

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bagian ini akan didahului dengan penjelasan tentang konsep teori pelayanan publik yang terdiri dari asas dan prinsip pelayanan publik. Kemudian dilanjutkan dengan konsep kualitas jasa, konsep metode *servqual*, teori *gap*/kesenjangan, serta penelitian terdahulu terkait dengan penerapan dan pengujian konsep-konsep tersebut.

2.1 Teori Pelayanan Publik

Definisi Pelayanan Publik menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 adalah rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelayanan setiap warga negara dan penduduk menurut undang-undang yang berkaitan dengan barang, jasa, dan/atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Kata “barang” yang dimaksud bukan berarti barang yang dapat diperdagangkan oleh rakyat biasa, melainkan barang publik (*public goods*) yang disediakan oleh pemerintah.. Sedangkan Departemen Dalam Negeri menyebutkan bahwa, Pelayanan Publik adalah proses membantu orang lain dengan cara tertentu yang membutuhkan kepekaan dan keterampilan interpersonal yang menciptakan kebahagiaan

dan kesuksesan. Setiap pelayanan mengeluarkan produk, baik berupa barang dan jasa (Hardiansyah:2018). Dari beberapa pengertian pelayanan publik yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan pemberian layanan kepada orang atau masyarakat dan/atau organisasi yang mempunyai kepentingan di organisasi tersebut.

2.1.1 Asas Pelayanan Publik

Asas pelayanan publik digunakan sebagai rujukan terwujudnya sistem penyelenggaraan pelayanan publik yang layak. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Pemerintah Indonesia, 2019), agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada setiap warga negara, maka penyedia pelayanan publik harus berasaskan:

- 1) Kepentingan umum
- 2) Kepastian hukum
- 3) Kesamaan hak
- 4) Keseimbangan hak dan kewajiban
- 5) Keprofesionalan
- 6) Partisipatif
- 7) Persamaan perlakuan/tidak diskriminatif
- 8) Keterbukaan
- 9) Akuntabilitas
- 10) Fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan
- 11) Ketepatan waktu, dan
- 12) Kecepatan, kemudahan, dan keterjangkauan.

2.1.2 Prinsip Pelayanan Publik

Penyelenggaraan pelayanan publik juga harus memenuhi prinsip pelayanan seperti yang disebutkan melalui Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik (KemenPan RB, 2003), sebagai berikut:

1) Kesederhanaan

Prosedur *public service* tidak rumit, mudah dipahami serta mudah dilaksanakan.

2) Kejelasan

Mencakup kejelasan dalam hal :

- a. Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik.
- b. Unit kerja / pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik.
- c. Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.

3) Kepastian waktu

Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam rentang waktu yang telah ditetapkan.

4) Akurasi

Produk pelayanan publik diterima dengan benar, sesuai dan tepat.

5) Keamanan

Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.

6) Tanggung jawab

Pimpinan atau pejabat penyelenggara pelayanan publik yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyediaan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

7) Kelengkapan sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana, peralatan kerja dan pendukung lainnya termasuk sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika) tersedia secara layak.

8) Kemudahan akses

Tempat/lokasi dan sarana pelayanan yang memadai dan terjangkau oleh masyarakat.

9) Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan

Penyedia layanan harus memiliki sikap sopan santun, ramah dan disiplin, serta memberikan layanan dengan tulus dan ikhlas.

10) Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus rapi dan teratur, sedangkan ruang tunggu nyaman, bersih, teratur, dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti tempat parkir, toilet, tempat ibadah, dll..

2.2 Kualitas Jasa

Menurut Tjiptono (2002), kualitas adalah keadaan dinamis yang terkait dengan produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Goeth dan Davis dalam Simamora (2001) menyebutkan kualitas adalah keadaan dinamis yang terkait dengan produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kemudian definisi kualitas pelayanan menurut Nitecki dkk, (2000) dalam Wang & Shieh (2006) adalah memenuhi atau melampaui

harapan konsumen, atau sebagai perbedaan antara persepsi dan harapan dan persepsi konsumen tentang sebuah pelayanan. Rangkuti (2006) mendefinisikan kualitas jasa sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Terdapat dua variabel yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diterima (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Karena jasa tidak kasat mata, maka penerima jasa harus menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan. Jika kinerja yang diterima sesuai dengan kinerja yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik atau memuaskan. Akan tetapi, jika pelayanan yang diterima lebih buruk dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap jelek atau buruk. Baik atau buruknya kualitas jasa dengan demikian tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan atau permintaan pelanggan (Kurniasih, 2012).

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai sebagai salah satu institusi pemerintah memiliki fungsi pelayanan kepada pengguna jasa di bidang impor, ekspor, dan cukai. Oleh karena perannya sebagai institusi pemerintahan, pengukuran kualitas pelayanan tidak dapat dilepaskan dari pemahaman tentang bagaimana institusi pemerintahan melaksanakan tugas dan fungsinya. Tujuan pelayanan publik pada hakekatnya adalah untuk memenuhi masyarakat sebagai kewajiban negara terhadap warganya. Mencapai tingkat kepuasan ini membutuhkan kualitas layanan yang dapat terukur dari (Sinambela 2006):

- 1) Transparansi, yaitu pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan, disediakan secara memadai, serta mudah dimengerti.

- 2) Akuntabilitas, yaitu pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Kondisional, yaitu pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- 4) Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- 5) Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun, khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
- 6) Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan.

2.3 Metode Servqual

Metode Servqual berasal dari kata *service quality* yang artinya kualitas layanan. Metode ini pertama kali dikenalkan oleh Parasuraman untuk mengukur kualitas pelayanan pelanggan. Aneesh et al. (2014) mendefinisikan *Servqual* sebagai suatu metode yang digunakan untuk mengukur kesenjangan (*gap*) antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

Parasuraman et al. (1985) memberikan fondasi yang paling sering digunakan terkait *determinants* (faktor) kualitas pelayanan. Faktor yang mempengaruhi kualitas layanan tersebut pada awalnya terdiri dari 10 (sepuluh) dimensi, yang kemudian direvisi menjadi 5 (lima) dimensi dan dikenal dengan nama SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988). SERVQUAL mengukur persepsi kualitas layanan berdasarkan lima

dimensi, yaitu: *Tangible* (Berwujud); *Reliability* (Keandalan); *Responsiveness* (Kesigapan); *Assurance* (Kepastian); *Empathy* (Empati).

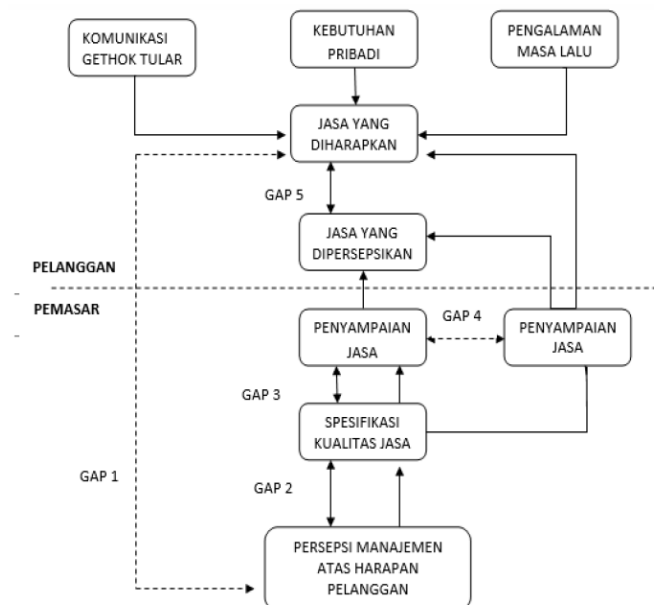
- 1) *Tangible* (kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu dan tempat informasi). Dimensi ini berkaitan dengan kemodernan peralatan yang digunakan, daya tarik fasilitas yang digunakan, kerapihan petugas serta kelengkapan peralatan penunjang (pamlet atau *flow chart*).
- 2) *Reliability* (kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya). Dimensi ini berkaitan dengan janji menyelesaikan sesuatu seperti yang diharapkan, penanganan keluhan konsumen, kinerja pelayanan yang tepat, menyediakan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan serta penuntutan kesalahan pencatatan.
- 3) *Responsiveness* (kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen). Dimensi *responsiveness* meliputi pemberitahuan petugas kepada konsumen tentang pelayanan yang diberikan, pemberian pelayanan dengan cepat, kesediaan petugas memberi bantuan kepada konsumen, serta petugas tidak pernah merasa sibuk untuk melayani permintaan konsumen.
- 4) *Assurance* (kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen). Dimensi *assurance* berkaitan dengan perilaku petugas yang memiliki rasa percaya diri pada konsumen, perasaan aman konsumen, dan kemampuan pengetahuan petugas untuk menjawab pertanyaan konsumen.

5) *Emphaty* (sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen).

Dimensi *emphaty* memuat pemberian perhatian individual atau khusus kepada konsumen, ketepatan waktu pelayanan bagi semua konsumen, layanan yang diperhatikan konsumen dan karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka.

Model konseptual dari *Servqual* ditunjukkan pada Gambar II.1 sebagai berikut:

Gambar II.1 Model Konseptual Servqual



Sumber : (Kotler, 2003)

2.4 Teori Gap/Kesenjangan

Metode *Servqual* atau kualitas layanan mengacu pada dua dimensi sekaligus, yaitu satu pihak penilaian servqual dalam kaitannya dengan dimensi konsumen (pelanggan). Di sisi lain, hal ini juga dapat dilakukan dalam kerangka penyedia layanan, atau lebih tepatnya terletak pada kemampuan "penyedia layanan" untuk menyampaikan kualitas layanan dari tingkat manajemen ke tingkat layanan garis depan (*front line service*). Di antara kedua dimensi ini, mungkin ada kesenjangan atau perbedaan antara

harapan konsumen dan kenyataan serta pandangan yang dirasakan manajemen tentang harapan konsumen tersebut. Hasil penelitian Zeithaml dkk, menggambarkan adanya 5 kesenjangan atau gap tersebut.

- 1) Gap 1 disebut juga “ketidaktahuan tentang apa yang konsumen harapkan” (*not knowing what customers expect*). Gap ini terjadi pada dimensi konsumen dengan dimensi manajemen tingkat atas. Faktor-faktor kunci yang menjadi penyebab adalah:
 - a. Perusahaan atau organisasi kurang orientasi pada riset pasar atau kurang menggunakan temuan-temuan riset yang berfungsi untuk pengambilan keputusan tentang keinginan ataupun keluhan konsumen.
 - b. Ketidacukupan komunikasi ke atas, yaitu arus informasi yang menghubungkan pelayanan di tingkat *front line service* dengan kemauan di tingkat atas (*miss communication*).
 - c. Terlalu banyaknya tingkatan atau hierarki manajemen.
- 2) Gap 2 disebut sebagai “kesalahan standarisasi kualitas pelayanan” (*the wrong quality service standards*). Faktor-faktor kunci yang menjadi penyebab pada gap ini adalah:
 - a. Komitmen pada manajemen belum memadai terhadap kualitas pelayanan.
 - b. Persepsi mengenai ketidaklayakan.
 - c. Tidak adanya standarisasi tugas.
 - d. Tidak terdapatnya penentuan tujuan.
- 3) Gap 3 disebut sebagai “kesenjangan kinerja pelayanan” (*the service performance gap*). Tidak terdapatnya spesifikasi atau suatu citra pelayanan yang khas pada suatu

organisasi akan menyebabkan kesenjangan pada penyampaian pelayanan pada konsumen. Faktor kunci yang menjadi penyebab utama antara lain:

- a. Ketidakjelasan peran (*role ambiguity*) atau kecenderungan yang menimpa pegawai pemberi pelayanan terhadap kondisi bimbang dalam memberikan pelayanan karena tidak terdapatnya kepastian/standarisasi tugas-tugas mereka.
 - b. Konflik peran (*role conflict*), kecenderungan pegawai merasa tidak memiliki kemampuan untuk memuaskan pelanggan.
 - c. Ketidakcocokan antara pegawai dengan tugas yang dikerjakan.
 - d. Ketidakcocokan antara teknologi dengan tugas yang dikerjakan.
 - e. Ketidakcocokan sistem pengendalian atasan.
 - f. Kekurangan pengawasan.
 - g. Kekurangan kerja tim.
- 4) Gap 4 disebut sebagai “ketidaksesuaian antara janji yang diberikan dengan pelayanan yang diberikan” (*when promises do not match delivery*). Faktor-faktor kunci yang berperan sebagai penyebab gap ini adalah:
- a. Tidak memadainya komunikasi horizontal.
 - b. Kecenderungan memberikan janji kepada konsumen secara berlebihan.
- 5) Gap 5 yaitu gap perbedaan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan.

Atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan adalah atribut yang termasuk ke dalam kualitas lemah (*weak*) yaitu kualitas kinerja lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan, sedangkan atribut yang termasuk ke dalam kualitas kuat (*strength*) hanya perlu dipertahankan (Baki, et al., 2009). Sehingga, atribut-atribut yang perlu diperbaiki adalah atribut pelayanan yang memiliki *gap score* negatif, dalam hal ini termasuk ke

dalam kualitas lemah (*weak*). Sedangkan atribut-atribut yang hanya perlu dipertahankan adalah atribut pelayanan yang memiliki *gap score* positif, dalam hal ini termasuk ke dalam kualitas kuat (*strength*).

2.5 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja penyedia jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut Hansemark dan Albinsson (2004) kepuasan pelanggan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional terhadap perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang diterima. Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja penyedia jasa sesuai dengan harapan. Dan pelanggan akan merasa sangat puas apabila kinerja penyedia jasa diatas harapan. Tetapi pelanggan akan merasa tidak puas atau kecewa apabila kinerja penyedia jasa dibawah harapan. Jika nilai kepuasan positif maka pelanggan dianggap puas terhadap pelayanan yang ditawarkan, sehingga harus dipertahankan dan ditingkatkan. Namun jika nilai kepuasan negatif, berarti pelayanan yang ditawarkan masih lemah atau pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang ditawarkan (Wiryawan, 2015).

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan referensi dari beberapa penelitian terdahulu untuk memudahkan penulis dalam menyusun karya tulis tugas akhir ini. Beberapa penelitian tersebut adalah:

- 1) Hidayat *et al.* (2017), dalam jurnalnya yang berjudul ***“Analisis Service Quality Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan TIK di Universitas***

Siliwangi”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah layanan yang diberikan oleh UPT.TIK Civitas Akademika Universitas Siliwangi telah sesuai diberikan kepada pengguna layanannya. Hasil pengukuran ini nantinya dapat digunakan oleh UPT.TIK untuk mengembangkan dirinya sesuai dengan kebutuhan pengguna layanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Service Quality (Servqual)*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Importance-Performance Analysis (IPA)* dengan melakukan survei kepada pengguna layanan TIK. *Servqual* digunakan untuk mengukur perbedaan antara persepsi dan harapan pada Gap 5, *CSI* digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan mengingat pentingnya atribut produk atau layanan menurut persentase pelanggan yang puas atas survei kepuasan pelanggan. *IPA* menghubungkan tingkat kepentingan dengan efektivitas yang dirasakan pengguna. Hasil dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil pengujian validitas dan reabilitas didapat hasil lebih dari 0,30 yang artinya seluruh variabel dinyatakan valid dan variabel layanan pertanyaan yang digunakan untuk pengukuran dianggap *reliable* dan dapat dipercaya;
- b. Hasil penilaian *CSI* didapat nilai 62,5% dimana masih lebih rendah dari harapan sebesar 80% yang artinya pelanggan “cukup puas” dengan kinerja layanan yang diberikan UPT.TIK tapi dirasakan “belum maksimal secara keseluruhan”. Untuk memberikan tingkat kepuasan yang lebih lagi maka UPT.TIK harus memperbaiki kinerja layanan kepada pelanggan/pengguna TIK;
- c. Hasil penilaian *IPA* didapatkan beberapa kategori masuk ke dalam kuadran I yang artinya pelayanannya belum memuaskan, kuadran II yang artinya

pelanggan cukup puas dengan pelayanan tersebut, kuadran III dimana pelanggan tidak terlalu mementingkan pelayanan tersebut, dan kuadran IV yang artinya pelanggan menganggap UPT.TIK melakukan secara berlebihan terhadap pelayanan tersebut;

- d. Hasil penilaian *Servqual* untuk mendapatkan nilai Gap 5 yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen atau untuk menentukan nilai Gap antara Persepsi dengan Ekspektasi sehingga untuk mendapatkan data posisi yang harus diperbaiki, memiliki nilai akhir yaitu minus (-), yang artinya seluruh variabel kualitas jasa “belum memuaskan” pengguna layanan TIK di Universitas Siliwangi.
- e. Dari hasil penelitian ini, disarankan untuk meningkatkan SDM yang kompeten di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi. Selain itu pengambil kebijakan di Universitas Siliwangi menjadi lebih peduli bahwa sangat penting untuk meningkatkan pelayanan di semua bidang yang ada di lingkungan Universitas Siliwangi termasuk bidang TIK..

Penelitian Hidayat *et al.* ini membantu memberikan gambaran bagi Penulis bahwa semua bidang di sebuah Universitas harus memberikan pelayanan yang baik, sesuai, dan tepat terhadap pengguna layanannya. Sehingga penting untuk meningkatkan SDM yang kompeten agar pelayanan yang diberikan semakin baik.

- 2) Bakhtiar *et al.* (2010), dalam jurnalnya yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Servqual* dan Model Kano”**. Penelitian ini menggunakan metode *Servqual* terhadap 5 dimensi kualitas jasa yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*,

Assurance dan Emphaty. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan harapan pelanggan manajemen (*gap* 5), menganalisis penyebab kesenjangan tersebut, dan menentukan variabel yang harus diprioritaskan untuk perbaikan melalui integrasi Metode *Servqual* dan Model Kano. Hasil penelitian ini adalah:

- a. Nilai *gap* 1 dan *gap* 5 masih terdapat kesenjangan antara persepsi pihak manajemen dengan harapan pelanggan yang ditunjukkan dari nilai *Servqual* negatif, yang artinya pihak manajemen PT.PLN (persero) UPJ Semarang Selatan belum sepenuhnya memahami keinginan pelanggan pada variabel tersebut;
- b. Nilai *Servqual* negatif atau *gap* terbesar terjadi pada dimensi *Emphaty* dimana pelanggan menganggap perusahaan belum memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan dengan pemberian akses yang mudah dan belum memahami keinginan spesifik dari pelanggannya.

Penelitian Bakhtiar *et al.* ini berfokus terhadap penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (persero) mengingat tingginya jumlah keluhan masyarakat yang menuntut agar perusahaan mengevaluasi seperti apa tingkat pelayanan yang telah diberikan. Penelitian ini membantu memberikan gambaran bagi penulis bahwa setiap pemberian pelayanan telah dilaksanakan, diperlukan adanya evaluasi. Hal ini dilakukan untuk membangun citra yang baik di mata masyarakat.

- 3) Pramudhita (2021), dalam jurnalnya berjudul ***“Aspek Terpenting Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Sebuah Studi Empiris***

Pada Layanan E-KTP Kecamatan Bogor Barat". Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji peranan terpenting dari aspek-aspek dimensi kualitas pelayanan yang diberikan, yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa.. Hasil penelitian ini adalah:

- a. Dari hasil pengujian analisis regresi berganda diketahui bahwa dari kelima hubungan antar variabel yang diuji, hanya dua jalur yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan E-KTP yaitu jaminan dan bukti fisik;
- b. Dengan variasi model penelitian yang sangat banyak, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua komponen penting kualitas pelayanan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan;
- c. Keterbatasan dari penelitian ini adalah responden dibatasi hanya yang berada di satu area kecamatan di daerah Bogor Barat, sehingga temuan ini tidak dapat digeneralisasi secara lebih luas.

Penelitian Pramuditha terbatas pada penggunaan sampel yang kecil dari jumlah *existing* responden. Sehingga penelitian ini membantu memberikan gambaran kepada penulis di masa depan untuk dapat menggunakan sampel yang lebih besar dan diharapkan dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan pengguna jasa di daerah tersebut.

- 4) Nupikso (2013), dalam jurnalnya berjudul ***"Kepuasan Pengguna Pelayanan Publik Monumen Pers Nasional Surakarta"***. Penelitian ini menggunakan survei kepuasan layanan publik khususnya di 5 bentuk layanan. Tujuan dari penelitian ini

untuk mengetahui indikator yang mempengaruhi kualitas layanan dan tingkat kepuasan publik serta berdasarkan pada teori ekonomi. Hasil dari penelitian ini adalah:

- a. Pengguna jasa memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas layanan MPN. Beberapa indikator yang dinilai cukup berkualitas adalah ketersediaan informasi dan data, ketersediaan sarana dan peralatan untuk mendukung pencarian informasi dan intelijen, serta keyakinan terhadap kemampuan aparat mengatasi hambatan teknis. Secara umum tingkat kepuasan pengguna layanan MPN mencapai indeks sebesar 3,768 yang berarti “baik” dan menunjukkan bahwa masyarakat puas terhadap pelayanan yang diberikan;
- b. Kepuasan khalayak mempengaruhi loyalitas MPN karena pengguna merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk mengunjungi dan menggunakan layanan MPN;
- c. Penggunaan model *Servqual* dan penggunaan pedoman penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) membuktikan bahwa dapat di implementasikan di sektor publik;

Penelitian Nupikso di dalam jurnalnya membantu memberikan gambaran bagi Penulis bahwa loyalitas publik terhadap suatu perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan mereka terhadap layanan yang telah diberikan. Sehingga, kepuasan publik ini merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan agar mendapatkan rekomendasi dan citra yang baik di mata masyarakat.

- 5) Mahanani (2010), dalam skripsinya yang berjudul ***“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening***

Listrik". Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, keamanan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi berganda dengan angket atau kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah jaminan, kemudian kekonkretan, daya tanggap, keandalan, dan kemudian empati adalah faktor terkecil yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan;
- b. Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah karyawan sebaiknya tetap mempertahankan pola kerjanya yaitu terampil dan selalu meningkatkan pengetahuan yang salah satunya dapat diperoleh melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh perusahaan. Selain itu, sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani pelanggan, seperti perlunya penempatan karyawan di bagian *customer service* dan mereka harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik sehingga mereka dapat berkomunikasi dengan lancar dengan pelanggan.

Penelitian Sonya Mahanani memberikan sumber informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Penelitian tersebut juga didukung oleh uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi untuk memperkuat hasil penelitian.

- 6) Ulkhaq & Barus (2017), dalam jurnalnya yang berjudul "***Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera***". Penelitian ini

bertujuan untuk menilai kualitas layanan jasa dari PT. TELKOM untuk produk Indihome dimana berdasarkan studi pendahuluan, menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang mengeluh tentang kualitas layanan IndiHome. Penelitian tersebut menggunakan *Servqual* yang dikelompokkan dalam lima dimensi. Teknik pengumpulan data dengan pengisian kuesioner oleh responden yang sudah pernah memakai jasa layanan IndiHome. Hasil dari penelitian ini:

- a. Pelanggan IndiHome merasa kurang puas terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan oleh IndiHome yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata setiap gap adalah negatif. Nilai ini tidak hanya terjadi di rata-rata keseluruhan, melainkan juga untuk semua dimensi, yaitu dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*;
- b. Rekomendasi yang diberikan di antaranya adalah perusahaan perlu mengadakan training untuk setiap karyawan mengenai cara mengatasi permasalahan dengan cepat dan tepat, serta sebaiknya petugas berpenampilan yang baik apabila bertugas di lapangan maupun di kantor.

Penelitian dari Ulkhaq & Barus ini memberikan gambaran kepada Penulis bahwa kualitas layanan dianggap sebagai faktor penting bagi keberhasilan penyedia layanan . Apalagi dengan meningkatnya persaingan, maka sebuah perusahaan harus mementingkan dan memberikan layanan jasa yang terbaik bagi pelanggannya. Penelitian ini hanya menggunakan metode *Servqual* dalam penelitiannya, sedangkan Penulis mencoba menggabungkan antara metode *Servqual* dengan metode *Importance-Performance Analysis (IPA)* untuk melihat nilai kepentingan

dari suatu dimensi. Namun, penelitian ini tetap memiliki relevansi dan digunakan oleh penulis sebagai referensi dalam menggunakan metode *Servqual*.