

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Manajemen sumber daya manusia ialah suatu perencanaan dalam suatu organisasi dan diberi pengarahan dan pengawasan atas pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemutusan suatu hubungan kerja agar dapat mencapai tujuan organisasi secara tepadu dan konsisten (Sunyoto, 2012:2). Menurut Salutondok dan Soegoto (2015) menyatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah seni dalam ilmu pengetahuan yang pelaksanaannya dan pengontrolannya yang ditetapkan terlebih dahulu kepada tenaga kerja untuk tercapainya suatu kepuasan dihati pada diri karyawan. Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu yang mengatur hubungan dan peranan yang erat dalam tenaga kerja. Dengan demikian, tanpa sumber daya manusia bermanfaat dalam mencapai tujuan organisasi. Untuk mencapai tujuan organisasi, tentunya karyawan harus memaksimalkan kinerja yang dimiliki (Hasibuan, 2013:21).

Berdasarkan beberapa definisi diatas manajemen sumber daya manusia, dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor prnting bagi organisasi sebab akan memberi dampak kepada setiap perilaku manusia untuk mencapai sasaran dan tujuan organisasi.

b. Fungsi-fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia memiliki fungsi-fungsi, menurut Sunyoto (2012:6) ada beberapa fungsi manajemen sumber daya manusia yaitu:

- 1) Fungsi Manajerial.
- 2) Fungsi Operasional

c. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Setiap semua organisasi, menetapkan tujuan-tujuan untuk mereka capai dalam manajemen suatu sumber dayanya seperti sumber daya manusianya, Tujuan ini sangatlah tidak dapat dirumuskan karena tergantung dari sifat dan perkembangan dan tahapan pada suatu organisasi (Sutrisno, 2009:7).

Tujuan manajemen sumber daya manusia berdasarkan Cushway (2001) dalam Sutrisno (2009:7) yaitu:

- 1) Memberikan suatu pertimbangan dan kebijakan agar manajemen bisa memastikan suatu organisasi termotivasi dan bekinerja keras, sehingga perubahan dalam memenuhi kewajiban suatu pekerjaan secara legal.
- 2) Menjaga dan mengimplementasikan seluruh kebijakan dan prosedur dalam sumber daya manusia yang dapat dimungkinkan untuk mencapai tujuan organisasi.
- 3) Pengembangan dalam membantu suatu organisasi disetiap keseluruhan dan strategi yang tepat pada implikasi manajemen sumber daya manusia.
- 4) Memberikan dukungan penuh dalam kondisi apapun agar membantu manajer lini agar bisa mencapai tujuannya.

- 5) Menangani seluruh situasi dan krisis pada karyawan agar bisa meyakinkan mereka tidak menghambat tujuan organisasi yang akan dicapai.
- 6) Menggunakan media komunikasi dalam bekerja di manajemen organisasi.
- 7) Bertindak secara tegas dalam memelihara standart organisasi dan mempunyai nilai dalam manajemen SDM.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Lovelock dkk (2010:154) menyatakan kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab dalam memenuhi harapan pelanggan bahkan lebih. Kualitas menurut ISO 9000 adalah “*degree to which a of inherent characteristic fulfils requirements* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang *inheren* dalam memenuhi persyaratan)” atau tujuan untuk mencapai derajat yang berpaduan antara sifat dan karakteristik dalam memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang tidak nampak namun dengan adanya interaksi dengan pelanggan maka pelayanan permasalahan dapat dipecahkan (Priansa,2017:53).

Kualitas jasa adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, (Kotler and Keller 2009:143). Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana melakukan tindakan dalam memenuhi harapan pelanggan untuk tetap merasa puas.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang dapat diartikan sebagai aktivitas tidak nampak namun terjadi akibat interaksi antara pegawai dengan pelanggan atau masyarakat (Priansa, 2017:53), terdapat empat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Memperhatikan permasalahan yang dialami oleh masyarakat dan diharapkan untuk dapat menyelesaikan masalah tersebut.
- 2) Spontan dalam menangani keluhan yang dialami oleh masyarakat.
- 3) Dalam menyelesaikan masalah pegawai harus berhubungan langsung dengan masyarakat yang bersangkutan, dengan harapan pegawai segera menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh masyarakat.
- 4) Memperbaiki hal-hal yang tidak diinginkan oleh masyarakat.

Tjiptono (2016:134), berpendapat bahwa ada delapan dimensi kualitas pelayanan yang dipakai dalam analisa strategi dan kerangka perencanaan, berikut adalah kedelapan dimensi tersebut yaitu:

- 1) Kinerja dari produk pokok yang akan dibeli.
- 2) Tambahan dari ciri – ciri produk.
- 3) Reliabilitas.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi.
- 5) Jangka waktu yang lama.
- 6) Perusahaan yang mampu menterjemahkan arti dari produk
- 7) Estetika.
- 8) Kualitas pelayanan yang telah dipersiapkan.

Tjiptono (2016:136) berhasil mendefinisikan sepuluh dimensi pokok kualitas yaitu:

- 1) Reliabilitas, yaitu konsisten dalam arti perusahaan dapat dipercaya, (*dependability*) perusahaan juga diharapkan dapat memenuhi janji secara tepat, menyampaikan hal – hal secara benar sejak awal (*right the first time*).
- 2) Responsifitas atau daya tanggap yaitu karyawan yang selalu setia membantu masyarakat secara tepat waktu.
- 3) Karyawan yang menguasai kreativitas dan profesional, agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
- 4) Akses merupakan fasilitas untuk kemudahan berkomunikasi, yang meliputi (telepon, surat, email, dan lain – lain) dan waktu yang nyaman.
- 5) Kesopanan (*courtesy*), meliputi sikap sopan santun, ramah seperti karyawan yang berada di (operator, resepsionis *teller* dan lain – lain).
- 6) Komunikasi adalah cara penyampaian informasi kepada masyarakat dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa atau layanan.
- 7) Kredibilitas merupakan sifat jujur dan dapat dipercaya oleh masyarakat.
- 8) Keamanan (*security*) cara agar masyarakat bisa mendapatkan pelayanan yang aman dalam keamanan fisik, keamanan financial, prifasi dan kerahasiaan.
- 9) Kemampuan memahami masyarakat, merupakan tindakan dalam memberikan pelatihan terhadap masyarakat secara individual serta mengenal masyarakat reguler.

10) Bukti fisik yang mencakup fasilitas peralatan personil dan bahan – bahan komunikasi semacam kartu bisnis kop surat dan lain-lain.

Definisi lain tentang lima determinan kualitas jasa berikut ini, yaitu antara lain :

1) *Tangibles*

Wujud (*Tangible*) merupakan bukti fisik atau wujud yang terdapat pada perusahaan, wujud adalah hal terpenting dalam perusahaan karena ketika barang atau alat-alat yang digunakan tidak nampak terhadap masyarakat maka akan menjadi pertanyaan tersendiri, dalam mengaplikasikan peralatan maka peralatan yang harus digunakan harus peralatan yang modern, agar semua pengapliasiannya mudah dan tidak membahayakan masyarakat, wujud juga tidak berupa peralatan tetapi juga berupa materi pegawai yang berpenampilan rapi dan profesional (Ratnasari dan Aksa, 2011:107).

Indikator *Tangible* atau bukti fisik adalah sebagai berikut, (Tjiptono dan Chandra, 2016:162):

- a) Peralatan modern.
- b) Fasilitas yang berdaya tarik visual.
- c) Pegawai yang berpenampilan rapi dan professional.
- d) Materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

2) *Reliability*

Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dan dapat dipercaya, juga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat seperti ketepatan waktu pelayanan yang sesuai, serta simpati dan akurasi yang tinggi (Ratnasari dan Aksa 2011:108).

Indikator *Reliability* atau keandalan adalah sebagai berikut, (Tjiptono dan Chandra, 2016:162):

- a) Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
- b) Dapat di andalkan dalam mengenai masalah jasa pelayanan.
- c) Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali.
- d) Menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- e) Menyampaikan catatan atau dokumen tanpa kesalahan.

3) *Responsiveness*

Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kebijakan dalam merespon permasalahan yang terjadi pada masyarakat tanpa adanya keterlambatan waktu dalam menangani permasalahan tersebut (*responsive*) apabila terjadi keterlambatan dan tidak ada respon dari perusahaan maka akan mengakibatkan kekecewaan terhadap masyarakat dan akan dinilai negatif oleh masyarakat (Ratnasari dan Aksa, 2011:108).

Indikator *responsiveness* atau daya tanggap adalah sebagai berikut, (Tjiptono dan Chandra 2016:162) :

- a) Menginformasikan masyarakat tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
- b) Layanan yang segera atau cepat bagi masyarakat.
- c) Kesiediaan untuk membantu masyarakat.
- d) Kesiapan untuk merespon permintaan masyarakat.

4) *Assurance*

Jaminan (*Assurance*), adalah bagaimana cara agar masyarakat dapat percaya diri yaitu dengan memberikan jaminan atau asuransi terhadap apa yang dijanjikan

oleh perusahaan tidak hanya itu masyarakat juga harus diberikan fasilitas yang dapat menjaga dirinya dari bahaya dengan pengawalan keamanan, terbebas dari ancaman dari luar apabila hendak melakukan transaksi pada saat pembayaran, karyawan yang bersikap ramah dan sopan terhadap masyarakat, pegawai yang mampu menjawab pertanyaan para masyarakat (Ratnasari dan Aksa, 2011:109).

Indikator *Assurance* atau jaminan adalah sebagai berikut, (Tjiptono dan Chandra, 2016:162):

- a) Pegawai yang menumbuhkan rasa percaya para masyarakat.
- b) Membuat masyarakat merasa aman sewaktu melakukan transaksi.
- c) Pegawai yang secara konsisten bersikap sopan.
- d) Pegawai yang mampu menjawab pertanyaan masyarakat.
- 5) *Empathy*

Memberikan perhatian (*Empaty*), empati merupakan tindakan yang tulus yaitu tidak membedakan satu sama lain, memberikan pelayanan dengan sepenuh hati tanpa mengeluh terhadap masyarakat yang mengharapkan pelayanan terhadap pegawai, selalu memberikan perhatian terhadap masyarakat dan tidak melalaikan tanggung jawabnya dalam melayani masyarakat, melayani dengan sepenuh hati dengan sungguh-sungguh dengan tujuan mengutamakan kepentingan masyarakat (Ratnasari dan Aksa, 2011:108).

Indikator *Empathy* adalah sebagai berikut, (Tjiptono dan Chandra, 2016:162):

- a) Memberikan perhatian individual kepada para masyarakat.
- b) Pegawai yang memperlakukan masyarakat secara penuh perhatian.
- c) Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan masyarakat.

- d) Pegawai yang memahami kebutuhan masyarakat.
- e) Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman.

c. Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan yang ada haruslah dikelola dengan sebaik mungkin agar tidak timbulnya kesenjangan (*gap*) antara instansi dan masyarakat. Karena perbedaan persepsi dan wujud langsung dari pelayanan yang dijanjikan dan yang diterima, terdapat lima kesenjangan yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2014:220), yaitu:

- 1) Kesenjangan persepsi manajemen, terdapat perbedaan penilaian pelayanan penggunaan jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan tersebut terjadi karena kurangnya orientasi riset pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan riset, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan masyarakat, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
- 2) Kesenjangan spesifik kualitas, kesenjangan diantara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidak layakan, tidak memadainya standarnisasi tugas, dan tidak adanya peyusunan tujuan.
- 3) Kesenjangan penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
- 4) Kesenjangan komunikasi pemasaran, kesenjangan antara penyampaian dan komunikasi internal. Ekspektasi masyarakat mengenai kualitas pelayanan

dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan mengenai komunikasipemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena dua hal, yaitu tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan untuk janji yang berlebihan perihal kualitas pelayanan yang akan diterima.

- 5) Perusahaan perlu memperhatikan kesenjangan dalam pelayanan karena persepsi yang berbeda akan berdampak negatif, apabila perusahaan tidak melayani apa yang diharapkan oleh masyarakat.

2.1.3 Kepuasan Masyarakat

a. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti baik, kepuasan juga disebut dengan upaya untuk memenuhi suatu barang yang dianggap penting dalam kehidupan sehari-hari (Tjiptono dan Chandra, 2016:204). Masyarakat merupakan seseorang yang setia untuk membeli suatu barang ditempat yang sama (Ratnasari dan Aksa, 2011:102).

Kepuasan masyarakat adalah tujuan pertama para pembisnis untuk menciptakan bisnis mereka tetap diminati oleh masyarakat karena apabila bisnis mereka sudah tidak dilirik oleh masyarakat maka akan terdapat resiko bisnis yang akan dihadapi oleh perusahaan, yaitu masyarakat akan beralih atau tidak memilihnya (Priansa, 2014:32).

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan masyarakat adalah suatu aktivitas dimana masyarakat merasa nyaman dan lebih memilih ditempat yang biasa mereka tempati, maka tindakan tersebut membuktikan bahwa

masyarakat merasa puas terhadap pelayanan yang disediakan oleh perusahaan/pemerintahan.

b. Indikator Kepuasan Masyarakat

Ukuran kepuasan masyarakat sebagai konsumen pelayanan jasa publik menurut Lovelock (2010:160) ada delapan indikator pelayanan jasa publik, sebagai berikut:

- 1) *Information*. Pelayanan berkualitas dimulai dari informasi produk jasa yang dibutuhkan masyarakat. Penyediaan saluran informasi yang cepat dan tepat langsung memberikan kemudahan masyarakat memenuhi kebutuhannya.
- 2) *Consultation*. Setelah informasi diperoleh, dilakukan konsultasi teknis, harga, prosedur, dan kebijakan. Untuk itu, harus disiapkan waktu, materi konsultasi, personil dan sarana lainnya secara tepat cepat dan lengkap.
- 3) *Ordertaking*. Artinya pelayanan aplikasi dan administrasinya tidak berbelit-belit, harus flexibel, biaya murah, syarat ringan dan kemudahan pelayanan lainnya.
- 4) *Hospitality*. Diartikan sebagai sikap, perilaku pelayanan yang sopan, ramah, ruangan yang sehat, dan indah.
- 5) *Caretaking*. Berarti kemampuan penyesuaian pelayanan terhadap perbedaan *background* masyarakat.
- 6) *Exception*. Dimaksudkan sebagai kemampuan pelayanan untuk bertanggungjawab terhadap klaim masyarakat atas produk yang tidak berkualitas dan merugikan atas kebijakan yang menguntungkan kelompok tertentu dan menguntungkan kelompok lain.

- 7) *Billing*. Diartikan sebagai administrasi pembayaran pelayanan jasa publik yang memudahkan masyarakat, baik formulir, mekanisme pembayaran maupun keakuratan perhitungan.
- 8) *Payment*. Dimaksudkan sebagai fasilitas pembayaran berdasarkan keinginan masyarakat masyarakat baik berupa *self service payment, transfer bank, credit card*, debit langsung maupun tagihan langsung saat transaksi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini telah didukung oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Indriastuti (2010) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah, menghasilkan kesimpulan yaitu hasil analisis membuktikan bahwa elemen dalam dimensi kualitas pelayanan jasa perbankan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sabrih (2012) dengan judul penelitian “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh” Menghasilkan kesimpulan terdapat pengaruh positif signifikan antara dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Empaty, Realibility*, (Shabri et al., 2012)

Mastuti (2013) dengan judul penelitian “pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa” menghasilkan kesimpulan : model dimensi kualitas pelayanan *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), dan *Emphaty* (empati) dalam menjelaskan mahasiswa puas dan tidak puas cukup besar yaitu 70,7%, sinya 29,3% dijelaskan faktor diluar seperti *price* (harga).

Penelitian oleh Ulumudin (2014) dalam jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Boyongbong Kabupaten Garut. Memiliki hasil penelitian bahwa Terdapat pengaruh variabel *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara parsial terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian oleh Agus Mantri, dkk. (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pembuatan Kartu Peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kantor BPJS Kesehatan Kota Bogor. Memiliki hasil penelitian bahwa Terdapat pengaruh variabel *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara parsial terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian oleh Yulina Eliza (2015) dalam jurnal berjudul Analisis Kepuasan Masyarakat Atas Kualitas Pelayanan Kantor Kecamatan Siberut Selatan Kabupaten Kepulauan Mentawai. Memiliki hasil penelitian bahwa Terdapat pengaruh variabel *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara parsial terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian oleh Juli Omar Sinaga, dkk. (2016) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (Paten) di Kecamatan Nongsa Kota Batam. Memiliki hasil penelitian bahwa Variabel *tangible* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat, variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian oleh Nova I. E. Tamara, dkk. (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kawangkoan Bawah Kecamatan Amurang Barat di Kabupaten Minahasa Selatan. Memiliki hasil penelitian bahwa Keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, bukti langsung tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian oleh Herlis Sukma, dkk (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pelapor pada Polsek Tenganan Polres Semarang. Memiliki hasil penelitian bahwa Variabel *tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance*, secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian oleh Fahmi Reza, dkk. (2012) dalam penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat. Memiliki hasil penelitian bahwa Variabel bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Teuku Aliansyah, dkk. (2012)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh	Variabel x: <i>tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance</i> , Variabel y: kepuasan nasabah	Analisis Regresi Linier Berganda	Kelima variabel dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
2	Aceng Ulumudin (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kecamatan Boyongbong Kabupaten Garut	Variabel x: <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance,</i> Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh variabel <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance</i> secara parsial terhadap kepuasan masyarakat
3	Agus Mantri, dkk. (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pembuatan Kartu Peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Kantor BPJS Kesehatan Kota Bogor	Variabel x: <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance,</i> Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh variabel <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance</i> secara parsial terhadap kepuasan masyarakat
4	Yulina Eliza (2015)	Analisis Kepuasan Masyarakat Atas Kualitas Pelayanan Kantor Kecamatan Siberut Selatan Kabupaten Kepulauan Mentawai	Variabel x: <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance,</i> Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Terdapat pengaruh variabel <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance</i> secara parsial terhadap kepuasan masyarakat
5	Juli Omar Sinaga, dkk. (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (Paten) di Kecamatan Nongsa Kota Batam	Variabel x: <i>tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance,</i> Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel <i>tangible</i> dan <i>empathy</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Variabel <i>reliability, responsiveness, assurance</i> secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat

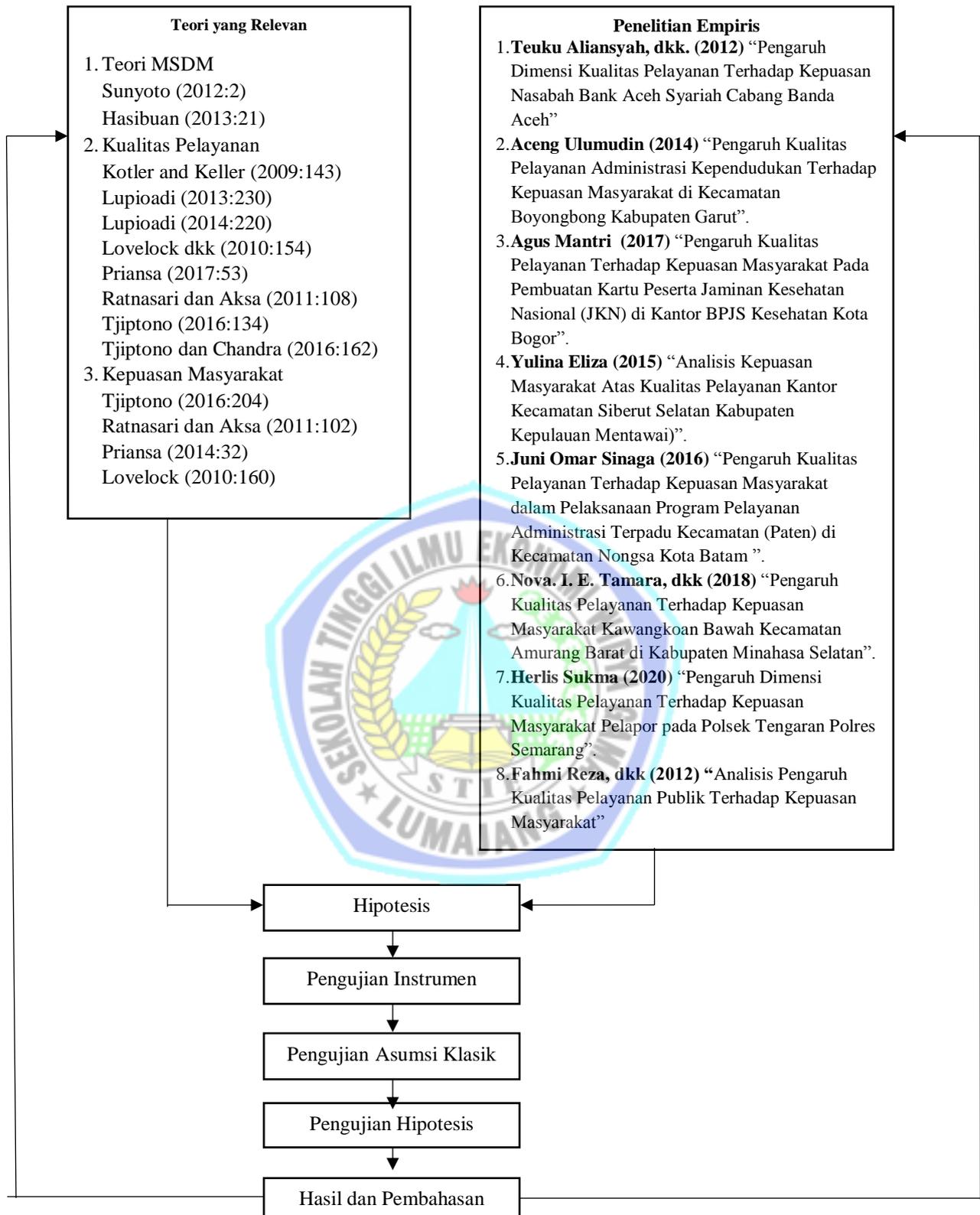
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
6	Nova I. E. Tamara, dkk. (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kawangkoan Bawah Kecamatan Amurang Barat di Kabupaten Minahasa Selatan	Variabel x: kenadalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung, Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Bukti langsung tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat
7	Herlis Sukma, dkk (2020)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pelapor pada Polsek Tenganan Polres Semarang	Variabel x: <i>tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance,</i> Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel <i>tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance,</i> secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat
8	Fahmi Reza, dkk. (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat	Variabel x: bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati Variabel y: kepuasan masyarakat	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat
9	Indrastuti (2010)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah	Variabel Dependen: <i>Reliability (X1) Responsiveness(X2), Assurance(X3), Empathy(X4), Tangible (X5)</i> Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil analisis membuktikan bahwa elemen dalam dimensi kualitas pelayanan jasa perbankan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
10	Mastuti (2013)	“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa”	Variabel Dependen : <i>Tangible (X1) Reliability (X2) Responsiveness (X3) Assurance (X4) Empathy (X5)</i> Variabel Independen : Kepuasan Mahasiswa (Y)	Analisis Regresi Logistik	Model dimensi kualitas pelayanan <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), dan <i>emphaty</i> (empati) dalam menjelaskan mahasiswa puas dan tidak puas cukup besar yaitu 70,7%, sinya 29,3% dijelaskan faktor diluar seperti <i>price</i> (harga).

Sumber: Jurnal Penelitian Terdahulu Tahun 2010-2020.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan sintesa hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis, kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran dapat meyakinkan sesama ilmuwan adalah alur-alur pikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berpikir yang membuahkan kesimpulan yang berupa hipotesis (Sugiyono, 2015:94).

Berdasarkan landasan teoritis dan landasan empiris yang telah dideskripsikan, maka kerangka penelitian tersebut akan dilakukan pengajuan hipotesis dengan melakukan uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji statistik yang kemudian akan diketahui hasilnya setelah pengujian selesai dengan hasil penelitian yang didukung oleh teori dan hasil penelitian yang konsisten dengan teori. Adapun kerangka penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

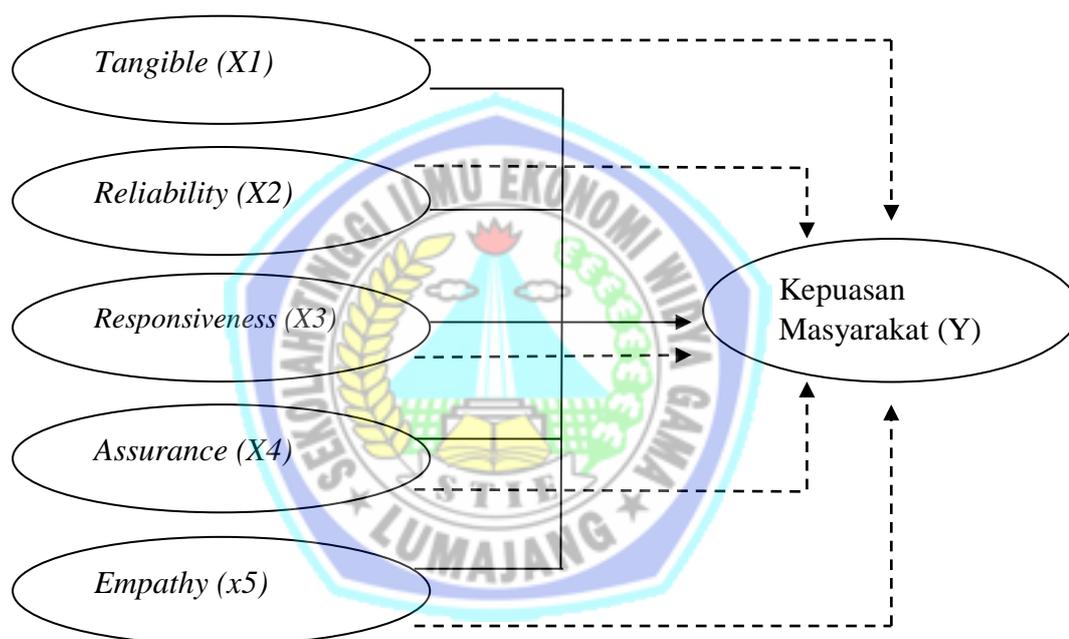


Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

2.4 Kerangka Konseptual

Paradigma penelitian merupakan pola hubungan antar variabel yang akan diteliti sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis serta teknik analisis statistik yang akan digunakan (Paramita, 2018:46-47). Berikut kerangka dalam penelitian ini:



Gambar 2.2

Kerangka Konseptual

Sumber: Dimensi Kualitas Pelayanan (Tjiptono dan Chandra, 2016:162);
Kepuasan Masyarakat (Ratnasari dan Akxa, 2011:102)

Dengan Ketentuan :

—————→ = Garis Hubungan Simultan

-----→ = Garis Hubungan Parsial

Jika suatu variabel memiliki indikator-indikator tunggal maka bentuk yang dikembangkan berbentuk kotak sedangkan apabila suatu variabel mempunyai beberapa indikator maka model yang dikembangkan dalam bentuk elips karena memiliki beberapa indikator (Ferdinand, 2014:182-183)

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan sugiyono (2011:63)

a) Hipotesis Pertama

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:107) *Tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, fasilitas fisik, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang diteliti oleh Hukama (2017) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen laboratorium klinik (studi kasus laboratorium klinik x Jakarta)” menghasilkan kesimpulan bahwa kelima variabel *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis pertama diajukan sebagai berikut :

H₁: *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kecamatan Jatiroto

b) Hipotesis Kedua

Menurut Lupiyoadi (2013:216) pengertian *Reliability* merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang telah di janjikan secara akurat dan terpercaya. Tentunya kinerja harus sesuai dengan harapan masyarakat seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sesuai dan sama, sesuai harapan masyarakat kemudian sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Hal ini didukung oleh penelitian Aliansyah, dkk. (2012) dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”. Hasil penelitian menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis kedua diajukan sebagai berikut:

H₂: *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kecamatan Jatiroto

c) Hipotesis Ketiga

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:108) *Responsiveness* yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*Responsive*) dan tepat terhadap kepuasan masyarakat dan memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan masyarakat. Berdasarkan penelitian oleh Ulumudin (2014) yang menyatakan hasil penelitian hasil bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Maka dalam penelitian ini hipotesis ketiga yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₃: *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kecamatan Jatiroto

d) Hipotesis Keempat

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:109) *Assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat kepada perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Mantri (2017) yang memiliki hasil penelitian bahwa *assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Maka, dalam penelitian ini hipotesis keempat yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₄: *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kecamatan Jatiroto

e) Hipotesis Kelima

Menurut Lupiyoadi (2013:217) *Empathy* bersifat tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada masyarakat dengan berupaya memahami keinginan masyarakat, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang masyarakat, memahami kebutuhan masyarakat secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian Eliza (2015) yang menyatakan bahwa *empathy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Maka, dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₅: *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kecamatan Jatiroto

f) Hipotesis Keenam

Penelitian oleh Aliansyah (2012) Ulumudin (2014), dan Eliza (2015) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Maka, dalam penelitian ini hipotesis keenam yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₆ : Terdapat pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kecamatan Jatiroto.

