan yang diperolehnya setelah masyarakat

membandingkan dengan apa yang diharapkan. Kepuasan masyarakat akan terlihat dari seberapa baik kualitas pelayanan yang di dapat atau dirasakan oleh pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan baik.

Kepuasan Konsumen menurut Lupiyoadi 2001 dalam (Indasari 2019 90:91). Lupiyoadi menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen:

a. Kualitas produk. Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhanya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
b. Kualitas Pelayanan. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
c. Emosional. Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal. Dalam konteks layanan PT. Tirta Agung, faktor emosional diartikan sebagai tingkat kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan air bersih yang diberikan PT. Tirta Agung.
d. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

e. Biaya . Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

4. Faktor-fakor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Kualitas layanan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan cara layanan diberikan dan diterima oleh masyarakat atau pelanggan. Faktor-faktor ini membantu menciptakan layanan yang efektif, efisien, dan mampu memenuhi kebutuhan serta harapan penerima layanan. Berikut adalah beberapa faktor utama yang memengaruhi kualitas layanan:

1. Keandalan

Kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji dengan segera, tepat, dan memuaskan. Artinya perusahaan menyajikan jasanya tepat dari awal. Selain itu, perusahaan harus memenuhi janjinya, seperti menyampaikan produk sesuai jadwal yang disepakati (Mahmudin, 2022).

2. Daya Tanggap

Menunjukkan kemauan dan komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan tepat waktu. Daya tanggap tidak hanya tentang kecepatan pelayanan, tetapi juga semangat perusahaan atau karyawan dalam membantu pelanggan (Sinollah & Masruro, 2019).

3. Jaminan

Kemampuan memberikan rasa aman terhadap bahaya, risiko, atau keraguan serta kepastian, yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap yang dapat dipercaya dari karyawan (Saputra, 2021).

4. Empati

   Kepedulian dan perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan. Intinya adalah menunjukkan bahwa pelanggan itu penting dan kebutuhan mereka bisa dipahami (Alaan, 2016).

5. Fasilitas dan Insfrastruktur

   Sarana dan prasarana yang tersedia untuk menyuport pelayanan maksimal kepada pelanggan. Infrastruktur adalah bentuk fisik yang memenuhi kebutuhan dasar untuk mendukung sistem sosial dan ekonomi masyarakat (Angestiw & Milania, 2023).

6. Transparansi

   Penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Jika informasi disampaikan jelas dan terbuka, maka kepercayaan pelanggan meningkat, kesalahpahaman berkurang, dan pelayanan lebih efektif serta efisien. Semakin jelas informasi yang disampaikan, semakin baik kualitas layanan (Andika, *et al*., 2023).

7. Kepuasan Karyawan

   Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan karyawan (Lubis, 2024). Kepuasan karyawan berpengaruh besar pada kualitas pelayanan. Jika karyawan merasa puas dengan lingkungan kerja, kesejahteraan, dan sistem yang diterapkan, mereka akan lebih

8. Umpan Balik Pelanggan

Informasi yang diberikan oleh pelanggan mengenai pengalaman menggunakan produk atau layanan mereka. Umpan balik bisa positif atau negatif dan menjadi alat evaluasi untuk memperbaiki kinerja perusahaan (Hendrayani, *et al*., 2024). Umpan balik penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan mendengarkan dan menindaklanjuti masukan, penyedia layanan bisa memperbaiki kelemahan dan memberikan pelayanan yang lebih baik.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan

Kepuasan masyarakat bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor terkait dengan kualitas layanan, pengalaman yang didapat, dan cara berinteraksi dengan layanan, baik di sektor publik maupun swasta. Beberapa faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan masyarakat antara lain:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memperhatikan kebutuhan dan harapan pelanggan serta keakuratan dalam memberikan layanan sesuai dengan apa yang diharapkan (Arianto, 2018:83).

b. Harapan Pelanggan

Mencapai harapan pelanggan saat membeli produk atau jasa adalah tugas penting bagi semua pemasar sebagai strategi untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran produk perusahaan (Desembrianita, et al., 2023).

c. Umpan Balik

Umpan balik dari pelanggan dan komunikasi yang baik antara penyedia layanan dengan masyarakat sangat penting untuk menentukan tingkat kepuasan. Umpan balik juga merupakan cara yang umum digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai harapan yang dimiliki pelanggan (Mujito, *et al*., 2024:105).

d. Harga atau Tarif

Harga atau tarif yang dianggap adil dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat. Menurut Muspiha (2023:41), harga memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin sesuai atau kompetitif harga yang ditawarkan perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

e. Kepuasan Karyawan

Karyawan yang merasa puas akan memberikan layanan yang baik dan optimal kepada pelanggan, sehingga pelanggan juga merasa puas (Manggarani, 2018).

C. Kerangka Pemikiran

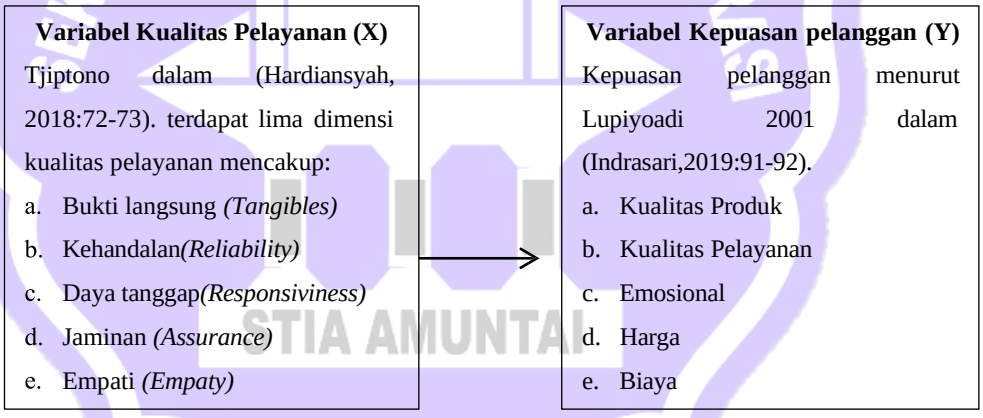
Kerangka pemikiran dalam penelitian adalah gambaran konseptual yang menjelaskan bagaimana variabel-variabel dalam penelitian yang di analisis saling terhubung. Fungsi utamanya adalah membantu memahami masalah yang diteliti dan membangun dasar teori yang jelas dalam studi. Kerangka berfikir memetakan hubungan

sebab akibat atau keterkaitan antara berbagai variabel, serta mengidentifikasi bagaimana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, ini menunjukkan bagaimana satu variabel memengaruhi variabel lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Biasanya, kerangka pemikiran didasarkan pada teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam kerangka ini, hubungan antara variabel independen dan dependen harus dijelaskan secara teoritis. Jika dalam penelitian terdapat variabel moderator atau variabel intervening, maka peneliti juga harus menjelaskan mengapa variabel tersebut perlu diperhitungkan (Sujarweni, 2020:60).

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Dari gambar diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun keterangan kerangka pemikiran pada gambar 2.1 adalah sebagai berikut:

⟶ = Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan pelanggan

▭ = Variabel Penelitian

D. Hipotesis

Hipotetsis merupakan dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui pengumpulan data dan analisis statistik. Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan teori yang telah dikemukakan, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_a = Ada Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tirta Agung Telaga Silaba Kecamatan Amuntai Selatan.

H_o = Tidak Ada Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tirta Agung Telaga Silaba Kecamatan Amuntai Selatan .

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI
STIA AMUNTAI