

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pelayanan**

##### **1. Definisi Kualitas Pelayanan**

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang sehingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47) Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan maupun karyawan.

Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral

bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

## **2. Tujuan Kualitas Pelayanan**

A.S Moenir (2015:13) Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
- c. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- d. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- e. Untuk mempertahankan konsumen.

## **3. Asas - Asas Penyelenggaraan Pelayanan.**

Maryam (2016:9), beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam pengelolaan pelayanan dan perizinan pemerintah, yaitu:

a. Empati dengan pelanggan.

Pegawai yang mengurus perizinan di lingkungan instansi pemberi pelayanan perizinan harus mampu memahami masyarakat pengguna jasa.

b. Pembatasan prosedur.

Prosedur harus dirancang sesingkat mungkin, menghilangkan konsep satu atap sama sekali.

c. Kejelasan tata cara pelayanan.

Prosedur layanan harus dirancang sesederhana mungkin dan dikomunikasikan kepada komunitas pengguna layanan.

d. Minimalkan persyaratan layanan.

Persyaratan layanan harus dibatasi sesedikit mungkin dan sebanyak yang benar-benar diperlukan.

e. Kewenangan yang jelas.

Izin bagi karyawan yang melayani masyarakat untuk menggunakan layanan harus ditetapkan sejelas mungkin dengan mengembangkan bagan tugas dan penetapan izin.

f. Transparansi biaya.

Biaya pelayanan harus ditetapkan seminimal mungkin dan setransparan mungkin.

g. Kepastian jadwal dan durasi pelayanan.

Jadwal dan durasi pelayanan juga harus pasti, sehingga masyarakat memiliki gambaran yang jelas dan tidak resah.

h. Minimalisasi formulir.

Formulir-formulir harus dirancang secara efisien, sehingga akan dihasilkan formulir komposit (satu formulir yang dapat dipakai untuk berbagai keperluan)

i. Maksimalkan masa berlakunya izin.

Untuk menghindari terlalu seringnya masyarakat mengurus izin, maka masa berlakunya izin harus ditetapkan selama mungkin.

j. Kejelasan hak dan kewajiban *providers* dan *customers*.

Hak-hak dan kewajiban bagi *providers* dan *customers* harus dirumuskan secara jelas, dan dilengkapi dengan sanksi serta ketentuan ganti rugi.

k. Efektivitas penanganan keluhan.

Pelayanan yang baik sedapat mungkin harus menghindari terjadinya keluhan, akan tetapi jika muncul keluhan maka harus dirancang suatu mekanisme yang dapat memastikan bahwa keluhan tersebut ditangani secara efektif sehingga permasalahan yang ada dapat segera diselesaikan dengan baik.

#### **4. Standar Kualitas Pelayanan**

Hardiansyah, (2018:21) Setiap penyelenggara pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang menjadi jaminan kepastian dalam pelaksanaan tugas dan fungsi oleh penyelenggara dan dalam proses pengajuan permohonan oleh penerima pelayanan. Oleh karena itu, perlu dirumuskan dan dikembangkan standar pelayanan yang sesuai dengan sifat, jenis dan karakteristik pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan kebutuhan dan kondisi lingkungan.

Standar Pelayanan menurut Hardiansyah, (2018:47) sekurang-kurangnya meliputi:

- 1) Prosedur Pelayanan
- 2) Waktu Pelaksanaan
- 3) Biaya Pelayanan
- 4) Produk Pelayanan
- 5) Sarana dan Prasarana
- 6) Kompetensi Petugas Pelayanan

#### **5. Kualitas Pelayanan Publik**

Hardiansyah, (2018:63) kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

Sinambela (2014:6) Kualitas pelayanan publik adalah cara untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berhubungan dengan jasa, produksi, proses, manusia, lingkungan baik berupa barang atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan.

Taufiqurokhman & Satispi (2018:12) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai derajat keunggulan yang ingin dicapai. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pengguna jasa, ada kontrol terus menerus dalam proses mewujudkan keunggulan tersebut.

Dapat disimpulkan jika kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diterima terhadap pemenuhan kebutuhan

dari tiap-tiap pengguna pelayanan. Jika kualitas pelayanan publiknya baik, maka dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan yang dilakukan oleh aparatur pelayanan juga maksimal. Secara umum, penyediaan pelayanan yang berkualitas pada masyarakat merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap penyelenggara negara.

Mu'ah (2014:75) menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi:

1. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kotak kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan, akses dan *service mindedness*
2. Kualitas teknis dengan output yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan dan estetika output
3. Reputasi perusahaan, yang mencerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen.

Secara umum, penyediaan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap penyelenggara Negara. Didalam buku Mukarom dan Laksana (2016:65) kualitas pelayanan sebagai satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

## **6. Indikator Kualitas Pelayanan**

Hardiansyah (2018:64) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Berwujud (*Tangibles*) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.
2. Keandalan (*Realibility*) : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*) : kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. Jaminan (*Assurance*) : kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
5. Empati (*Emphaty*) : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

Menurut Sinambela (2014:8) terdapat lima indikator pelayanan publik yaitu :

1. Berwujud (*Tangibles*) yaitu penyediaan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang memadai.
2. Keandalan (*Realibility*) yaitu pemberian pelayanan yang tepat dan benar.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu adanya keinginan untuk melayani konsumen dengan cepat.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu adanya perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan.
5. Empati (*Emphaty*) yaitu adanya kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Tjiptono (2017:198) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi pelayanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*Tangible*) merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. Aspek tampilan fisik (*tangible*) yang disediakan akan sangat menentukan kepuasan dari pengguna jasa.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*Assurance*), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayan perusahaan
5. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan



memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengorganisasian yang nyaman bagi pelanggan.

Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik adalah meningkatkan kualitas pelayanan publik yang dicirikan sebagai berikut yaitu :

1. Pelaksanaan pelayanan yang semakin mudah
2. Cepat
3. Prosedur tidak berbelit-belit.

Strategi lain untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik adalah dengan mengubah peran dan posisi organisasi publik dalam memberikan layanan publik. Dari yang suka mengatur dan memerintah berubah menjadi suka melayani, dari suka menggunakan pendekatan kekuasaan berubah menjadi suka menolong dan dialogis.

Afandi (2018:43) menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik, perlu diperhatikan komponen – komponen pelayanan yaitu sebagai berikut :

1. Prosedur Pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

2. Waktu Penyelesaian

Waktu penyelesaian ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian termasuk pengaduan.

### 3. Biaya Pelayanan

Biaya pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian layanan.

### 4. Produk Pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

### 5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana harus disediakan secara memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

### 6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan, harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Berdasarkan pengertian kualitas tersebut, baik yang konvensional maupun yang lebih strategis Sinambela (2017:6-7) mengemukakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas terdiri atas sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan atas penggunaannya
2. Kualitas terdiri atas segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan  
Agar pelayanan yang diberikan berkualitas tentu saja kedua kualitas yang dimaksud harus terpenuhi.

Negara berkembang umumnya tidak dapat memenuhi kedua kualitas tersebut sehingga pelayanan publik menjadi kurang memuaskan. Berdasarkan menurut para ahli diatas mengenai pengertian kualitas pelayanan publik, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik adalah totalitas dari kemampuan pihak penyelenggara pelayanan dalam memberikan layanan akan suatu produk/jasa maupun layanan administrasi kepada pelanggan/masyarakat, yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan/masyarakat tersebut.

## **B. Komunikasi**

### **1. Pengertian Komunikasi**

Menurut Harapan dan Ahmad (2014:13) berpendapat bahwa istilah komunikasi diadopsi dari bahasa inggris yaitu "*communication*". Istilah ini berasal dari bahasa Latin "*communicare*" yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman, dan lain sebagainya.

Hal yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam bahasa komunikasi, pernyataan disebut sebagai pesan (*message*). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*). Sedangkan, orang yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicatee*). Tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan Naim (2016:18).

## 2. **Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi antarpribadi melibatkan pertemuan tatap muka antara dua peserta komunikasi. Pengecualian terdapat pada komunikasi bermedia seperti pembicaraan dengan telepon, karena dalam setiap media perantara komunikasi terdapat karakteristik khusus yang dapat memberi dampak kepada komunikasi itu sendiri. Dalam kehidupan sehari-hari, kita mungkin tidak terlalu peduli dengan karakteristik media ini. Hal yang dapat terjadi dengan mengabaikan karakter media adalah kesalahpahaman dan ketidak efektifan komunikasi. Sebagai contoh : pembicaraan menggunakan telepon (dibandingkan) tatap muka pada konteks tertentu digunakan untuk mengekspresikan pesan-pesan tertentu. Sedangkan norma berkomunikasi menggunakan telepon seperti dalam menerima dan memberi salam dapat berbeda dari satu wilayah dengan wilayah lainnya.

Komunikasi Interpersonal merupakan bagian dari ilmu komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam suatu organisasi untuk kelancaran kegiatan yang menjadi tujuan suatu organisasi. Ada beberapa pengertian tentang komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:

Arni Muhammad (2014:30) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya”.

Komunikasi interpersonal terdiri dari interaksi verbal dan nonverbal antara dua orang atau lebih yang saling bergantung, interaksi interpersonal melibatkan pertukaran pesan verbal dan nonverbal, penggunaan kata-kata, ekspresi wajah,

kontak mata, postur tubuh (dalam interaksi tatap muka) dan teks, foto, serta video online yang dikirim sebagai pesan interpersonal DeVito (2013:15) . Adapun Komunikasi interpersonal berfokus pada bagaimana pesan interpersonal ditawarkan untuk memulai, mendefinisikan, memelihara, atau memajukan hubungan Dainton & Zelle (2019:11)

Menurut Wood (2013:15), komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih dengan interaksi secara tatap muka maupun bermedia, dan biasanya *feedback* langsung diketahui.

Menurut Wood (2013:18), komunikasi interpersonal memiliki karakteristik atau aspek-aspek tersendiri yang membedakan dengan jenis komunikasi lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Selektif
2. Sistemis
3. Unik
4. Processual
5. Transaksional
6. Individual
7. Pengetahuan personal.
8. Menciptakan makna.

Dari berbagai definisi diatas dapat dinyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi secara langsung atau tatap muka baik antara seseorang dengan seseorang maupun dengan kelompok,

komunikasi ini sangat efektif karena dapat langsung diketahui respon dari komunikan.

### **3. Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Zulaika (2020:18) ada enam tujuan komunikasi interpersonal yang dianggap penting, yaitu:

- a. Menemukan Jati Diri Sendiri. Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan individu atau pribadi. Ketika kita berinteraksi dengan seseorang, kita belajar banyak tentang diri kita dan orang lain, yang memberi kita kesempatan untuk membicarakan hal - hal yang kita sukai atau mengenai diri kita sendiri.
- b. Mendefinisikan Dunia Luar. Hanya dengan komunikasi interpersonal yang memungkinkan kita untuk mengetahui lebih banyak tentang diri kita sendiri dan seseorang yang berkomunikasi dengan kita. Ini memungkinkan kita untuk lebih memahami dunia luar, objek, peristiwa, dan kejadian dari orang lain, banyak informasi yang kita ketahui yang berasal dari komunikasi interpersonal. Meskipun ada banyak informasi dari media massa, hal itu seringkali didiskusikan atau dibahas, dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi manusia.
- c. Membentuk dan Mempertahankan Hubungan. Yang bermakna salah satu keinginan terbesar seseorang adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Sebagian besar waktu kita dihabiskan dalam komunikasi interpersonal untuk membentuk dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan tersebut membantu mengurangi perasaan kesepian dan

depresi, memungkinkan kita berbagi kebahagiaan satu sama lain, dan membuat kita lebih optimis tentang diri kita sendiri.

- d. Perubahan Sikap dan Perilaku. Banyak waktu yang kita habiskan untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain melalui sebuah pertemuan antarpribadi. Melalui komunikasi interpersonal, orang tua dapat mendekati anak - anaknya, mengajari 8 mereka untuk bersikap baik, dan membimbing mereka untuk menjaga sikap dan perilaku. Hal itu membuat orang tua harus bekerja keras dalam mendidik dan mengawasi anak - anaknya dari segala pengaruh negatif yang bisa merusak kepribadian mereka.
- e. Dalam bermain melingkupi semua aktivitas yang tujuan utamanya mencari kesenangan. Berbicara tentang kegiatan kita akhir - akhir ini dan menceritakan hal - hal lucu dengan teman - teman. Melalui komunikasi interpersonal tersebut dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran, yang membutuhkan relaksasi dari segala keseriusan di lingkungan kita
- f. Untuk Membantu Dalam psikologi dan terapi menggunakan komunikasi antarpribadi untuk membimbing klien mereka dalam aktivitas professional mereka. Orang tua dapat memberikan hal - hal yang menarik kepada anak mereka untuk membuat mereka menghadapi anaknya dan mengatasi kesulitan dan keluhan yang mereka hadapi.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mencapai kedekatan dan kenyamanan dalam bersosialisasi sehingga dapat diterima oleh orang-orang lingkungan kita sehari hari dan untuk keberhasilan pencapaian tujuan yang sudah ditargetkan.

#### **4. Hambatan – hambatan dalam Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi, adanya kendala dalam komunikasi interpersonal antara dua orang atau lebih, yang dapat mengganggu kelancaran kemajuan komunikasi. Oleh karena itu, penerima atau koresponden surat tidak akan menerima dan memahami informasi yang disampaikan dengan benar. Berikut hambatan yang terjadi pada komunikasi interpersonal menurut Liliweri, (2015)

##### **1. Hambatan Proses.**

Dalam suatu proses komunikasi merupakan syarat mutlak untuk komunikasi yang efektif, walaupun seringkali kita menghadapi komunikasi yang tidak valid.

##### **2. Hambatan Fisik**

Hambatan ini terjadi karena jarak atau jarak geografis antara pengirim dan penerima (meskipun dapat diatasi dengan media), sehingga masyarakat tidak dapat berkomunikasi secara cepat dan leluasa.

##### **3. Hambatan Semantik**

Kendala ini berasal bahasa yang digunakan oleh pengirim dan penerima message (pesan). Diksi yang dipilih cocok dengan artinya, tetapi tidak cocok untuk ruang sosial, psikologis atau temporal, jadi makna yang diberikan penerima berbeda dengan maksud pengirim.

##### **4. Hambatan Psikologis**

Setidaknya ada tiga konsep penting terkait dengan hambatan psikologis, yaitu: (1) *experience*, termasuk background sosial budaya individu



dan kelompok didalam masyarakat, (2) penyaringan, mungkin ada hambatan komunikasi karena audiens akan menyaring informasi. Karena khalayak tertarik atau membutuhkan berita yang didengarnya. (3) Hambatan yang menghalangi jarak psikologis antara pemimpin senior dan karyawan tingkat bawah, dll.

Dari teori diatas dapat diketahui bahwa ada berbagai macam hambatan dalam komunikasi interpersonal. Hambatan tersebut akan berpengaruh dalam penerimaan pesan dan dapat mengakibatkan komunikasi interpersonal tidak berjalan dengan lancar, oleh karena itu dalam melakukan komunikasi interpersonal harus menghindari atau mengantisipasi hambatan-hambatan tersebut agar komunikasi interpersonal dapat berjalan lancar dan tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud.

### **1. Indikator Komunikasi Interpersonal**

Muhammad, (2014:42) suatu komunikasi interpersonal bisa efektif apabila terdapat lima hal berikut:

1. Keterbukaan Untuk menunjukkan kualitas keterbukaan dari komunikasi interpersonal ini paling sedikit ada dua aspek, yakni keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain dan aspek lainnya ialah keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimulus yang datang kepadanya.
2. Empati dimaksudkan untuk merasakan bagaimana yang dirasakan oleh orang lain atau mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain.

3. Dukungan dukungan dapat terucapkan dan tidak terucapkan. Dukungan yang tidak terucapkan tidak mempunyai nilai yang negatif, melainkan juga dapat menjadi aspek positif dari komunikasi. Gerakan-gerakan seperti anggukan kepala, kedipan mata, senyum, atau tepukan tangan merupakan dukungan positif yang tak terucapkan.
4. Kepositifan Dalam komunikasi interpersonal indikator ini paling sedikit terdapat tiga aspek perbedaan atau unsur. Pertama, komunikasi interpersonal akan berhasil jika terdapat perhatian yang positif terhadap diri seseorang. Jika beberapa orang mempunyai perasaan negatif terhadap dirinya, mereka akan mengkomunikasikan perasaan tersebut kepada orang lain, maka orang lain ini kemungkinan akan mengembangkan rasa negatif pula, begitu pula sebaliknya. Kedua, komunikasi interpersonal akan terpelihara baik, jika suatu perasaan positif terhadap orang lain itu dikomunikasikan. Hal ini membuat orang tersebut merasa lebih baik dan mempunyai keberanian untuk lebih berpartisipasi pada setiap kesempatan. Ketiga, suatu perasaan positif dalam situasi komunikasi umum, amat bermanfaat untuk mengefektifkan kerja sama.
5. Kesamaan Komunikasi interpersonal akan lebih bisa efektif jika orang-orang yang berkomunikasi itu dalam suasana kesamaan. Ini bukan berarti bahwa orang-orang yang tidak mempunyai kesamaan tidak bisa berkomunikasi. Jelas mereka bisa berkomunikasi. Akan tetapi jika mereka menginginkan efektif, hendaknya diketahui kesamaan-kesamaan kepribadian di antara mereka.

Menurut Devito (2013:21), komunikasi interpersonal yang efektif memiliki indikator antara lain:

1. Keterbukaan (*openness*) adalah kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan interpersonal. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif.
2. Empati (*empathy*) adalah merasakan apa yang dirasakan orang lain atau proses ketika seseorang merasakan perasaan orang lain dan menangkap arti perasaan itu kemudian mengkomunikasikannya dengan kepekaan sedemikian rupa sehingga menunjukkan bahwa ia sungguh-sungguh mengerti perasaan orang lain itu.
3. Dukungan (*supportiveness*) adalah situasi yang terbuka untuk mendukung agar komunikasi berlangsung efektif. Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi.
4. Rasa positif (*positiveness*) adalah perasaan positif terhadap diri sendiri, kemampuan mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan kemampuan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk berinteraksi yang efektif.
5. Kesetaraan (*equality*) adalah pengakuan kedua belah pihak saling menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Adapun yang dimaksud dengan Komunikasi Interpersonal adalah proses penyampaian berita yang dilakukan oleh seseorang dan diterimanya berita tersebut oleh orang lain dengan suatu akibat umpan balik dengan segera (Thoha, 2013:13)

Menurut Thoha, (2013:19) suatu komunikasi interpersonal bisa efektif apabila terdapat lima hal berikut:

1. Keterbukaan, yaitu sikap dapat menerima masukan dari orang lain, dan berkenan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan.
2. Empati, yaitu sikap kemampuan seseorang untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan memahami apa yang dirasakan orang itu dari sudut pandang orang itu.
3. Sikap mendukung, yaitu sikap saling support yang ditunjukkan oleh karyawan sehingga tidak terjadi sikap defensif yang akan menyulitkan dalam pemecahan masalah di dalam organisasi.
4. Sikap positif, ditunjukkan dalam bentuk sikap maupun perilaku. Dalam bentuk sikap yaitu pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus berpikiran positif dan tidak berprasangka buruk antar sesama. Dalam bentuk perilaku yaitu tindakan yang dipilih adalah yang relevan dengan tujuan dilakukannya komunikasi bersama, tidak curiga dan menjelaskan apa yang harus dijelaskan.
5. Kesetaraan, adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak sama-sama memiliki kepentingan, sama sama bernilai, dan saling memerlukan satu dengan lainnya. Komunikasi yang efektif akan mempererat hubungan antar individu dalam organisasi serta meningkatkan rasa percaya di antara mereka, sehingga

### **C. Kepuasan Masyarakat**

Kepuasan masyarakat adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam proses pelayanan publik. Sebagai penyedia layanan masyarakat pelayanan publik harus memperhatikan kepuasan masyarakat untuk menilai sejauh mana kualitas layanan yang diberikan. Menurut Atmaja (2018:51) mengemukakan bahwa, Kepuasan Masyarakat yang menimbulkan kinerja merupakan perasaan senang

atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan jasa dengan harapan

Menurut PerMenPan Nomor 14 tahun 2017 Kepuasan masyarakat adalah hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan kepada aparatur penyelenggara pelayanan publik. Menurut Tjiptono (2014:369) untuk mengukur kepuasan pelanggan maka dapat dilakukan dengan mengidentifikasi melalui 4 metode diantaranya, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran Setiap organisasi khususnya yang berorientasi pada pelanggan maka sangat perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, pendapat atau tanggapan serta saran mereka selaku penerima layanan. Media yang dapat digunakan dalam penyampaian keluhan atau saran bias berupa kotak saran, yang diletakkan pada tempat-tempat strategis (mudah dijangkau pelanggan atau tempat yang sering dilewati), kartu komentar (yang dapat diisi langsung maupun yang bisa dikirim melalui media elektronik ke instansi yang bersangkutan), saluran telepon khusus yang bebas pulsa, dan lain sebagainya. Kemudian informasi-informasi yang telah diperoleh dapat memberikan masukan dan ide-ide baru sehingga memungkinkannya untuk bereaksi atau memberi tanggapan dengan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang terjadi.
2. Pelanggan Bayangan/Simulasi Pelayanan (*Ghost Shopping*) Pelanggan bayangan merupakan salah satu cara untuk mengetahui gambaran mengenai kepuasan pelanggan (masyarakat) yaitu dengan cara mempekerjakan beberapa

orang sebagai (*Ghost Shopper*) yang akan berperan atau bersikap selayaknya pelanggan potensial produk maupun jasa yang disediakan oleh perusahaan dan pesaing. Kemudian temuan-temuan tersebut mereka laporkan yakni temuan mengenai kelemahan dan kekuatan produk atau jasa perusahaan berdasarkan pengalaman mereka dalam penelitian tersebut. Cara ini juga dapat dilakukan oleh *Ghost Shopper* untuk mengamati cara perusahaan melayani permintaan pelanggan, menjawab permintaan pelanggan serta menangani setiap saran serta keluhan, selain itu dalam proses pelayanan interaksi serta perlakuan yang dilakukan karyawan atau pegawai terhadap pelanggannya juga dapat diketahui oleh *Ghost Shopper*.

3. Analisa Pelanggan yang beralih (*Lost Analysis Customer*) Instansi maupun perusahaan sebagai penyedia layanan seyogyanya menghubungi kembali para pelanggan (masyarakat) untuk mengetahui alasan apabila pelanggan beralih/berpindah ke tempat pelayanan yang lain hal ini dilakukan sebagai upaya untuk mengambil tindakan atau kebijakan serta penyempurnaan pelayanan selanjutnya.
4. Survei Kepuasan Pelanggan/Evaluasi Penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan maupun masyarakat umumnya dilakukan dengan cara metode survei baik melalui telepon, angket maupun wawancara secara langsung. Melalui survei ini maka pelanggan secara langsung dapat memberikan tanggapan maupun umpan balik serta mampu memberi tanda sinyal (positif) bahwa perusahaan/instansi menaruh perhatian terhadap pelanggannya (masyarakat).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh ahli-ahli tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan/konsumen dalam hal ini masyarakat dapat diketahui melalui respon balik masyarakat atas pelayanan yang diterima dengan membandingkan kinerja atau layanan yang ada dengan harapan-harapannya.

### **1. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat**

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat pengguna layanan publik. Menurut Lupioyadi (2015:158) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat terdapat lima faktor yaitu:

1. Kualitas produk/jasa, publik akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk/jasa yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, publik akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, publik akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk/jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi mempunyai harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya, publik tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk tidak membuang waktu yang mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan”

Menurut Barnes (2013:48) faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat terhadap penyedia jasa maupun terhadap organisasi dapat dilihat ke dalam lima level, yaitu :

1. Produk atau jasa inti, adalah esensi dari penawaran yang mewakili produk atau jasa inti yang disediakan oleh perusahaan.
2. Sistem dan layanan pendukung, meliputi layanan-layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dan layanan atau produk inti.
3. Performa teknis, intinya berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk inti dan layanan pendukungnya dengan benar. Penekanannya adalah perusahaan menampilkan produk kepada pelanggan sesuai yang dijanjikan.
4. Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan, level ini mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak berbasis teknologi.

Elemen emosional - dimensi afektif pelayanan inti dari level kelima ini adalah bagaimana kita menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan. Kelima level pemicu kepuasan pelanggan tersebut adalah sebagai berikut : (1) Perasaan dan emosi yang dikomunikasikan: Pada intinya perasaan apa yang kita timbulkan dalam diri mereka. (2) Tingkat pelayanan pribadi, perhatian, kecepatan pelayanan, kualitas umum dari kontak; bagaimana orang diperlakukan dan dilayani. (3) Mengikuti standar yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa. (4). Sistem penghantaran, rekening, penetapan harga, jaminan, jadwal penanganan 23 keluhan dan keistimewaan lain



yang meningkatkan dan mendukung produk atau jasa inti. (5) Produk atau jasa inti: inti dari yang kita tawarkan

## **2. Manfaat Kepuasan Masyarakat**

Menurut Tjiptono (2014:310) Kepuasan masyarakat telah menjelma menjadi kewajiban bagi organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis bahkan instansi pemerintah. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan masyarakat dan akan memberikan berbagai manfaat seperti :

1. Berdampak positif pada loyalitas masyarakat/pelanggan
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian atau penggunaan jasa berulang, *cross-selling*, dan *up-selling*)
3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran penjualan, dan layanan pelanggan)
4. Menekan volatilitas dan resiko berkaitan dengan prediksi aliran kas masa depan
5. Meningkatkan toleransi harga
6. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extension*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan

## **3. Indeks Kepuasan Masyarakat**

Menurut PerMenPan Nomor 14 tahun 2017 Survei Kepuasan Masyarakat adalah kegiatan pengukuran secara komprehensif tentang tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik. Adapun pengertian Indeks Kepuasan Masyarakat yang lainnya

adalah hasil pengukuran dari kegiatan Survei Kepuasan Masyarakat berupa angka. Angka ditetapkan dengan skala 1 (satu) sampai dengan 4 (empat).

#### **4. Maksud dan Tujuan Indeks Kepuasan Masyarakat**

Pedoman Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat dimaksudkan sebagai acuan bagi Unit Pelayanan instansi pemerintah dalam menyusun indeks kepuasan masyarakat, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik selanjutnya. Bagi masyarakat, Indeks Kepuasan Masyarakat dapat digunakan sebagai gambaran tentang kinerja pelayanan unit yang bersangkutan. Peraturan ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan dan meningkatkan kualitas penyelenggaraan pelayanan publik.

#### **5. Manfaat Indeks Kepuasan Masyarakat**

Dengan dilakukan SKM diperoleh manfaat, antara lain:

1. Diketahui kelemahan atau kekurangan dari masing-masing unsur dalam penyelenggara pelayanan publik;
2. Diketahui kinerja penyelenggara pelayanan yang telah dilaksanakan oleh unit pelayanan publik secara periodik;
3. Sebagai bahan penetapan kebijakan yang perlu diambil dan upaya tindak lanjut yang perlu dilakukan atas hasil Survei Kepuasan Masyarakat;
4. Diketahui indeks kepuasan masyarakat secara menyeluruh terhadap hasil pelaksanaan pelayanan publik pada lingkup Pemerintah Pusat dan Daerah;

5. Memacu persaingan positif, antar unit penyelenggara pelayanan pada lingkup Pemerintah Pusat dan Daerah dalam upaya peningkatan kinerja pelayanan;
6. Bagi masyarakat dapat diketahui gambaran tentang kinerja unit pelayanan.

#### **6. Indikator – Indikator Indeks Kepuasan Masyarakat**

Berdasarkan PerMenPan Nomor 14 tahun 2017 unsur dari survey kepuasan masyarakat meliputi :

1. Persyaratan , Persyaratan adalah syarat yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif.
2. Sistem, Mekanisme, dan Prosedur Prosedur adalah tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan..
3. Waktu Penyelesaian Waktu Penyelesaian adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan.
4. Biaya/Tarif , Biaya/Tarif adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan/atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat.
5. Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan Produk spesifikasi jenis pelayanan adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Produk pelayanan ini merupakan hasil dari setiap spesifikasi jenis pelayanan.

6. Kompetensi Pelaksana Kompetensi Pelaksana adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan pengalaman.
7. Perilaku Pelaksana Perilaku Pelaksana adalah sikap petugas dalam memberikan pelayanan.
8. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan Penanganan pengaduan, saran dan masukan, adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut.
9. Sarana dan prasarana Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek). Sarana digunakan untuk benda yang bergerak (komputer, mesin) dan prasarana untuk benda yang tidak bergerak (gedung).

## D. Penelitian Terdahulu

**Tabel 7**  
**Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
Nova I. E. Tamara, Lisbeth Mananeke, Christoffel Kojo (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kawangkoan Bawah Kecamatan Amurang Barat Di Kabupaten Minahasa Selatan DOI: <a href="https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21625">https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21625</a> ISSN 2303-1174	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan administrasi kependudukan nilai IKM 74,124 dan jumlah total nilai unsur pelayanan sebesar 41,76, namun untuk
Slamet Riyadi, dkk (2015)	Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Kantor Pertanahan Kabupaten Indramayu DOI: <a href="https://doi.org/10.24156/jikk.2015.8.1.49">https://doi.org/10.24156/jikk.2015.8.1.49</a> Jur. Ilm. Kel. & Kons., Januari 2015, p : 49-58 Vol. 8, No. 1 ISSN : 1907 – 6037	Analisis Regresi Linier Sederhana	Dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, yaitu empathy dan tangible. Dari hasil tersebut dapat diperoleh kebijakan
Delly Indriani, Sugeng Rusmiwari, Agung Suprojo (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat: Studi Kasus Izin Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Di Kantor Badan Penanaman Modal Kota Batu ISSN. 2442-6962 DOI: <a href="https://doi.org/10.33366/jisip.v6i2.525">https://doi.org/10.33366/jisip.v6i2.525</a>	Analisis Regresi Linier Sederhana	diperoleh nilai t hitung sebesar 2,674 dengan nilai signifikansi $0,015 < 0,05$ , sehingga Hipotesis Nol ( $H_0$ ) ditolak, Persamaan regresi antara variabel independent terhadap variabel dependen sebesar 0,284 (28,4%) mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan memiliki sumbangan efektif sebesar 28,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
Lisa Handayani Nanik Suryani (2019)	Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan DOI: 10.15294/eeaj.v8i2.31504 p-ISSN 2252-6544 e-ISSN 2502-356X	Analisis Regresi Linier Berganda	signifikansi untuk variabel dependen kualitas pelayanan (model regresi 1) sebesar 0,200 atau probabilitas $> 0,05$ maka $H_0$ diterima yang artinya data penelitian berdistribusi normal, dan untuk variabel dependen kepuasan masyarakat (model regresi 2) sebesar 0,200 atau probabilitas $> 0,05$ maka $H_0$ diterima yang artinya data penelitian terdistribusi normal.

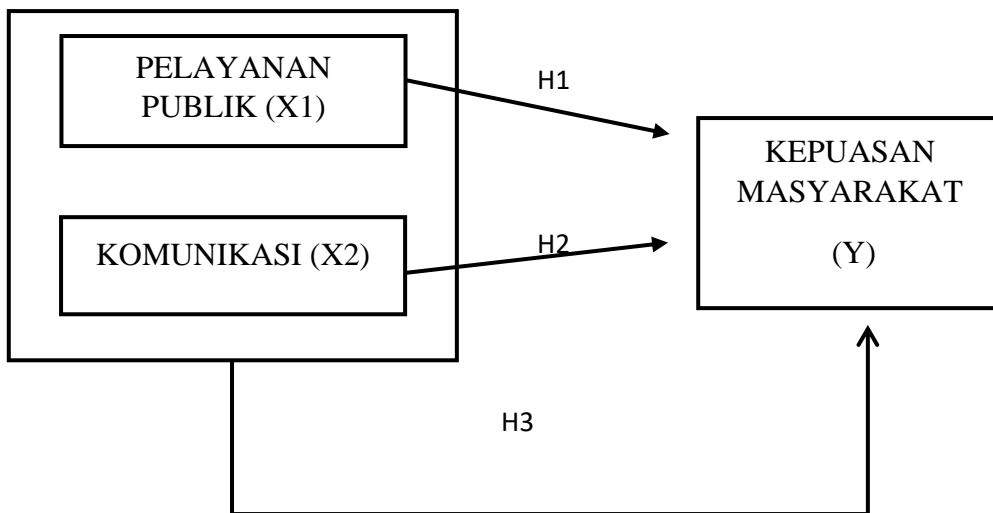
Zakiyah, N., & Wahyono, W. (2020).	Peran Kualitas Pelayanan dalam Memediasi Pengaruh Komunikasi Interpersonal, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat DOI: 10.15294/eeaj.v9i3.31647 p-ISSN 2252-6544 e-ISSN 2502-356X	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil uji parsial (uji t) variabel komunikasi interpersonal adalah signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 3.557 dan nilai sig 0,001 < 0,05 yang berarti H1 diterima. Hasil uji parsial (uji t) variabel disiplin kerja adalah signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 2,257 dan nilai sig. 0,026 < 0,05 yang berarti H2 diterima
Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
Janny Rowena Fuji Rahayu Wilujeng, , Glisina Dwinoor Rembulan (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Menciptakan Kepuasan Publik di Kantor Pelayanan Publik, Jakarta Utara DOI: 10.30813/jiems.v13i1.2083 ISSN 1979-1720 E-ISSN 2579-8154	Analisis Regresi Berganda	variabel eksogen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan warga berarti pelayanan kantor kelurahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan warga DKI Jakarta jika dilihat dari prosedur, informasi, waktu, sarana dan prasarana juga kenyamanan lingkungan.

Egis Yani Pramulaso (2020)	Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai terhadap Kepuasan Masyarakat di Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap Kementerian Ketenagakerjaan P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178 DOI: <a href="https://doi.org/10.31294/jp.v18i1.7549">https://doi.org/10.31294/jp.v18i1.7549</a>	Analisis Regresi Linier Berganda.	nilai F hitung yang diperoleh sebesar 19,042 dan nilai sig 0,000
Ana Mayasari (2020)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Desa Paulan, Colomadu, Karanganyar Jurnal Ekonomi dan Ekonomi syariah Vol 3 No.2 , Juni 2020 E-ISSN : 2599-3410 P-ISSN : 2614-3259 DOI : <a href="https://doi.org/10.36778/jcsya.v3 i2.181">https://doi.org/10.36778/jcsya.v3 i2.181</a>	Analisis Regresi Sederhana	nilai t tabel (7,542>1,998) dan signifikan lebih kecil dari 0,05(0,000 < 0,05). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat sebesar 47,4%, sedangkan 52,6% dipengaruhi oleh variabel lain
Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
Wibowo dkk (2021)	Pengaruh Komunikasi Interpersonal Pimpinan, Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja, Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Hotel Intercontinental Midplaza Jakarta DOI:10.46984/sebatik.v25i2.1468 ISSN: 1410-3737(p) 2621-069X(e)	Regresi Sederhana	Hasil dan pengambilan keputusan dalam uji t: Diperoleh nilai $t_{hitung}$ sebesar $0,005 < t_{tabel} 1,970$ . Nilai (Sig) $0,996 > 0,05$ Maka disimpulkan bahwa $H_0$ diterima dan $H_1$ ditolak, yang berarti Komunikasi interpersonal Pimpinan(X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y).



### E. Kerangka Pemikiran

Menurut sujarweni (2014:42) pada dasarnya kerangka pemikiran diturunkan dari beberapa teori maupun konsep yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga memunculkan asumsi-asumsi yang berbentuk bagan alur pemikiran, yang kemudian kalau mungkin dapat dirumuskan ke dalam hipotesis operasional atau hipotesis yang dapat diuji.



**Gambar 3**  
**Kerangka Pemikiran**

Keterangan :

H1 : Pengaruh X1 secara parsial terhadap Y

H2 : Pengaruh X2 secara parsial terhadap Y

H3 : Pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y

Dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas atau variabel X adalah variabel yang dianggap sebagai penyebab dari variabel terikat, dan variabel terikat dianggap sebagai akibat. Sedangkan variabel dependen atau variabel Y adalah variabel yang

diprediksi berubah dengan variabel independen atau dengan kata lain variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh adanya variabel independen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel penelitian, yaitu:

- 1) Variabel bebas: Kualitas pelayanan publik (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2).
- 2) Variabel terikat: kepuasan masyarakat (Y)

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel, peneliti melakukan analisis pengaruh antar variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)

Kualitas Pelayanan publik yang baik memiliki peranan yang sangat penting bagi suatu instansi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa. Yang mana pelayanan menjadi salah satu kunci agar dapat memberikan kepuasan kepada pengguna jasa yang mana disini adalah masyarakat sekitar instansi.

2. Pengaruh Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)

Tidak lupa juga bahwa salah satu peranan dalam pelayanan publik adalah komunikasi, yang mana komunikasi sendiri adalah sebagai tolak ukur bagaimana para aparat dapat membantu masyarakat dalam pemberian informasi yang penting bagi masyarakat itu sendiri agar tidak terjadi kesalahan yang mana dapat kepuasan tersendiri bagi masyarakat tersebut..

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y)

Pelayanan Publik dan Komunikasi Interpersonal sangat penting untuk memperoleh nilai kepuasan yang diharapkan oleh instansi terhadap masyarakat karena dengan membaiknya pelayanan publik dan komunikasi memberikan rasa percaya masyarakat dalam menggunakan jasa pelayanan sebuah instansi.