

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Uraian Teori

##### 1. Pengertian dan Klasifikasi Pelayanan/Jasa

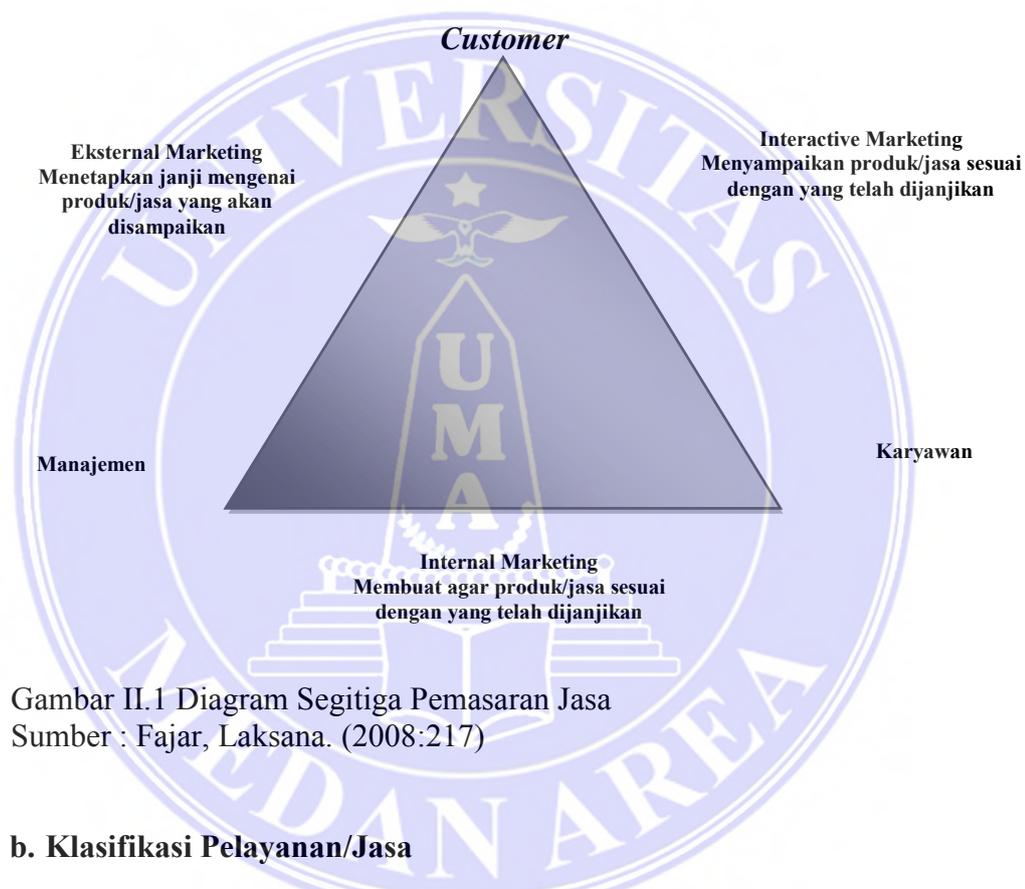
###### a. Pengertian Pelayanan/Jasa

Kata pelayanan atau jasa atau *service* memiliki makna yang beragam. Menurut Nembah (2011:3) pelayanan adalah “Sebagai suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung”. Pelayanan adalah fasilitas pelayanan jasa yang penyajiannya disertai keramah-tamahan yang menyenangkan untuk para pelanggan, dengan sebagai suatu yang menyenangkan merupakan daya tarik, dengan demikian keramah-tamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu antraksi bagi calon pelanggan.

Payne (2007:72) menyatakan ”Pelayanan adalah suatu produk yang tidak nyata (*intangible*) dari hasil kegiatan timbal balik antara pemberi jasa (*producer*) dan penerima jasa (*customer*) melalui suatu atau beberapa aktivitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan merupakan hal, cara atau melayani, menyediakan segala apa yang diperlukan orang.

Definisi lainnya yang berorientasi pada aspek proses atau aktifitas yaitu jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (tidak selalu) terjadi pada interaksi antara customer dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau system penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah *customer* (Gonroos, 2006:13).

Secara singkat, jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata (*intangibile*) dari satu pihak kepada pihak lain, dimana pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dan interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Berikut ini diagram segitiga pemasaran jasa, yaitu ;



Gambar II.1 Diagram Segitiga Pemasaran Jasa  
Sumber : Fajar, Laksana. (2008:217)

#### b. Klasifikasi Pelayanan/Jasa

Secara garis besar klasifikasi pelayanan/jasa dibagi dalam tujuh kriteria pokok (Tjiptono, 2008:67) :

##### 1) Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa ditujukan pada *customer* akhir (seperti taksi, asuransi jiwa, catering, dll) dan jasa bagi *customer* organisasional (misalnya biro periklanan, jasa konsultasi manajemen, dll). Perbedaan utama antara kedua segmen tersebut terletak pada alasan dan kriteria spesifik dalam memilih jasa dan penyedia jasa, kuantitas jasa yang dibutuhkan, dan kompleksitas pengerjaan jasa yang diperlukan.

- 2) Tingkat keberwujudan  
Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan *customer* yang dibagi menjadi tiga macam :
  - a) *Rented-goods service* : *customer* menyewa dan menggunakan produk tertentu berdasarkan tariff yang disepakati selama jangka waktu spesifik.
  - b) *Owner-goods service* : produk-produk yang dimiliki *customer* direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan kinerjanya, atau dipelihara/dirawat oleh perusahaan jasa. Juga termasuk perubahan bentuk dari produk tersebut.
  - c) *Non-goods service* : jasa personal bersifat intangible (tidak berbentuk produk fisik) yang ditawarkan kepada *customer*.
- 3) Keterampilan penyedia jasa  
Berdasarkan kriteria ini terdapat dua tipe pokok jasa yaitu *professional service* (jasa yang membutuhkan keterampilan tinggi dalam proses operasinya) dan *non-professional service* (tidak memerlukan keterampilan tinggi).
- 4) Tujuan organisasi jasa  
Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat diklasifikasikan menjadi *commercial service* atau *profit service* dan *non-profit service*.
- 5) Regulasi  
Berdasarkan aspek regulasi, jasa dibagi menjadi *regulated service* dan *non-regulated service*.
- 6) Tingkat intensitas karyawan  
Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dikelompokkan menjadi dua macam yaitu : *equipment-based services* (mengandalkan penggunaan mesin dan peralatan canggih dalam operasinya) dan *people-based service* atau jasa padat karya. Jasa padat karya dikategorikan menjadi tidak terampil dan pekerja profesional.
- 7) Tingkat kontak penyedia jasa dan layanan  
Berdasarkan kriteria ini, secara umum jasa dapat dikelompokkan menjadi *high contact service* dan *low contact service*. Pada jasa kontak tinggi, keterampilan interpersonal staf penyedia jasa merupakan aspek krusial yang meliputi komunikasi, presentasi dan manajemen stress. Sementara pada jasa kontak rendah, justru keahlian teknis karyawan yang paling krusial.

## 2. Karakteristik Pelayanan/Jasa

Menurut Tjiptono (2008:68), ada empat karakteristik pelayanan jasa yaitu :

- a. *Intangibility* (tidak dapat dilihat, dirasakan)  
Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum pelanggan mencoba atau membeli. Karena sifat jasa ini tidak dapat

disentuh dan tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diinformasikan atau dipahami secara rohani. Maka dalam hal ini perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Jasa pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari penyedia. Hal ini bias dilihat dari faktor-faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dalam pemberian perhatian khususnya pada tingkat partisipasi atau keterlibatan pelanggan dalam proses jasa misalnya aktifitas dan peran serta pelajar atau mahasiswa dalam pendidikan di sekolah maupun perguruan tinggi.

c. *Variability* (keragaman)

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan non standardized output artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

Dalam hal ini penyedia jasa dapat menggunakan 3 pendekatan dalam pengendalian kualitas jasa yaitu :

- 1) Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personalia yang baik.
- 2) Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa. Dalam hal ini dapat dilakukan dalam diagram jalur dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa.
- 3) Memantau kepuasan pelanggan melalui system saran dan keluhan survey pelanggan sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan dan jasa sangat bervariasi dalam melakukan pemasaran jasa yang dipengaruhi faktor musiman. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk atau jasa yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.

Ada beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam upaya

memperbaiki atau meningkatkan mutu pelayanan (Tjiptono, 2008:69) yaitu :

- a. Ketepatan waktu pelayanan. Hal-hal yang perlu diperhatikan disini berkaitan dengan waktu dan waktu proses.
- b. Akurasi pelayanan. Berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas kesalahan-kesalahan.
- c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, harus ditingkatkan ini diutamakan bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal, seperti operator telepon, petugas keamanan,

- kasir, penerima tamu dan lain-lain. Citra pelayanan dari industry jasa sangat ditentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada pada garis depan dalam melayani langsung pelanggan eksternal.
- d. Tanggung jawab. Berkaitan dengan penerimaan pesa dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
  - e. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan etersediaan sarana pendukung, serta pelayanan komplementer lainnya.
  - f. Kemudahan mendapatkan pelayanan. Kemudahan ini berkaitan dengan banyaknya outlet, serta banyaknya fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses dan dan lain-lain.
  - g. Variasi model pelayanan. Yang berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, dan *features* dari pelayanan.
  - h. Pelayanan pribadi. Berhubungan dengan *fleksibilitas* dan penanganan permintaan khusus.
  - i. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan. Berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, petunjuk dan bentuk-bentuk lain.
  - j. Atribut pendukung lainnya. Seperti AC, kebersihan, dan fasilitas-fasilitas lainnya.

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 disebutkan bahwa penyelenggaraan pelayanan harus memenuhi beberapa karakter, diantaranya:

- a. Kesederhanaan  
Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.
- b. Kepastian waktu  
Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan dan diinformasikan kepada masyarakat.
- c. Kejelasan  
Kesejelasan ini, misalnya persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik, uni kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik, rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- d. Akuransi  
Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah sesuai dengan aturan yang berlaku dan dengan peruntukannya.
- e. Keamanan  
Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum bagi para stakeholder.

- f. Tanggungjawab  
Pimpinan penyelenggaraan pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
- g. Kelengkapan sarana dan prasarana  
Tersedianya sarana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informasi.
- h. Kemudahan akses  
Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai dan mudah dijangkau oleh masyarakat.
- i. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan  
Pemberian pelayanan harus bersikap disiplin, sopan, dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
- j. Kenyamanan  
Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, misalnya tempat parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

### 3. Indikator Pengukuran Pelayanan/Jasa

Peningkatan pelayanan berarti berbicara tentang bagaimana cara yang harus diperoleh agar mutu/kualitas tersebut ditingkatkan. Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan raasa puas bagi si penerima layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan kualitasnya pada masa yang akan datang.

Menurut Tjiptono (2008:70) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat dicapai melalui pelayanan jasa, dengan indikator pengukuran sebagai berikut:

- a. *Responsivness* (daya tanggap), mempunyai indikator kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
- b. *Reliability* (kehandalan), mempunyai indikator kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.

- c. *Assurance* (jaminan), mempunyai indikator kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
- d. *Emphaty* (perhatian), mempunyai indikator sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.
- e. *Tangibles* (kemampuan fisik), mempunyai indikator berupa sarana fisik perkantoran, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi, dan sebagainya.

Sedangkan menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 10 dimensi yang terdiri dari tiga dimensi pertama ditambah dengan tujuh dimensi lainnya yaitu, *competence, courtesy, credibility, security, acces, communication dan understanding the customer*. Ketujuh dimensi tersebut kemudian dilebur menjadi dua dimensi terakhir yaitu *assurance dan emphaty*.

- a. Kompetensi (*competency*), yaitu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam melaksanakan pelayanan.
- b. Tata Krama (*courtesy*), yaitu keramahan dan sikap bersahabat dari penyedia jasa.
- c. Kredibilitas (*credibility*), yaitu sikap kerja yang menimbulkan kepercayaan dan keyakinan bagi pelanggan.
- d. Keamanan (*security*), yaitu kebebasan dari rasa takut, resiko dan keragu-raguan atas pelayanan yang diberikan meliputi aspek keamanan fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan.
- e. Aksesibilitas (*acces*), yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui oleh penerima pelayanan untuk memperoleh pelayanan.
- f. Komunikasi (*communication*), yaitu keinginan untuk mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan informasi terkini dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh mereka.
- g. Pemahaman atas Konsumen (*understanding the customer*), yaitu usaha untuk mengenali pelanggan dan kebutuhan mereka, termasuk memberikan perhatian yang bersifat personal atau pribadi kepada pelanggan.

#### **4. Pengertian dan Tujuan Pelayanan Publik**

##### **a. Pengertian Pelayanan Publik**

Pelayanan publik atau pelayanan umum dan pelayanan administrasi pemerintah atau perijinan mungkin dilakukan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan masyarakat, misalnya upaya Kantor Pertanahan untuk memberikan jaminan kepastian hukum atas kepemilikan tanah dengan menribitkan akta tanah, pelayanan penyediaan air bersih, pelayanan transportasi, pelayanan penyediaan listrik, dan lain-lain. Pelayanan publik, pelayanan umum dan pelayanan administrasi pemerintah atau perijinan juga diselenggarakan sebagai pelaksanaan peraturan perundang-undangan, misalnya karena ada ketentuan bahwa setiap orang (Wajib Pajak) yang telah memenuhi persyaratan subjektif ini wajib mendaftarkan diri ke kantor Direktorat Jendral Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan Wajib Pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Pelayanan publik sering dilihat sebagai representasi dari eksistensi birokrasi pemerintahan, karena hal itu bersentuhan langsung dengan tuntutan kebutuhan masyarakat. Menurut Rachmadi (2008:78), “Filosofi dari pelayanan publik menempatkan rakyat sebagai subyek dalam penyelenggaraan pemerintahan”.

Secara eksplisit, Sinambela (2010:56) menjelaskan bahwa “Pelayanan publik dapat dinyatakan sebagai segala sesuatu bentuk pelayanan sektor publik yang dilaksanakan aparatur pemerintah dalam bentuk barang dan jasa, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan ketentuan perundangan yang

berlaku”. Mahmudi (2007:123) mengartikan pelayanan publik sebagai pemberian layanan keperluan masyarakat yang mempunyai kepentingan pada orang itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Selanjutnya di dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Kepmen PAN) nomor 63 tahun 2003, pelayanan publik adalah “Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Pada hakikatnya, penyelenggara pelayanan publik yang dimaksud di sini adalah pemerintah. Jadi pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai suatu proses pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh pegawai pemerintah, khususnya instansi yang bertanggung jawab terhadap pelayanan masyarakat.

#### **b. Tujuan Pelayanan Publik**

Tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut pelayanan prima yang tercermin dari (Sinambela, 2010:60) :

- a. **Transparan**  
Pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. **Akuntabilitas**  
Pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. **Kondisional**  
Pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

- d. Partisipatif  
Pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan Hak  
Pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status social, dan lain-lain.
- f. Keseimbangan Hak dan Kewajiban  
Pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Pelayanan publik yang berkualitas bukan hanya mengacu pada pelayanan itu semata, juga menekankan pada proses penyelenggaraan atau pendistribusian pelayanan itu sendiri hingga ke tangan masyarakat sebagai consumer. Aspek-aspek kecepatan, kemudahan, dan keadilan menjadi alat untuk mengukur pelayanan publik yang berkualitas. Hal ini berarti, pemerintah melalui aparat dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat melalui aparat dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat harus memperhatikan aspek kecepatan, kemudahan, dan keadilan.

## **5. Pengertian dan Pengukuran Kepuasan**

### **a. Pengertian Kepuasan**

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan (Kotler, 2005:44). Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa amat puas. Sedangkan (Suprptono, 2008:77) menyatakan bahwa kepuasan adalah rasa lega atau senang karena harapan tentang sesuatu terpenuhi.

Berdasar dua pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka masyarakat akan kecewa. Masyarakat yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

#### **b. Indikator Pengukuran Kepuasan**

Menurut Kepmen PAN No. 25 tahun 2004, ada beberapa indikator yang menjelaskan kepuasan publik (<https://www.google.com>), diantaranya “

- 1) Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
- 2) Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
- 3) Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
- 4) Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
- 5) Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
- 6) Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
- 7) Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
- 8) Keadilan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;
- 9) Kesopanan petugas pelayanan, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;

- 10) Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
- 11) Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
- 12) Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
- 13) Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
- 14) Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

## 6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan merupakan hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya (Kotler (2005:44)). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah :

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas;
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan;
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi;
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan; dan
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. (Lupyoadi, 2006, hal 26).

## 7. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Irna Febriyanti (2013) dengan judul “Pengaruh Kewajiban Kepemilikan Npwp, Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak (Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Wilayah Jakarta Selatan) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewajiban kepemilikan NPWP, pemeriksaan pajak, dan penagihan pajak terhadap penerimaan pajak. Responden dalam penelitian ini adalah para pegawai pajak (fiskus) di KPP Pratama wilayah Jakarta Selatan. Jumlah pegawai pajak yang menjadi sampel penelitian ini adalah 70 pegawai pajak dari tiga Kantor Pelayanan Pajak Pratama di wilayah Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewajiban kepemilikan NPWP, pemeriksaan pajak dan penagihan pajak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan pajak. Variabel yang mempunyai pengaruh paling signifikan terhadap penerimaan pajak adalah penagihan pajak dengan nilai beta yang paling besar diantara variabel independen lainnya sebesar (0,305).

Penelitian yang dilakukan oleh Irma Ika Melati (2011) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai (Studi Empiris Pada Kementerian Keuangan Kantor Wilayah Jawa Tengah) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *locus of control* internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai; *locus of control* eksternal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai; orientasi tujuan pembelajaran berpengaruh positif

dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai; orientasi tujuan penghindaran kinerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai; orientasi tujuan pendekatan kinerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai; kompleksitas tugas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai; gaya kepemimpinan konsiderasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai dan gaya kepemimpinan inisiatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Arenawati (2010) dengan judul Pengaruh Nilai-Nilai Kerja, Kemampuan Komunikasi Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Pelayanan RSUD Serang Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Kepuasan Pelayanan di RSUD Serang menunjukkan pada kategori sedang, hal ini disebabkan karena fasilitas seperti ruang tunggu, ruang parkir kurang memadai, kehadiran dokter yang tidak tepat waktu dan sikap perawat yang kurang ramah. (2) Nilai-nilai kerja (x1) memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan masyarakat (y). (3) Kemampuan komunikasi (x2) memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan masyarakat (y). (4) Penanganan keluhan (x3) memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pelayanan (y). (5) Nilai-nilai kerja (x1), Kemampuan komunikasi (x2) dan Penanganan Keluhan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan masyarakat (y).

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian yang akan dilakukan memiliki persamaan dan perbedaan dengan peneliti-peneliti sebelumnya.

Persamaannya dengan peneliti terdahulu adalah menganalisis pengaruh pelayanan berkualitas terhadap kepuasan pendaftaran NPWP. Sedangkan perbedaannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

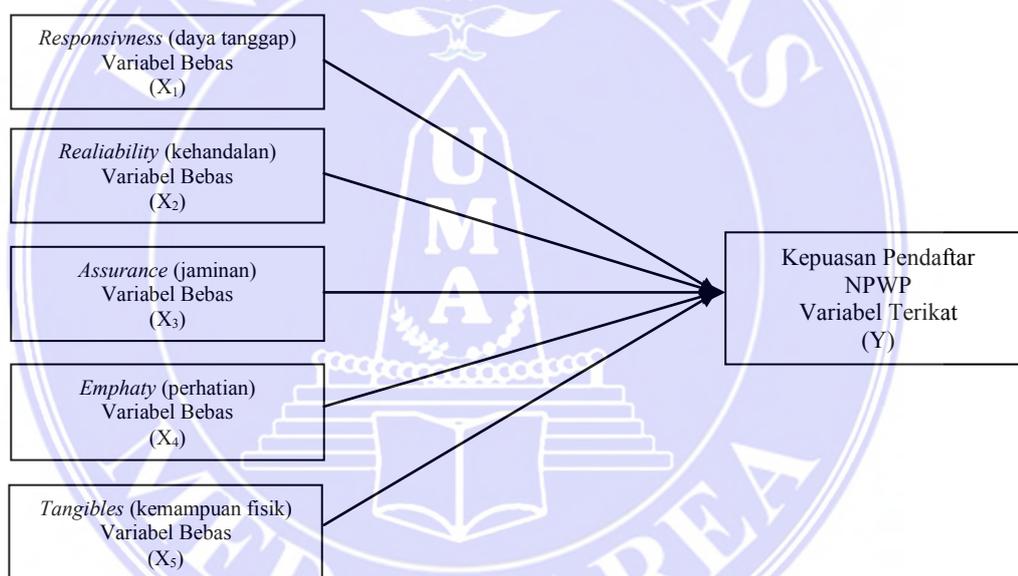
- a. Irna Febriyanti (2013) menggunakan variabel Kewajiban Kepemilikan Npwp, Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak serta Penerimaan Pajak, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pelayanan berkualitas dan kepuasan pendaftaran NPWP.
- b. Irma Ika Melati (2011) menggunakan variabel Faktor-Faktor Kinerja Pegawai, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pelayanan berkualitas dan kepuasan pendaftaran NPWP.
- c. Arenawati (2010) menggunakan 4 variabel yaitu Nilai-Nilai Kerja, Kemampuan Komunikasi Dan Penanganan Keluhan serta Kepuasan Masyarakat, sedangkan penelitian ini menggunakan 6 variabel yaitu indikator pelayanan berkualitas dan kepuasan pendaftaran NPWP

## **B. Kerangka Konseptual**

Pelayanan adalah cara melayani (membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang). Sementara itu fiskus adalah petugas pajak. Sehingga pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang (dalam hal ini adalah wajib pajak). Kepatuhan Wajib Pajak dalam mematuhi peraturan perundang-undangan khususnya terkait dengan pendaftaran NPWP tergantung pada bagaimana petugas pajak memberikan mutu pelayanan yang terbaik kepada wajib pajak. Dengan

pelayanan prima yang diberikan oleh fiskus/petugas pajak, diharapkan wajib pajak mendapatkan kemudahan untuk mendaftar dalam melakukan pendaftaran, maka para waib pajak pasti akan menyampaikan kepada keluarga, teman-temannya, tentang pelayanan yang telah diterimanya, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah Wajib Pajak yang mendaftar untuk mendapatkan NPWP.

Kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar II.2 Kerangka Konseptual

### C. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:51) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan”. Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori dikemukakan hipotesis, yaitu :

1. *Responsivness* (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan pendaftar Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Kota.
2. *Realiability* (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan pendaftar Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Kota.
3. *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan pendaftar Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Kota.
4. *Emphaty* (perhatian) berpengaruh terhadap kepuasan pendaftar Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Kota.
5. *Tangibles* (kemampuan fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pendaftar Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Kota.
6. *Responsivness* (daya tanggap), *realiability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangibles* (kemampuan fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pendaftar Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Kota.