

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERIJINAN TERHADAP
KEPUASAN MASYARAKAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PADA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
PERIJINAN TERPADU SATU PINTU (DPMPTSP)**

OLEH

Dra. Luh Artaningsih, M.M.A¹¹ luhartaningsih28@gmail.com

**DOSEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PANJI SAKTI SINGARAJA**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dari dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuasan dan loyalitas. Penelitian ini dilakukan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada 90 orang masyarakat yang megurus ijin. Teknik analisis data menggunakan path analysis dengan program AMOS versi 22. Variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 0,321. Variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 0,320. Variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 0,426. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 0,364. Variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 0,295.

Kata kunci: *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuasan.

PENDAHULUAN

Administrasi pemerintahan yang dilaksanakan oleh instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah menggunakan istilah konsepsi pelayanan kepada masyarakat dengan sebutan pelayanan publik (*public servis*) yang mencakup pelayanan administrasi, perijinan dan pelayanan umum, Rahmayanty (2013:83). Era reformasi kelihatannya tidak membawa perubahan signifikan terhadap pelayanan publik. Masyarakat sebagai konsumen berbagai aktivitas birokrasi pemerintah masih mengeluhkan banyak hal, seperti masih kuatnya dugaan KKN, masih berteletelnya jalur birokrasi, dan juga masih lemahnya motivasi Pegawai Negeri Sipil

¹¹ Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

untuk berubah. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.

Pelayanan yang berkualitas tentu saja tidak sebatas senyum ramah dari para pegawai saja, melainkan lebih dari itu. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Lupiyoadi (2013:216) terdapat lima dimensi utama yang relevan untuk menjelaskan kualitas pelayanan yang dikenal dengan *service quality* (*Servqual*) yang sering disebut *TERRA* yaitu : *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance*. *Tangible* atau bukti fisik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengguna jasa dengan menyampaikan informasi yang jelas. *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para Pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat.

Pelayanan yang baik apabila pelayanan tersebut dapat memberikan sesuatu yang lebih yang diharapkan oleh konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan melebihi harapan konsumen maka akan menimbulkan perasaan puas bagi konsumen itu sendiri. Sebaliknya bila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan akan menyebabkan konsumen tidak puas (Lupiyoadi,2013:220). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kalau pelayanan yang diberikan tidak memuaskan maka akan menimbulkan perasaan tidak puas yang pada akhirnya konsumen merasa kecewa (Kotler,2005:46).

Masyarakat umum dan kalangan dunia usaha sering mengeluhkan proses perijinan oleh Pemerintah terlalu berbelit - belit, tidak transparan dan perlu biaya ekstra. Mereka sering harus bolak - balik dari satu kantor ke kantor lain hanya untuk mengurus suatu layanan umum atau ijin. Tentu saja hal ini membuat masyarakat menjadi merasa dipermainkan oleh Aparat Pemerintah sehingga

kinerja pelayanan umum secara keseluruhan menjadi buruk. Bagi kalangan dunia usaha masalah yang sering dikeluhkan adalah ketidakjelasan prosedur, biaya dan waktu pemrosesan ijin yang tidak pasti selesai, yang pada akhirnya menimbulkan ekonomi biaya tinggi. Bagi masyarakat kondisi seperti ini menyebabkan kepercayaan masyarakat kepada Pemerintah menurun. Dibentuknya Kantor Pelayanan Terpadu tujuannya adalah untuk menciptakan pelayanan umum pemerintah yang transparan, sederhana, cepat, murah dan memiliki kepastian hukum. Disamping itu Kantor Pelayanan Terpadu ini dibentuk dengan maksud untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan pembangunan, meningkatkan citra aparatur Negara dan abdi masyarakat serta meningkatkan efisiensi dan efektifitas aparatur Pemerintah Daerah dalam pelayanan perijinan kepada masyarakat.

Secara umum Kantor Pelayanan Terpadu mempunyai tugas untuk melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang pelayanan perijinan. Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut Kantor Pelayanan Terpadu antara lain menyelenggarakan fungsi merumuskan kebijakan teknis di bidang pelayanan perijinan dan pembinaan serta pelaksanaan tugas di bidang Pelayanan Perijinan. Pada Saat ini Kantor Pelayanan Terpadu Kabupaten Buleleng berubah nama menjadi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perijinan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP). Langkah yang harus diikuti oleh masyarakat dalam memproses ijin antara lain :

1. Tahap identifikasi ijin
2. Tahap pemeriksaan berkas permohonan ijin
3. Tahap pembuatan BAP (Berita Acara Pemeriksaan)
4. Tahap penerbitan ijin
5. Tahap penyerahan ijin

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perijinan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Buleleng merupakan salah satu Kantor Perijinan yang ada di Singaraja, sesuai Peraturan Bupati Buleleng No. 75 Tahun 2016 tanggal 28 Desember 2016, tentang kedudukan, susunan organisasi tugas dan fungsi serta tata kerja dinas daerah dan Peraturan Bupati No. 59 tahun 2013 tanggal 2 Desember 2013 tentang

SOP serta Tentang Pedoman Pelaksanaan Kegiatan dalam Bidang Perijinan Kabupaten Buleleng. Ijin yang ditangani sebanyak 29 ijin, yang dikelompokkan menjadi 15 ijin, seperti : Ijin usaha jasa konstruksi (IUJK), ijin usaha perikanan (IUP), ijin usaha trayek, ijin usaha angkutan, ijin usaha industri, tanda daftar perusahaan, surat ijin usaha perusahaan (SIUP), surat ijin usaha perusahaan minuman, surat ijin reklame, ijin penimbunan bahan bakar, ijin pengeboran air dibawah tanah, ijin mendirikan bangunan, ijin pariwisata, ijin potong ternak/daging, dan surat ijin tempat. Untuk mencapai keberhasilan perijinan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perijinan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Buleleng maka diharapkan para pegawai memberikan pelayanan yang memuaskan kepada masyarakat.

II TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:257) kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan organisasi atau perorangan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2012:264), terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu : 1) *Transcendental approach* (Pendekatan Transendental), yaitu kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan, biasanya diterapkan dalam dunia seni. 2) *Product-based approach* (Pendekatan Berbasis Produk), yaitu kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. 3) *User-based approach* (Pendekatan Berbasis Pengguna), yaitu Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi. 4) *Manufacturing-based approach* (Pendekatan Berbasis Manufaktur), yaitu kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Dan 5) *Value-based approach* (Pendekatan Berbasis Nilai), yaitu kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif,

sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas layanan sendiri bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan (Tjiptono, 2012:157).

Thoha dalam Hardiansyah (2011:11) mengemukakan istilah lain yang sejenis dengan pelayanan itu adalah pengabdian dan pengayoman. Dari seorang administrator diharapkan akan tercermin sifat-sifat memberikan pelayanan publik, pengabdian kepada kepentingan umum dan memberikan pengayoman kepada masyarakat lemah dan kecil. Administrator lebih menekankan pada mendahulukan kepentingan masyarakat/umum dan memberikan service kepada masyarakat ketimbang kepentingan sendiri.

Sugiarto (2002:36) menyatakan pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.

Perlu dipahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang (pegawai/karyawan) bukan dari organisasi atau perusahaan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk, (Tjiptono, 2007).

Menurut Parasuraman (2013:148) terdapat lima dimensi/indikator kualitas pelayanan yang sering disebut TERRA sebagai berikut : 1) *Tangible* atau bukti fisik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik, perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. *Tangible* ini meliputi : a) Kemutlakan peralatan dan teknologi, b) Kondisi suara, c) Kondisi sumber daya manusia, d) Keselarasan fasilitas fisik dengan jasa yang diberikan. 2) *Emphaty* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pengguna jasa dengan memahami keinginan konsumen seperti : a) Perhatian Perusahaan terhadap konsumen, b) Perhatian karyawan secara pribadi kepada konsumen. 3) *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya yaitu : a) Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal yang jelas disusun, b) Kehandalan suatu perusahaan dalam menyampaikan jasa, c) Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan, d) Keakuratan penanganan dokumen oleh perusahaan. 4) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengguna jasa dengan menyampaikan informasi yang jelas. Pada dasarnya *responsiveness* akan meliputi : a) Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa, b) Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan, c) Kesiediaan staf dalam membantu kesulitan konsumen, d) Keluangan waktu staf guna menangani permintaan konsumen. 5) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen/ masyarakat terhadap perusahaan seperti: a) Kemampuan sumber daya manusia, b) Rasa aman selama menerima layanan dari karyawan, c) Kesabaran pegawai.

Pelayanan Publik

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 tahun 3002 telah dijelaskan bahwa pengertian pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksana kebutuhan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik (*public service*) adalah suatu

pelayanan atau pemberian terhadap masyarakat yang berupa penggunaan fasilitas-fasilitas umum, baik jasa maupun non jasa, yang dilakukan oleh organisasi publik dalam hal ini suatu pemerintahan. Dalam pemerintahan pihak yang memberikan pelayanan adalah aparatur pemerintahan beserta segenap kelengkapan kelembagaannya (Ahmad Ainur Rohman, 2010:3).

Thoha, dalam Hardiansyah (2011:15) menyatakan Pelayanan Publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Sementara itu, kondisi masyarakat saat ini telah terjadi suatu perkembangan yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari *empowering* yang dialami oleh masyarakat. Hal ini berarti masyarakat semakin sadar akan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Masyarakat semakin berani untuk mengajukan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat semakin kritis dan semakin berani untuk melakukan kontrol terhadap apa yang dilakukan oleh pemerintahnya.

Menurut Saefullah dalam Hardiansyah (2011:14) untuk memberikan pelayanan publik yang lebih baik perlu ada upaya untuk memahami sikap dan perubahan kepentingan publik sendiri. Perubahan kehidupan dunia yang begitu cepat mempunyai pengaruh yang cepat pula terhadap perubahan sikap dan perilaku masyarakat secara umum.

Kepuasan

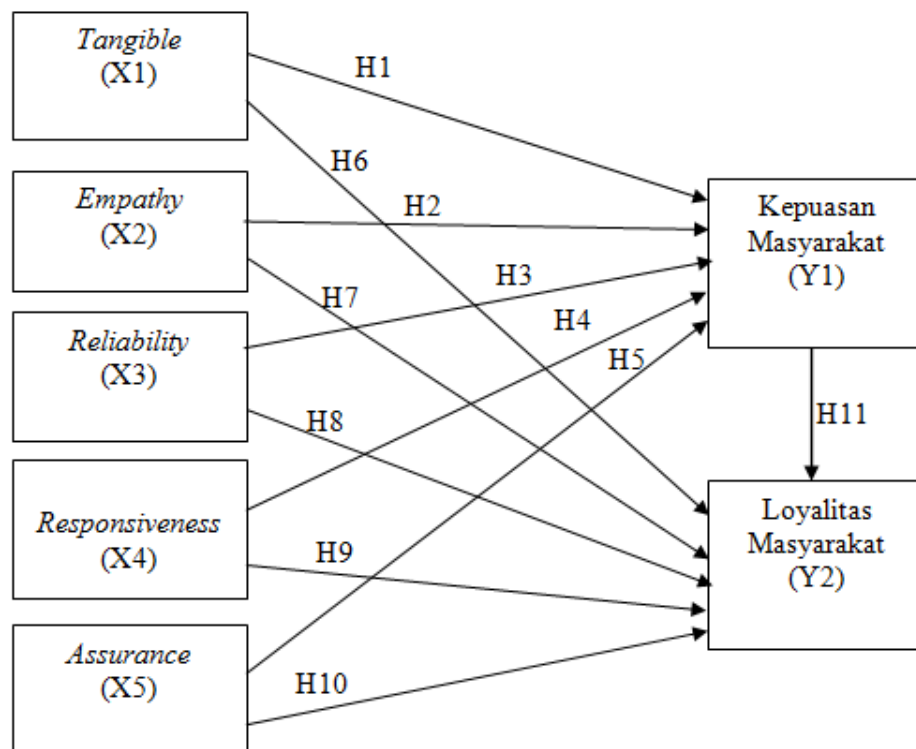
Menurut Suprpto (2007:223) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang mereka rasakan dengan harapannya. Apabila kinerja yang dihasilkan dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas dan sebaliknya bila kinerja sesuai atau bahkan lebih dari harapan, maka akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan. Tjiptono (2012:26) mengatakan unsur-unsur pembentuk atau indikator kepuasan pelanggan jasa terdiri atas :

- 1) Bukti langsung yaitu bagaimana kesan yang didapatkan pelanggan ketika berada di perusahaan.

- 2) Empati yaitu bagaimana karyawan mampu menunjukkan rasa kepeduliannya dengan pelanggan.
- 3) Daya tanggap yaitu bagaimana karyawan mampu menanggapi kebutuhan pelanggan baik dalam berinteraksi maupun menanggapi keluhan atau masalah yang muncul.
- 4) Keandalan yaitu bagaimana karyawan mampu menyelesaikan proses transaksi dengan baik, tepat, benar dan akurat.
- 5) Jaminan yaitu bagaimana pelanggan memperoleh rasa nyaman pada saat bertransaksi, misalnya perilaku karyawan dalam berhadapan dengan pelanggan.

Kerangka Konseptual

Mengacu pada kajian teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah seperti gambar berikut ini.



Kerangka Konseptual Penelitian
 Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance*) Terhadap Kepuasan Masyarakat dan Loyalitas

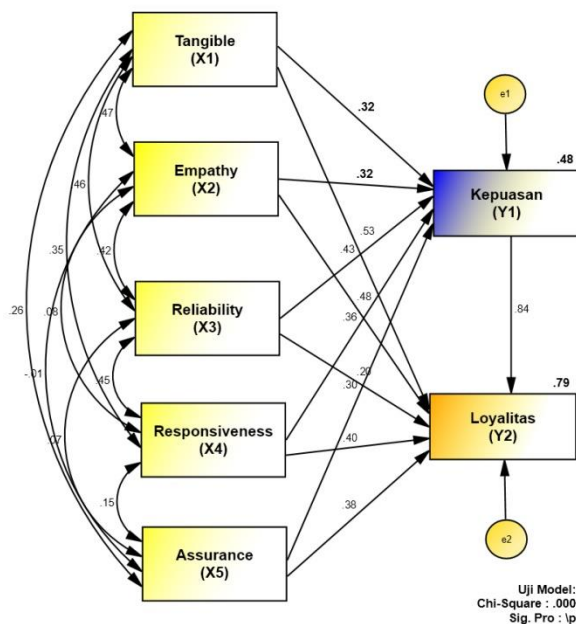
III METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perijinan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Buleleng. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada 90 orang yang memperoleh ijin usaha di Kabupaten Buleleng. Teknik analisis data menggunakan path analysis dengan program AMOS versi 22.

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berhubung data empirik dari penelitian ini menggunakan kuesioner, maka sebelum melakukan analisis data dengan path analysis, maka terlebih dahulu dilakukan uji instrument penelitian. Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah data valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan analisis jalur atau path analysis dengan program AMOS versi 22. Hasil analisis jalur variabel pengaruh pengaruh *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat dengan menggunakan *path analysis*. hasil dari analisis data dengan *path analysis* ditampilkan seperti gambar berikut ini.



Path Analysis Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible*, *Emhaty*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Masyarakat

Pengujian model dilakukan menggunakan koefisien regresi (*regression weight*) untuk variabel *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuasan dan Loyalitas masyarakat melalui tabel *output* seperti berikut ini.

Model Pengukuran Struktural Unstandardized dan Standardized Regression Weight

	Unstandardized Estimate	Standardized Estimate	S.E.	C.R.	P	Ket
Y1 <--- X2	.357	.320	.102	3.483	***	Signifikan
Y1 <--- X3	.489	.426	.111	4.419	***	Signifikan
Y1 <--- X4	.354	.364	.087	4.085	***	Signifikan
Y1 <--- X5	.172	.295	.046	3.694	***	Signifikan
Y1 <--- X1	.343	.321	.104	3.280	.001	Signifikan
Y2 <--- Y1	.936	.839	.267	9.132	***	Signifikan
Y2 <--- X2	.534	.479	.153	5.214	***	Signifikan
Y2 <--- X3	.225	.202	.064	2.199	.044	Signifikan
Y2 <--- X4	.451	.404	.129	4.397	***	Signifikan
Y2 <--- X5	.426	.382	.122	4.158	***	Signifikan
Y2 <--- X1	.589	.528	.168	5.747	***	Signifikan

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis dengan *path analysis* seperti pada di atas, maka dapat dijelaskan bahwa 1) Pengaruh variabel X1 (*Tangible*) terhadap Y (Kepuasan) memiliki nilai CR sebesar 3,280 dan nilai *probability* 0,001 sehingga pengaruh variabel *tangible* terhadap kepuasan adalah signifikan. 2) Pengaruh variabel X2 (*Empathy*) terhadap Y (Kepuasan) memiliki nilai CR sebesar 3,483 dan nilai *probability* *** sehingga pengaruh variabel *empathy*) terhadap kepuasan adalah signifikan. 3) Pengaruh variabel X3 (*Reliability*) terhadap Y (Kepuasan) memiliki nilai CR sebesar 4,419 pada *probability* *** sehingga pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan adalah signifikan. 4) Pengaruh variabel X4 (*Responsiveness*) terhadap Y (Kepuasan) memiliki nilai CR sebesar 4,085 pada *probability* *** sehingga pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan adalah signifikan. 5) Pengaruh variabel X5 (*Assurance*) terhadap Y (Kepuasan)

nilai CR sebesar 3,694 pada *probability* *** sehingga pengaruh *assurance* terhadap kepuasan adalah signifikan.

Berdasarkan hasil analisis dengan *path analysis* seperti pada di atas, maka dapat dijelaskan bahwa 1) Pengaruh variabel X1 (*Tangible*) terhadap Y (Loyalitas) memiliki nilai CR sebesar 5,747 dan nilai *probability* *** sehingga pengaruh variabel *tangible* terhadap loyalitas adalah signifikan. 2) Pengaruh variabel X2 (*Empathy*) terhadap Y (Loyalitas) memiliki nilai CR sebesar 5,214 dan nilai *probability* *** sehingga pengaruh variabel *empathy*) terhadap loyalitas adalah signifikan. 3) Pengaruh variabel X3 (*Reliability*) terhadap Y (Loyalitas) memiliki nilai CR sebesar 2,199 pada *probability* 0,044 sehingga pengaruh variabel *reliability* terhadap loyalitas adalah signifikan. 4) Pengaruh variabel X4 (*Responsiveness*) terhadap Y (Loyalitas) memiliki nilai CR sebesar 4,397 pada *probability* *** sehingga pengaruh variabel *responsiveness* terhadap loyalitas adalah signifikan. 5) Pengaruh variabel X5 (*Assurance*) terhadap Y (Loyalitas) nilai CR sebesar 4,158 pada *probability* *** sehingga pengaruh *assurance* terhadap loyalitas adalah signifikan dan pengaruh Y1 (Kepuasan) terhadap Y2 (loyalitas) memiliki nilai CR sebesar 9,132 dengan *probability* *** sehingga pengaruh kepuasan terhadap loyalitas adalah signifikan.

Memperhatikan *standardized estimate* dan koefisien *standardized direct effects* untuk variabel *Tangible* (X₁), *Empathy* (X₂), *Reliability* (X₃), *Responsiveness* (X₄), dan *Assurance* (X₅) terhadap Kepuasan (Y1) dan Loyalitas (Y2) maka dapat dibuat model persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y1 = \gamma_{Y.X1} X_1 + \xi_1 \rightarrow 0,321X_1 + \xi_1$$

$$Y1 = \gamma_{Y.X2} X_2 + \xi_1 \rightarrow 0,320X_2 + \xi_1$$

$$Y1 = \gamma_{Y.X3} X_3 + \xi_1 \rightarrow 0,426X_3 + \xi_1$$

$$Y1 = \gamma_{Y.X4} X_4 + \xi_1 \rightarrow 0,364X_4 + \xi_1$$

$$Y1 = \gamma_{Y.X5} X_5 + \xi_1 \rightarrow 0,295X_5 + \xi_1$$

$$Y2 = \gamma_{Y.X1} X_1 + \xi_2 \rightarrow 0,528X_1 + \xi_2$$

$$Y2 = \gamma_{Y.X2} X_2 + \xi_2 \rightarrow 0,479X_2 + \xi_2$$

$$Y2 = \gamma_{Y.X3} X_3 + \xi_2 \rightarrow 0,202X_3 + \xi_2$$

$$Y2 = \gamma_{Y.X4} X_4 + \xi_2 \rightarrow 0,404X_4 + \xi_2$$

$$Y_2 = \gamma_{Y.X_5} X_5 + \xi_2, \rightarrow 0,382X_5 + \xi_2$$

$$Y_2 = \gamma_{Y.Y_1} Y_1 + \xi_2, \rightarrow 0,839X_5 + \xi_2$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pola pengaruh positif *Tangible* (X_1) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y_1) sebesar 0,321. Terdapat pola pengaruh positif *Empathy* (X_2) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y_1) sebesar 0,320. Terdapat pola pengaruh positif *Reliability* (X_3) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y_1) sebesar 0,426. Terdapat pola pengaruh positif *Responsiveness* (X_4) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y_1) sebesar 0,364. Terdapat pola pengaruh positif *Assurance* (X_5) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y_1) sebesar 0,295.

Terdapat pola pengaruh positif *Tangible* (X_1) terhadap Loyalitas (Y_2) sebesar 0,528. Terdapat pola pengaruh positif *Empathy* (X_2) terhadap Loyalitas (Y_2) sebesar 0,479. Terdapat pola pengaruh positif *Reliability* (X_3) terhadap Loyalitas (Y_2) sebesar 0,202. Terdapat pola pengaruh positif *Responsiveness* (X_4) terhadap Loyalitas (Y_2) sebesar 0,404. Terdapat pola pengaruh positif *Assurance* (X_5) terhadap Loyalitas (Y_2) sebesar 0,382 dan terdapat pengaruh positif kepuasan (Y_1) terhadap loyalitas (Y_2) sebesar 0,839.

Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan :

1. Hipotesis pertama (H_1) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *tangible*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
2. Hipotesis kedua (H_2) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *emphaty*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
3. Hipotesis ketiga (H_3) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *reliability*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
4. Hipotesis keempat (H_4) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.

5. Hipotesis kelima (H₅) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *assurance*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
6. Hipotesis keenam (H₆) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *tangible*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
7. Hipotesis ketujuh (H₇) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *emphaty*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
8. Hipotesis kedelapan (H₈) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *reliability*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
9. Hipotesis ke Sembilan (H₉) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
10. Hipotesis kesepuluh (H₁₀) : Semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *assurance*, maka semakin tinggi loyalitas Masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.
11. Hipotesis kesebelas (H₁₁) : Semakin baik kepuasan maka semakin tinggi loyalitas Masyarakat **adalah teruji kebenarannya**.

Untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, maka dilakukan dengan analisis determinasi. *Square Multiple Correlation* pengaruh pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat (Y1) sebesar $0,484 = 48,4\%$ dan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan Masyarakat terhadap loyalitas (Y2) adalah sebesar $0,790 \times 100\% = 79\%$.

2. Pembahasan

1) Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Diterimanya hipotesis pertama yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *tangible*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Meilana (2017)

yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pasien di Puskesmas Rawat Inap Tanjung Mas Makmin Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang. Hasil penelitiannya menemukan bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Rawat Inap Tanjung Mas Makmur. Penelitian lain juga dilakukan oleh Trisnewati (2017), yang meneliti tentang Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Kepuasan Pasien pada Instalasi Gawat Darurat (IGD) Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buleleng. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan secara parsial fasilitas fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pasien pada IGD. RSUD.

2) Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Diterimanya hipotesis kedua yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *emphaty*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irbantoro dkk (2015) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Kota Batu. Hasil penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan dari dimensi *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Penelitian sama juga dilakukan oleh Winanda dan Rinendra (2017) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan kerja tenaga medis di Puskesmas Kota Padang. Hasil penelitiannya menemukan bahwa faktor *empathy* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja tenaga medis.

3) Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Hipotesis ketiga yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *reliability*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wati (2018) yang meneliti tentang hubungan antara *reliability* dan *responsiveness* terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di ruang rawat inap. Hasil penelitiannya menemukan *reliability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Fathoni dan Akhmadi (2017) yang meneliti tentang tingkat kepuasan dokter dan perawat poliklinik terhadap pelayanan rekam

medis RSUD dr. R. Goeteng Taroenadibrata Purbalingga. Hasil penelitiannya menemukan *reliability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dokter dan perawat.

4) Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Diterimanya hipotesis keempat yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wati (2018) yang meneliti tentang hubungan antara *reliability* dan *responsiveness* terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di ruang rawat inap. Hasil penelitiannya menemukan *responsiveness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Fathoni dan Akhmadi (2017) yang meneliti tentang tingkat kepuasan dokter dan perawat poliklinik terhadap pelayanan rekam medis RSUD dr. R. Goeteng Taroenadibrata Purbalingga. Hasil penelitiannya menemukan *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dokter dan perawat.

5) Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Masyarakat

Diterimanya hipotesis kelima yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *assurance*, maka semakin tinggi kepuasan masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Winanda dan Rinendra (2017) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan kerja tenaga medis di Puskesmas Kota Padang. Hasil penelitiannya menemukan bahwa faktor *assurance* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja tenaga medis. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Irbantoro dkk (2015) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Kota Batu. Hasil penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan dari dimensi *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

6) Pengaruh *Tangible* Terhadap Loyalitas Masyarakat

Diterimanya hipotesis keenam yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *tangible*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriani dan

Trisnawati (2015) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien pengguna BPJS di rawat inap RSUD dr. Moewardi. Hasil penelitiannya menunjukkan *tangible* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penelitian sama juga dilakukan oleh Jaya (2015) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap Unit Gedung A-RSCM Jakarta. Hasil penelitiannya menemukan *tangible* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

7) Pengaruh *Empathy* Terhadap Loyalitas Masyarakat

Diterimanya hipotesis ketujuh yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *emphaty*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nanditya dkk. (2017) yang meneliti tentang faktor pembentuk loyalitas tenaga kesehatan rumah sakit. Hasil penelitiannya menemukan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan membentuk loyalitas tenaga kesehatan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Supartiningsih (2017) yang meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pasien rumah sakit: kasus pada pasien rawat jalan. Hasil penelitiannya menemukan bahwa *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tenaga kesehatan.

8) Pengaruh *Reliability* Terhadap Loyalitas Masyarakat

Hipotesis kedelapan yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *reliability*, maka semakin tinggi loyalitas masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wati (2018) yang meneliti tentang hubungan antara *reliability* dan *responsiveness* terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di ruang rawat inap. Hasil penelitiannya menemukan *reliability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Supartiningsih (2017) yang meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pasien rumah sakit: kasus pada pasien rawat jalan. Hasil penelitiannya menemukan bahwa *reliability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tenaga kesehatan.

9) Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Loyalitas Masyarakat

Diterimanya kesembilan keempat yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness*, maka semakin tinggi loyalitas Masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wati (2018) yang meneliti tentang hubungan antara *reliability* dan *responsiveness* terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di ruang rawat inap. Hasil penelitiannya menemukan *responsiveness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Nanditya dkk. (2017) yang meneliti tentang faktor pembentuk loyalitas tenaga kesehatan rumah sakit. Hasil penelitiannya menemukan *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan membentuk loyalitas tenaga kesehatan..

10) Pengaruh *Assurance* Terhadap Loyalitas Masyarakat

Diterimanya hipotesis kesepuluh yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *assurance*, maka semakin tinggi loyalitas Masyarakat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Supartiningsih (2017) yang meneliti tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pasien rumah sakit: kasus pada pasien rawat jalan. Hasil penelitiannya menemukan bahwa *assurance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tenaga kesehatan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Fitriani dan Trisnawati (2015) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien pengguna BPJS di rawat inap RSUD dr. Moewardi. Hasil penelitiannya menunjukkan *assurance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas.

11) Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Masyarakat

Diterimanya hipotesis kesebelas yang menyatakan semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hayati dkk. (2018) yang meneliti tentang pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada Unit Radiology Rumah Sakit Gigi dan Mulut Unsyah. Hasil penelitiannya menemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pasien. Ini artinya bahwa semakin tinggi kepuasan pasien, maka semakin tinggi pula loyalitas pasien.

V. PENUTUP

Tangible memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat yang artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *tangible*, maka semakin tinggi kepuasan dan loyalitas masyarakat. *Empathy* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat, yang artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *emphaty*, maka semakin tinggi kepuasan dan loyalitas masyarakat. *Reliability* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat yang artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *reliability*, maka semakin tinggi kepuasan dan loyalitas masyarakat. *Responsiveness* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas masyarakat yang artinya semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness*, maka semakin tinggi kepuasan dan loyalitas masyarakat. *Assurance* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan masyarakat yang artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari dimensi *assurance*, maka semakin tinggi kepuasan dan loyalitas masyarakat. Selain itu terdapat pula pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas masyarakat. Semakin tinggi kepuasan masyarakat, maka semakin tinggi pula loyalitas masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, Terra Triwahyuni. 2013. *Pengenalan Teknologi Informasi Edisi II*. Penerbit Ainur Rohman, Ahmad & dkk. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Malang:Averroes Press.
- Arikunto, Suharsini. 2012. *Manajemen Penelitian*. Departemen P & K Dirjen Dikti, *Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan*. Jakarta : Penerbit Angkasa Putra.
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. 2008. *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPF.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D N(Sumarno Zain, penerjemah). 2005. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Halim, Nur Lia.2017. *Pelayanan Perijinan pada Kantor Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Enrekang*. Skripsi Fakultas Hukum Unhas. 2017.
- Siti Hulfiyah .2012. *Analisis Pelayanan Publik Pada Puskesmas rawat Inap Sidomulyo, Kec. Tampan, Pekanbaru*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarf Kasim. Pakanbaru Riau.
- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga Jakarta. Salemba Empat
- Maholtra, Naresh K. 2006. *Marketing Research*. New Jersey : Prentice-Hall International Inc.
- Meilana, Dewi. 2017. *Pengaruh kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pasien di Puskesmas rawat Inap Tanjung Mas Makmum Kabupaten Mesuji Prov. Lampung*. Unlam.
- Moenir. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Parasuraman. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Pasolong, Harbani. 2008. *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sudjana. 2006. *Statistik Untuk Ekonomi dan Niaga II*. Edisi Baru. Bandung : Tarsito.
- Sugiarto, Endar. 2012. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Suprpto. 2007. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandi dan Anastasia Diana, 2012. *Total Quality Management*. Edisi revisi. Yogyakarta : Andi.
- Trisnewati. 2017. *Judul Penelitian Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Kepuasan Pasien pada Instalasi Gawat Darurat (IGD) Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buleleng*.
- Umar, Husein. 2009. *Metodologi Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 *tentang Pemerintah Daerah*.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 *tentang Pelayanan Publik*.
- Undang-Undang No. 36 Tahun 2014 *Tentang Tenaga Kesehatan*.
- Peraturan Pemerintah No. 96 Tahun 2012 *tentang Pelayanan Publik*.