

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas sebuah produk atau jasa ditentukan oleh kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan. Dalam persaingan bisnis yang ketat, meningkatkan kualitas produk atau jasa menjadi tantangan yang kritis bagi perusahaan. Dari perspektif konsumen, kualitas seringkali diartikan sebagai kesesuaian dengan selera pribadi, yaitu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Namun, ada juga yang berpendapat bahwa kualitas adalah kemampuan sebuah produk atau jasa untuk meningkatkan status penggunaannya.

Menurut Lovelock (2001), kualitas didefinisikan sebagai proses yang melibatkan input dan output, tetapi dalam konteks pelayanan, input dan output tersebut adalah pelanggan atau orang yang menerima layanan. Sementara itu, Kotler (2001) mendefinisikan kualitas sebagai kombinasi dari tiga komponen, yaitu teknis, fungsional, dan sosial. Jika kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapannya, maka mereka akan memiliki persepsi bahwa pelayanan tersebut memiliki kualitas yang baik. Pengalaman positif dengan produk atau jasa dapat meningkatkan keunggulan konsumen, yang dipengaruhi oleh keunikan dan kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut.

Dalam perspektif Total Quality Management (TQM), menurut Edwards Deming (Soewarso hardjosoedarmo, 2004), kualitas didefinisikan secara luas, tidak hanya fokus pada hasil saja, tetapi juga mencakup proses, lingkungan, dan manusia. Dengan meningkatkan kualitas, biaya dapat menurun, produktivitas meningkat, dan organisasi memiliki potensi untuk meningkatkan pangsa pasar dan pertumbuhannya. Ini berarti bahwa kualitas tidak hanya terkait dengan

hasil akhir, tetapi juga dengan proses yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut, serta lingkungan dan sumber daya manusia yang terlibat.

Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tony Wijaya (2011:152), kualitas adalah kondisi yang dinamis dan berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Sementara itu, Lewis Boom (1983) dalam Tony Wijaya (2011:152) menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan ukuran sejauh mana tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai standar atau ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna atau pelanggannya. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan, ketepatan, daya tanggap, kejelasan informasi, kemudahan akses, serta sikap dan perilaku petugas dalam melayani.

Dalam mengukur kualitas pelayanan publik, beberapa ahli memiliki pendapat yang berbeda-beda. Brady dan Cronin (seperti dikutip oleh Rezha F, 2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara kenyataan pelayanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan. Sedarmayanti (2014) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan umumnya berfokus pada masyarakat, sehingga produk pelayanan dirancang, diproduksi, dan diberikan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan. Parasuraman (dalam Ichsan, 2012) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan.

Dari pengertian berbagai ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan menjadi ukuran keberhasilan organisasi, baik itu organisasi bisnis maupun organisasi pemerintahan yang bertugas untuk menyediakan pelayanan publik. Kualitas pelayanan secara umum harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Namun, meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan, penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen. Kualitas pelayanan yang dimaksudkan adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan, dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan.

Parasuraman (2001) menyampaikan konsep kualitas pelayanan yang ditentukan oleh 5 unsur, yaitu: Responsiveness (Daya tanggap), Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti langsung), Empathy (Empati), dan Reliability (Keandalan). Konsep kualitas pelayanan "RATER" ini adalah untuk membentuk sikap dan perilaku dari pemberi pelayanan demi memberi bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, untuk mewujudkan suatu penilaian berdasarkan dengan kualitas layanan yang diterima.

Ciri-ciri pelayanan yang baik antara lain adalah: Tersediannya sarana dan prasarana yang baik, Tersediannya karyawan/petugas yang baik, Bertanggung jawab kepada setiap konsumen, Mampu melayani secara cepat dan tepat, Mampu berkomunikasi, Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik, Berusaha memahami kebutuhan konsumen, Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Dalam kesimpulan, kualitas pelayanan publik merupakan usaha untuk memenuhi segala sesuatu yang berhubungan dengan produksi, jasa, manusia, proses, lingkungan, dan yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen, baik itu berupa barang dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat sebagai pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan penyelenggara layanan publik yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

2.2 Kepuasan Masyarakat

2.2.1 Pengertian Kepuasan Masyarakat

Menurut Kotler, kepuasan masyarakat merupakan hasil dari perbandingan antara kinerja yang dialami dengan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika kinerja yang dialami melebihi harapan, maka masyarakat akan merasa puas.

Richard F. Gerson (2017) juga menyatakan bahwa kepuasan nasabah tercapai jika harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Wikkie mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respons emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

J. Supranto (2006) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang telah ditetapkan. Jika kinerja yang dirasakan tidak memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa kecewa. Swasta DH (2004) juga menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respons terhadap evaluasi ketidaksesuaian antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PAN-RB) Nomor 14 tahun 2017, kepuasan masyarakat didefinisikan sebagai hasil dari pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh unit penyelenggara pelayanan publik. Artinya, kepuasan masyarakat merupakan ukuran seberapa baik kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik dalam memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.

Kepuasan konsumen secara umum dapat dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu respon, fokus, dan waktu.

1. Respon konsumen merupakan reaksi emosional dan kognitif terhadap produk atau jasa, dengan intensitas yang bervariasi dari sangat puas hingga apatis.

2. Fokus konsumen pada performansi objek disesuaikan dengan standar yang telah ditetapkan, seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan. Standar ini dapat berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual, dan toko.
3. Proses respon konsumen dapat terjadi pada berbagai tahap, seperti setelah konsumen menggunakan produk atau jasa, setelah mereka memilih produk atau jasa, atau berdasarkan pengalaman yang mereka miliki secara keseluruhan. Durasi kepuasan konsumen merujuk pada seberapa lama konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang mereka gunakan. Beberapa karakteristik konsumen yang merasa puas antara lain:
 1. Konsumen yang puas cenderung memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan. Mereka lebih cenderung membeli ulang dari produsen yang sama karena telah merasa puas dengan kualitas dan layanan yang diberikan. Selain itu, konsumen yang puas juga cenderung berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain melalui komunikasi dari mulut ke mulut, seperti merekomendasikan produk atau jasa kepada teman dan keluarga, serta mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan.
 2. Ketika konsumen ingin membeli produk atau jasa lain, mereka cenderung mempertimbangkan perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepada mereka sebelumnya. Perusahaan yang telah berhasil membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen akan menjadi pilihan utama ketika konsumen ingin membeli produk atau jasa yang serupa. Dengan demikian, kepuasan konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan membuat mereka menjadi loyal terhadap perusahaan.

Mengukur tingkat kepuasan masyarakat dapat dipengaruhi melalui dua komponen, antara lain (Rangkuti, 2017: 23):

- 1) *Desire Service*: suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima.

- 2) Berupa tanggapan masyarakat sebelum menerima pelayanan.
- 3) *Adequate service*: suatu pelayanan yang cukup dapat diterima.

Berupa tanggapan masyarakat setelah menerima pelayanan.

Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Berdasarkan prinsip pelayanan yang telah ditetapkan dalam Keputusan Men.PAN Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, terdapat 14 unsur yang relevan, valid, dan reliabel sebagai dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat. Unsur-unsur tersebut meliputi:

1. Prosedur pelayanan: Kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, dilihat dari sisi alur pelayanan.
2. Persyaratan pelayanan: Persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
3. Kejelasan petugas pelayanan: Kepastian petugas yang memberikan pelayanan, termasuk nama, jabatan, dan tanggung jawab.
4. Kedisiplinan petugas pelayanan: Kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan, terutama pada konsistensi waktu kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Tanggung jawab petugas pelayanan: Kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
6. Kemampuan petugas pelayanan: Tingkat keahlian dan keterampilan dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan terhadap masyarakat.
7. Kecepatan pelayanan: Target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh instansi.
8. Keadilan mendapatkan pelayanan: Pelayanan harus diberikan

9. tanpa membedakan golongan atau status masyarakat yang dilayani.
10. Kesopanan dan keramahan petugas: Petugas harus memiliki sikap dan perilaku yang sopan dan ramah dalam melayani masyarakat, serta saling menghargai dan menghormati.
11. Kewajaran biaya pelayanan: Biaya pelayanan harus terjangkau dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh setiap instansi.
12. Kepastian biaya pelayanan: Biaya yang dibayarkan harus sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan, sehingga masyarakat tidak merasa dirugikan.
13. Kepastian jadwal pelayanan: Waktu pelayanan harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, sehingga masyarakat dapat merencanakan dan mengatur waktu mereka dengan baik.
14. Kenyamanan lingkungan: Kondisi sarana dan prasarana harus dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan, sehingga mereka merasa nyaman dan aman dalam menerima pelayanan.
15. Keamanan pelayanan: Lingkungan unit penyelenggara atau sarana yang digunakan harus terjamin keamanannya, sehingga masyarakat merasa tenang dan aman dalam menerima pelayanan, serta terlindungi dari resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Dengan memenuhi aspek-aspek tersebut, pelayanan publik dapat menjadi lebih efektif, efisien, dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu instansi atau perusahaan pada akhirnya akan menghasilkan penilaian dari masyarakat atau konsumen mengenai tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Kepuasan ini merupakan refleksi dari sejauh mana harapan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau layanan sesuai dengan apa yang diterima. Dalam era globalisasi saat ini, instansi semakin menyadari pentingnya peran konsumen. Oleh karena itu,

pengukuran tingkat kepuasan konsumen menjadi sangat krusial meskipun tidak mudah dilakukan.

Memperoleh tingkat kepuasan konsumen yang tinggi memiliki banyak manfaat bagi instansi. Kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah terjadinya pergantian pelanggan, serta mengurangi sensitivitas konsumen terhadap layanan yang diterima. Seperti yang dijelaskan dalam jurnal oleh Razavi, Safari, Shafie, dan Khoram (2012), kepuasan pelanggan seharusnya menjadi tujuan utama bagi setiap perusahaan. Bukti empiris mendukung pandangan ini, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat mengurangi proses negatif dan memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan atribut layanan, meskipun penerapannya tidak selalu mudah.

Kepuasan konsumen sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang mereka terima, baik dalam bentuk produk maupun administrasi, memenuhi harapan mereka. Hal ini sejalan dengan tujuan utama pelayanan publik, yaitu menyediakan layanan yang dibutuhkan atau diinginkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi otoritas publik untuk memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat tentang keputusan-keputusan yang telah dibuat dan bagaimana mereka dapat mengakses layanan tersebut, guna memenuhi kebutuhan masyarakat secara menyeluruh.

2.2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu juga mempunyai fungsi untuk memperluas dan mDalam melakukan penelitian, sangat penting untuk memperdalam berbagai teori yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai landasan teori karena memiliki kaitan erat dengan penelitian lain yang relevan. Dengan mempelajari penelitian terdahulu, peneliti dapat memahami kekurangan dan kelebihan penelitian yang sudah pernah dilakukan, sehingga dapat dikembangkan dan diperbaiki dalam penelitian yang akan dilakukan.

Dengan demikian, peneliti dapat membuat penelitian yang baru dan inovatif karena telah menemukan hal-hal baru yang belum pernah

dibahas dalam penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu dapat menjadi acuan yang sangat berharga dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik dan lebih bermakna.

Penelitian terdahulu dapat menjadi dasar atau pijakan yang kuat untuk penelitian yang akan dilakukan, karena adanya penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya dapat membantu memperjelas dan memvalidasi landasan teori penelitian. Dengan demikian, penelitian yang akan dilakukan menjadi lebih penting dan relevan. Oleh karena itu, penulis akan menguraikan penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik penelitian yang akan dilakukan, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang latar belakang dan konteks penelitian.

Dengan menguraikan penelitian-penelitian sebelumnya, penulis dapat memahami apa yang sudah pernah dilakukan, apa yang sudah pernah ditemukan, dan apa yang masih perlu dikaji lebih lanjut. Hal ini dapat membantu penulis untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang masih perlu diisi, dan untuk mengembangkan penelitian yang lebih baik dan lebih bermakna.

No	Nama Penulis dan Tahun Terbit	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anna Mayasari (2020)	“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat di Desa Paulan Colomadu, Karanganyar”	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup aspek ketepatan waktu, akurasi, kesopanan dan keramahan pegawai, serta kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat yang menggunakan pelayanan di Kantor Desa Paulan Colomadu Kabupaten Karanganyar. Hal ini dibuktikan dengan nilai t tabel yang lebih besar dari 1,998 ($7,542 > 1,998$) dan signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

			Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat, yaitu sebesar 47,4%. Sisanya, yaitu sebesar 52,6%, dipengaruhi oleh variabel lain seperti keberadaan kantor, sarana dan prasarana penunjang pelayanan, dan lain-lain. Artinya, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan masyarakat, tetapi masih ada faktor lain yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat secara keseluruhan.
2.	Tika Astina 2015	“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kantor Camat Tanjung Pinang Timur”	Berdasarkan hasil analisis variabel, ditemukan bahwa nilai thitung (5,056) lebih besar dari ttabel (1,98609). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti bahwa variabel pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat, dengan persentase sebesar 20,7%. Sisanya, yaitu sebesar 79,3%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya, kualitas pelayanan merupakan salah satu

			faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, tetapi masih ada faktor lain yang lebih besar yang mempengaruhi kepuasan masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan masyarakat, tetapi perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor lain yang mempengaruhi kepuasan masyarakat.
3.	Juli Omar Sinagan (2016)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (Paten) di Kecamatan Nongsa di Kota Batam”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan perbandingan antara nilai thitung dan ttabel, serta nilai signifikan, dapat disimpulkan bahwa variabel Tangibel dan Empathy memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung yang lebih besar dari ttabel, yaitu 2,278 dan 5,204, serta nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,025 dan 0,000. Sementara itu, variabel Reliability, Responsiveness, dan Assurance tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung yang lebih kecil dari ttabel, yaitu 1,041,

			1,072, dan 0,872, serta nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05, yaitu 0,301, 0,286, dan 0,386. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Tangibel dan Empathy merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat, sedangkan variabel Reliability, Responsiveness, dan Assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat.
4.	Fahmi Reza (2015)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik. (e-KTP) di Kota Depok.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,758 dan tingkat signifikan 95%. Artinya, 75,8% kepuasan masyarakat yang menerima pelayanan perekaman data e-KTP di Depok dapat dipengaruhi oleh beberapa subvariabel kualitas pelayanan, seperti bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sisanya, yaitu 24,2%, dipengaruhi oleh variabel independen lain yang belum ditunjukkan dalam penelitian ini. Dalam analisis lebih lanjut, ditemukan bahwa variabel reliabilitas memiliki

			pengaruh paling besar terhadap kepuasan masyarakat, dengan koefisien regresi sebesar 0,867. Hal ini menunjukkan bahwa reliabilitas merupakan faktor yang paling penting dalam memuaskan masyarakat yang menerima layanan perekaman data e-KTP. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, terutama reliabilitas, memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan masyarakat yang menerima pelayanan perekaman data e-KTP di Depok.
5.	Novia Dwi Sandri (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Services Terhadap Pembentukan Citra Rumah Sakit (Perspektif Pasien Rumah Sakit Syafira Pekanbaru).	Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan customer services terhadap pembentukan citra Rumah Sakit Syafira Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari hasil pelayanan yang telah dilakukan oleh customer services untuk membentuk citra rumah sakit, dengan hasil $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai $(18.135 > 1,96)$ yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak.

2.3 Kerangka Pemikiran

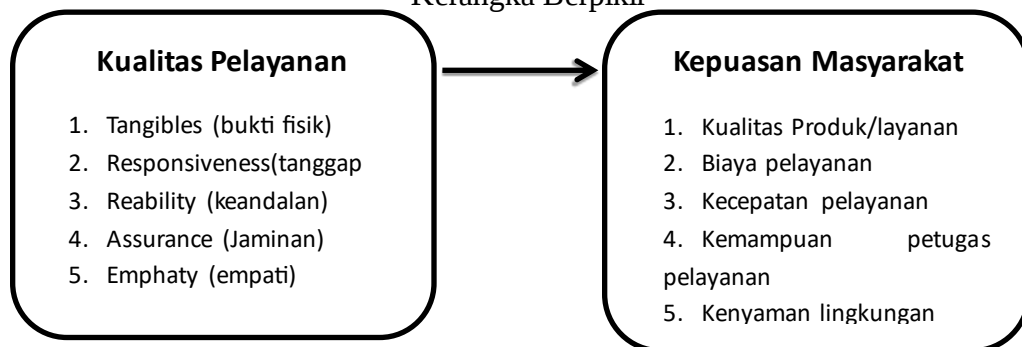
Kualitas pelayanan adalah kemampuan pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan yang diukur dari kemampuan pegawai dalam melayani pelanggan meliputi: Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti Langsung),

Empathy (Empati), dan Reliability (Keandalan). Faktor-faktor kualitas pelayanan ini mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap layanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat, yang diukur melalui beberapa aspek seperti kepuasan terhadap kualitas produk atau layanan, biaya pelayanan, kecepatan pelayanan, kemampuan petugas pelayanan, dan kenyamanan lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kualitas pelayanan pegawai di Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kota Gunungsitoli.

Berdasarkan penjelasan mengenai kualitas pelayanan, maka dibuatlah sebuah kerangka pikir penelitian yang sistematis dan terstruktur, yang meliputi: (1) identifikasi masalah, (2) tinjauan pustaka, (3) kerangka konseptual, (4) metode penelitian, (5) analisis data, dan (6) kesimpulan. Kerangka pikir penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk mengkaji kualitas pelayanan pegawai di Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kota Gunungsitoli secara sistematis dan terstruktur.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber : Olahan Penulis 2024

2.4 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Indeks Kepuasan Masyarakat pada Dinas Penanaman

Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Gunungsitoli", maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Nol (H_0): Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat pada DPMPTSP Kota Gunungsitoli.

Hipotesis Alternatif (H_a): Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat pada DPMPTSP Kota Gunungsitoli.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas pelayanan pada DPMPTSP Kota Gunungsitoli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Jika hipotesis alternatif (H_a) diterima, maka berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada DPMPTSP Kota Gunungsitoli.