

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pelayanan publik di Indonesia dapat dikatakan masih belum sesuai dengan harapan (*unexpected*). Reformasi birokrasi telah lama digaungkan, namun praktek-praktek seperti KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme); pungli (pungutan liar); proses pelayanan yang berbelit-belit; diskriminatif; dan sebagainya masih menjadi masalah dalam birokrasi di Indonesia. Keadaan tersebut pada akhirnya membuat tingkat kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap pemerintah semakin kecil atau menurun. Pemerintah bukan satu-satunya aktor dalam melakukan reformasi pelayanan publik. Masyarakat juga perlu dilibatkan dalam membuat standarisasi pelayanan publik. Tujuannya adalah agar penyelenggara pelayanan mampu untuk memberikan kepastian, meningkatkan kualitas dan kinerja pelayanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat¹.

Pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat akan membuat masyarakat puas. Kepuasan merupakan hal yang *essential* untuk diwujudkan dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Pertama, masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan layanan yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat dan kedua, kepuasan dalam pemberian pelayanan memiliki hubungan dalam menciptakan kepercayaan (*trust*) terhadap institusi publik yang bersangkutan dan pemerintah, semakin menurunnya tingkat

¹ Holidin, Defny. 2013. *Reformasi dalam Praktik*. Jakarta: Percetakan dan SMK Grafika Desa Putera. Hal.2

ketidakpuasan klien (masyarakat) memiliki pengaruh kuat dalam meningkatnya kepercayaan (*trust*) terhadap sektor publik². Kepercayaan masyarakat penting untuk pemerintah dalam menjalankan kebijakan yang telah ditetapkannya. Ketika masyarakat percaya terhadap pemerintah, maka pemerintah dapat menjalankan kebijakan tanpa bersifat koersif atau memaksa.

Trust is important because it enables governments to act without having to resort to coercion or the use of force for every decision undertaken (Gamson, 1968)³.

Dewasa ini, pelayanan publik di Indonesia dapat dikatakan masih buruk. Hal itu dapat diketahui dari hasil survei yang telah dilakukan World Bank pada tahun 2011, Indonesia menempati urutan ke-129 dari 183 negara dalam pelayanan publik⁴. Pelayanan publik di Indonesia dapat dikatakan juga masih belum dapat memuaskan masyarakat dan belum memenuhi harapan (ekspektasi) masyarakat. Hal tersebut tercermin dalam laporan atau pengaduan masyarakat yang diterima oleh Ombudsman RI yang cenderung selalu mengalami peningkatan. Dalam diagram I.1 dapat dilihat bahwa peningkatan laporan atau pengaduan masyarakat atas dugaan maladministrasi dalam pelayanan publik yang diterima oleh ombudsman RI meningkat cukup signifikan dari tahun 2012 berjumlah 2209 aduan atau laporan meningkat menjadi 5173 aduan atau laporan pada tahun 2013.

² Kampen K, Jarl. De Walle, Steven Van. Geert Bouckaert. 2006. Assessing The Relation Between Satisfaction With Public Service Delivery and Trust in Government: The Impact of The Predisposition of Citizens Toward Government on Evaluations of Its Performance. *Public Management & Management Review* 29 (4): 387-404

³ *Ibid*

⁴<http://www.merdeka.com/peristiwa/5-kementerian-dengan-pelayanan-terburuk-versi-ombudsman-ri.html> (diakses tanggal 21 September 2014 pukul 19.09)

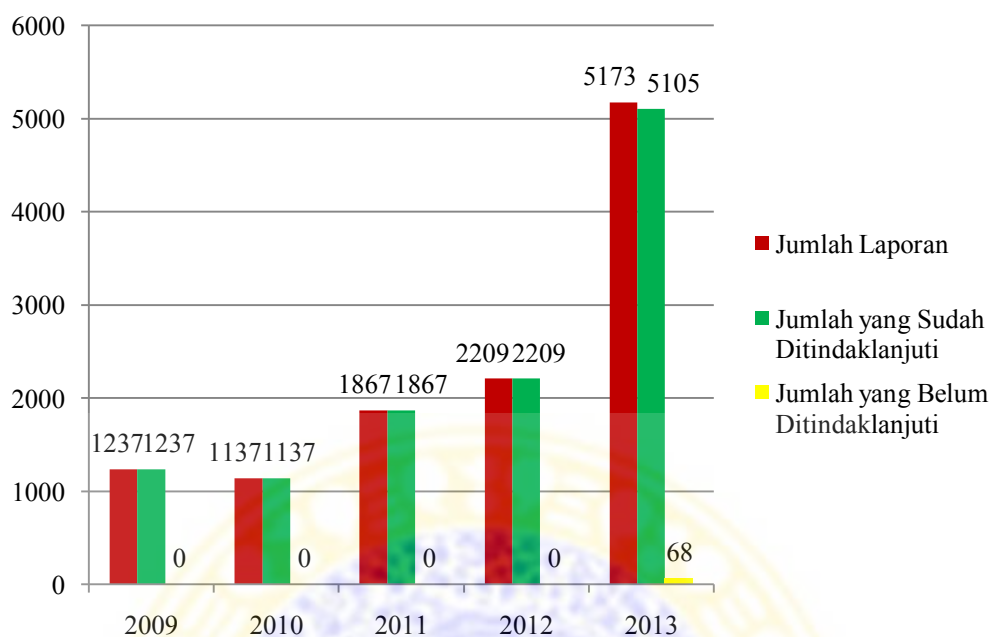


Diagram I.1
Laporan/Pengaduan Masyarakat Atas Dugaan Maladministrasi dalam Pelayan Publik Periode 2009-2013⁵

Sumber: Buku Laporan Tahunan Ombudsman Republik Indonesia Tahun 2013

Adapun laporan atau pengaduan masyarakat yang diterima oleh Ombudsman RI tersebut yaitu terkait dengan masalah penundaan berlarut, penyalahgunaan wewenang, adanya penyimpangan prosedur, dan sebagainya. Pada tabel I.1 dapat diketahui bahwa 25,40% aduan tersebut terkait dengan masalah penundaan berlarut, artinya masyarakat membutuhkan waktu yang lama dalam mendapatkan pelayanan dari penyelenggara pelayanan. Dewasa ini, media baik cetak maupun elektronik memiliki peran besar dalam membentuk persepsi masyarakat. Berbagai berita baik atau buruk mengenai pelayanan publik yang diberitakan oleh media sedikit banyak akan mempengaruhi masyarakat dalam membentuk ekspektasi masyarakat.

⁵ Buku Laporan Tahunan Ombudsman Republik Indonesia Tahun 2013, Hal. 1

Tabel I.1
Substansi Maladministrasi yang dilaporkan Masyarakat Tahun 2013⁶

Substansi Maladministrasi	Jumlah	Persentase (%)
Penundaan berlarut	1314	25,40%
Penyalahgunaan wewenang	688	13,30%
Berpihak	129	2,49%
Tidak memberikan pelayanan	707	13,67%
Penyimpangan prosedur	935	18,07%
Permintaan uang, barang, dan jasa	478	9,24%
Tidak kompeten	320	6,19%
Tidak patut	288	5,57%
Diskriminasi	125	2,42%
Konflik kepentingan	57	1,10%
Lain-lain	132	2,55%
Total	5173	100%

Sumber: Buku Laporan Tahunan Ombudsman Republik Indonesia Tahun 2013

Berdasarkan UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, ruang lingkup pelayanan publik meliputi pelayanan barang publik, pelayanan jasa publik, dan pelayanan administratif⁷. Dari tiga jenis pelayanan yang ada tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat dalam pelayanan administratif khususnya administrasi kependudukan dan catatan sipil. Hal tersebut dikarenakan sejak manusia lahir hingga meninggal, manusia terikat dengan urusan-urusan administratif mulai dari akta kelahiran, Kartu Keluarga (KK), Kartu Tanda Penduduk Elektronik (*e-KTP*), hingga akta kematian. Selain itu, dari administrasi kependudukan tersebut akan menghasilkan data kependudukan yang berguna untuk pelayanan publik dan pembangunan sektor lain⁸.

Namun pada kenyataannya administrasi kependudukan di Indonesia belum berjalan dengan baik. Indonesia masuk dalam kategori 19 negara yang dianggap

⁶ *Ibid*, Hal.9

⁷ Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Pasal 5 Ayat 1

⁸ Undang-Undang No.24 Tahun 2013 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan

paling buruk di dunia dalam hal pencatatan kelahiran. Dimana setiap tahunnya 1,5 juta bayi yang lahir tanpa dicatatkan kelahirannya⁹. Hal tersebut disampaikan oleh Nono Sumarsono dari UNICEF pada 28 Agustus 2002 lalu dalam jumpa pers bersama GTZ (Lembaga Pemerintah Jerman untuk Bantuan Teknis) dan Konsorsium Pencatatan Sipil, di Kantor UNICEF. Masih buruknya layanan publik di Indonesia khususnya dalam bidang administrasi kependudukan dapat dikatakan bahwa layanan kependudukan dan catatan sipil di Indonesia belum dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat.

Potret masih buruknya pelayanan publik di Indonesia seharusnya dapat dijadikan sebagai evaluasi dan motivasi pemerintah untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan publik. Adanya Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik diharapkan dapat menjadi pedoman setiap instansi atau organisasi publik dalam menyediakan layanan publik. Berdasarkan survei MarkPus Insight, 64,9% masyarakat berharap UU No. 25 Tahun 2009 tersebut akan meningkatkan standar kualitas pelayanan publik, 41,5% masyarakat berharap UU tersebut dapat menjadi acuan setiap lembaga pelayanan, dan 35,8% lainnya berharap UU tersebut dapat meningkatkan respon penanganan keluhan masyarakat oleh lembaga pelayanan publik¹⁰. Survei tersebut dilakukan dengan 939 responden dari kalangan profesional dan eksekutif.

Instansi atau lembaga publik memiliki tugas untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat untuk mendapatkan pelayanan publik yang

⁹<http://www.tempo.co/read/news/2002/08/28/05527889/Administrasi-Kependudukan-di-Indonesia-Terburuk-di-Dunia> (diakses tanggal 26 September 2014 pukul 17.02)

¹⁰http://m.news.viva.co.id/news/read/75756-apa_harapan_rakyat_dari_uu_pelayanan_publik (diakses tanggal 21 September 2014 pukul 19.02)

lebih baik dan berkualitas. Salah satu aksi nyata pemerintah untuk memperbaiki pelayanan publik khususnya dalam bidang administrasi kependudukan, yaitu adanya kebijakan untuk pengurusan dan penerbitan dokumen kependudukan tidak lagi dipungut biaya. Hal tersebut tertuang dalam UU No. 24 Tahun 2013 tentang Perubahan atas UU No.23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan dalam pasal 79A. Namun, apabila masyarakat terlambat untuk melapor atau mengurus administrasi kependudukan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, masyarakat tetap akan dikenakan sanksi berupa denda.

Sesuai dengan hasil penelitian Ombudsman RI ihwal kepatuhan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di tingkat Provinsi terhadap UU No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, dari 22 provinsi yang menjadi objek penelitian hanya 9,0% SKPD di tingkat provinsi yang masuk ke dalam zona hijau artinya dalam menjalankan pelayanan publik patuh atau sesuai dengan UU yang berlaku¹¹.

¹¹ Suara Ombudsman RI Edisi ke-6/November-Desember 2013, Hal. 14

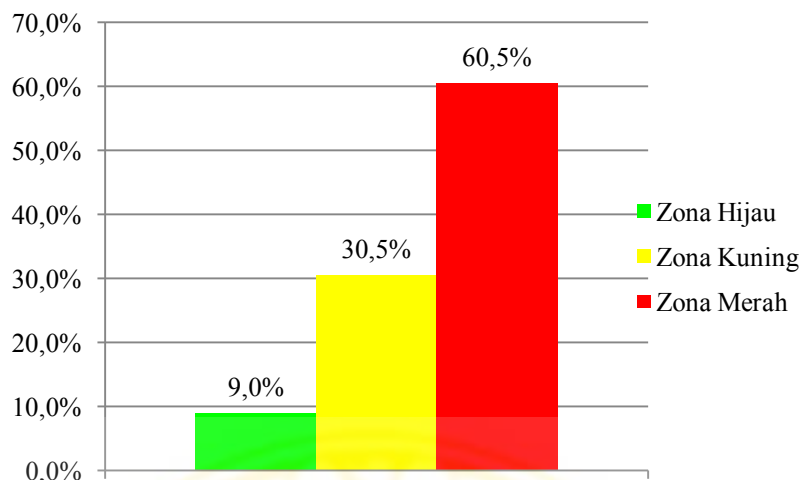


Diagram I.2
Potret Kepatuhan Pemerintah Provinsi dalam Menjalankan Pelayanan Publik Sesuai dengan UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik¹²

Sumber: Suara Ombudsman RI Edisi ke-6/November-Desember 2013

Berdasar Tabel I.2 Provinsi Jawa Timur merupakan satu-satunya provinsi yang unit pelayanan publiknya mencapai 75% masuk dalam zona hijau. Prestasi tersebut ternyata juga diraih oleh Kota Surabaya. Lembaga negara pengawas pelayanan publik (Ombudsman RI) memberikan predikat kepatuhan terhadap UU Pelayanan Publik kepada Kota Surabaya. Berdasar Surat Ombudsman RI Nomor 710/ORI-Srt/VII/2014, terdapat 14 SKPD di Kota Surabaya yang masuk dalam zona hijau, yaitu Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang, Dinas PU Bina Marga, Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, RSUD dr. Soewandhie, Dinas Kesehatan, Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan, Badan Lingkungan Hidup, Dinas Pengelolaan

¹² *Ibid*

Bangunan dan Tanah, PDAM Surya Sembada, Badan Kepegawaian dan Diklat, Dinas Sosial, Baskengbanglinmas, dan Dinas Pendidikan¹³.

Tabel I.2
Persentase Kepatuhan SKPD Di 22 Provinsi Indonesia dalam Menjalankan Pelayanan Publik Sesuai dengan UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik¹⁴

NO.	PROVINSI	MERAH	KUNING	HIJAU
1.	Aceh	58,3%	41,7%	
2.	Bali	25,0%	58,3%	16,7%
3.	Jawa Barat	45,5%	36,4%	18,2%
4.	Jawa Tengah	58,3%	41,7%	
5.	Jawa Timur		25,0%	75,0%
6.	Kalimantan Barat	58,3%	41,7%	
7.	Kalimantan Selatan	83,3%	16,7%	
8.	Kalimantan Timur	66,7%	16,7%	16,7%
9.	Kepulauan Riau	81,8%	18,2%	
10.	Lampung	66,7%	16,7%	16,7%
11.	Maluku	25,0%	75,0%	
12.	NTB	66,7%	25,0%	8,3%
13.	NTT	75,0%	25,0%	
14.	Papua	88,9%	11,1%	
15.	Riau	66,7%	25,0%	8,3%
16.	Sulawesi Selatan	90,9%	9,1%	
17.	Sulawesi Tengah	50,0%	33,3%	16,7%
18.	Sulawesi Tenggara	75,0%	25,0%	
19.	Sulawesi Utara	41,7%	41,7%	16,7%
20.	Sumatera Barat	66,7%	33,3%	
21.	Sumatera Selatan	70,0%	20,0%	10,0%
22.	Sumatera Utara	50%	50%	

Sumber: Suara Ombudsman RI Edisi ke-6/November-Desember 2013

Walaupun Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya mendapatkan predikat kepatuhan dalam menjalankan pelayanan administrasi kependudukan dan catatan sipil, faktanya di Kota Surabaya masih memiliki beberapa permasalahan terkait dengan administrasi kependudukan dan catatan

¹³<http://www.ombudsman.go.id/index.php/beritaartikel/berita/1276-surabaya-raih-predikat-kepatuhan-pelayanan-publik.html> (diakses tanggal 21 September 2014 pukul 19.24)

¹⁴ *Ibid*

sipil. Permasalahan tersebut di antaranya adalah ditemukannya 400 ribu KTP ganda¹⁵, 1.711.926 penduduk Kota Surabaya belum memiliki akta kelahiran¹⁶, berdasar data dispendukcapil, dari 57.445 PNS Surabaya yang belum memiliki akte kelahiran jumlahnya 34.989 orang¹⁷, hingga permasalahan terkait administrasi penduduk pendatang. Fenomena tersebut dapat terjadi dimungkinkan karena masyarakat malas atau tidak memiliki kesadaran akan pentingnya untuk mengurus dokumen-dokumen kependudukan dan catatan sipil. Hal itu bisa terjadi dikarenakan asumsi yang berkembang selama ini adalah pelayanan publik berbelit-belit, membutuhkan waktu lama, mahal, dsb yang pada akhirnya membentuk ekspektasi masyarakat akan kinerja layanan yang akan mereka terima nantinya.

Peneliti memilih Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian, karena pertama peneliti menganggap bahwa administrasi kependudukan merupakan sesuatu hal yang sangat penting dimana hasilnya akan berguna untuk pelaksanaan pelayanan publik dan pembangunan sektor lain; kedua di Kota Surabaya terdapat berbagai permasalahan dalam administrasi kependudukan mulai dari adanya 400 ribu KTP ganda, ribuan PNS yang belum memiliki akta kelahiran, dsb yang diduga dipengaruhi oleh ekspektasi masyarakat yang terbentuk berdasar asumsi-asumsi yang berkembang selama ini mengenai pelayanan publik yang berbelit-belit, membutuhkan waktu yang lama, mahal, dsb; ketiga Dispendukcapil Kota

¹⁵<http://adminduk.kemendagri.go.id/detail/ada-400-ribu-ktp-ganda-di-surabaya> (diakses tanggal 28 September 2014 pukul 09.14)

¹⁶<http://www.encycity.co/dispdukcapil-buka-layanan-mobil-keliling-akte-kelahiran/> (diakses tanggal 28 September 2014 pukul 09.48)

¹⁷ *Ibid*

Surabaya mendapat predikat kepatuhan terhadap UU pelayanan publik yaitu UU No. 25 Tahun 2009 yang artinya kinerja pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diamanatkan oleh UU terkait; dan keempat Dispendukcapil Kota Surabaya selalu melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas layanan dimana hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya inovasi layanan KTP *Smart Office*¹⁸, membuka layanan dengan mobil keliling¹⁹, dibentuknya Unit Pengelolaan Pengaduan dan Layanan Informasi Kependudukan²⁰, hingga penggunaan teknologi dengan melakukan inovasi pelayanan kipem (kartu penduduk musiman) secara online²¹. Dan yang kelima, Indeks Kepuasan Masyarakat di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya adalah 71,06 dengan nilai mutu pelayanan B (baik)²².

Perbaikan dan peningkatan kinerja layanan yang dilakukan oleh Dispendukcapil Kota Surabaya dapat dikatakan cukup berhasil karena diikuti dengan peningkatan persentase masyarakat yang menyatakan puas akan kinerja layanan yang diberikan Dispendukcapil Kota Surabaya dari tahun ke tahunnya yang ditunjukkan pada tabel I.3.

¹⁸<http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/06/08/ktp-smart-office-urus-ktp-gratis-di-mall-371419.html> (diakses pada tanggal 30 September 2014 pukul 20.33)

¹⁹<http://www.encycity.co/dispdukcapil-buka-layanan-mobil-keliling-akte-kelahiran/> (diakses tanggal 28 September 2014 pukul 09.48)

²⁰<http://dispdukcapil.surabaya.go.id/berita/451-dispdukcapil-bentuk-unit-pengelolaan-pengaduan-dan-layanan-informasi-kependudukan> (diakses tanggal 30 September 2014 pukul 20.43)

²¹<http://www.beritametro.co.id/jawa-timur/targetkan-2-medali-emas> (diakses tanggal 28 September 2014 pukul 09.36)

²² Laporan Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya Tahun 2013.

Tabel I.3
Hasil Poling Pelayanan di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil
Kota Surabaya²³

Tahun	Puas		Cukup		Kurang	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
2010	1.153	44,09 %	581	22,22 %	881	33,69 %
2011	974	40,89 %	257	10,79 %	1.151	48,32 %
2012	870	57,85 %	516	34,31 %	118	7,85 %
2013	944	60,05 %	541	34,41 %	87	5,53 %

Sumber: Data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya.

Berdasar tabel I.3, dapat kita ketahui bahwa masyarakat yang menyatakan puas dengan kinerja pelayanan Dispendukcapil Kota Surabaya cenderung meningkat dari tahun ke tahunnya. Persentase masyarakat yang menyatakan tidak puas akan kinerja pelayanan Dispendukcapil Kota Surabaya juga cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahunnya. Dari fakta tersebut dapat dinyatakan bahwa Dispendukcapil Kota Surabaya melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja pelayanan yang mempengaruhi meningkatnya kepuasan masyarakat.

Kepuasan merupakan suatu keadaan afektif yang dipengaruhi oleh beberapa hal. Dalam *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT), menjelaskan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh ekspektasi (*expectation*), kinerja (*performance*), dan diskonfirmasi (*disconfirmation*). EDT merupakan teori yang dominan dalam studi perilaku konsumen terhadap kepuasan pelanggan di sektor swasta (Erevelles and Leavitt, 1992; Oliver, 1997; Yi, 1990)²⁴. *Expectancy Disconfirmation Theory* memandang penilaian kepuasan ditentukan tidak hanya

²³ http://dispendukcapil.surabaya.go.id/statistik/polling_kantor.php (diakses pada tanggal 13 Juni 2014 pukul 13.20)

²⁴ Van Ryzin, G.G. 2004. Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services. *Journal of Policy Analysis and Management* 23 (3): 433-488

dengan kinerja produk atau jasa saja tetapi sebuah proses di mana konsumen membandingkan kinerja dengan ekspektasi mereka sebelumnya²⁵.

Sedangkan dalam sektor publik, seperti *The Government Accounting Standards Board* (GASB, 1994), *The International City/County Management Association* (ICMA, 2002), dan *The National Academy of Public Administration* (NAPA, 1999), semuanya memiliki peningkatan ketertarikan untuk melakukan survei pelanggan untuk mengukur kinerja pemerintah daerah, namun penelitian untuk mengembangkan dan uji empiris terhadap model kepuasan masyarakat belum sejalan dengan meningkatnya minat praktisi dalam survei masyarakat. Padahal model tersebut baik sebagai kerangka kerja untuk analisis kebijakan dan sebagai lensa untuk manajer publik untuk memperoleh perspektif yang lebih baik tentang bagaimana masyarakat menanggapi kinerja pemerintah daerah²⁶.

Secara garis besar, menurut Chiou (1999) riset-riset kepuasan pelanggan didasarkan pada tiga teori utama, yaitu: *contrast theory*, *assimilation theory*, dan *assimilation-contrast theory*²⁷. *Contrast theory* berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra-pembelian. *Assimilation theory* menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dari ekspektasi konsumen pra-pembelian. *Assimilation-contrast theory* berpegangan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assimilation effect*) atau efek kontras (*contrast effect*) merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual.

²⁵ *Ibid*

²⁶ *Ibid*

²⁷ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hal. 199

Dari berbagai teori yang ada tersebut, terdapat paradigma diskonfirmasi yang dinyatakan oleh beberapa ahli merupakan model yang paling banyak digunakan dan dijadikan acuan (Churchill & Suprenant, 1982; LaTour & Peat, 1977; Oliver, 1980; Spreng, MacKenzie & Olshavsky, 1996; Tse & Wilton, 1988)²⁸. Paradigma diskonfirmasi menegaskan bahwa kepuasan/ketidakpuasan purnabeli ditentukan oleh evaluasi konsumen terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar pembandingan lainnya) dan persepsi terhadap kinerja produk aktual setelah pemakaian produk.

Berdasar teori-teori yang ada tersebut, peneliti menduga bahwa kepuasan dibentuk oleh beberapa hal diantaranya yaitu ekspektasi (*expectation*), kinerja (*performance*), dan diskonfirmasi (*disconfirmation*). Teori-teori tersebut merupakan teori-teori yang dominan dalam riset-riset kepuasan pelanggan di sektor swasta. Namun, berdasar studi terdahulu yang telah dilakukan oleh Gregg G. Van Ryzin (2004) yang berjudul *Expectations, Performance, and Citizens Satisfaction with Urban Services, Expectancy Disconfirmation Theory with performance model* cocok untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap pelayanan perkotaan (*urban services*).

*The model provides a very good fit to data from New York City, suggesting that expectations and especially disconfirmation represent important processes in the formation of citizen satisfaction with urban services*²⁹.

Studi yang telah dilakukan oleh Van Ryzin tersebut menunjukkan bahwa *expectancy disconfirmation theory* dapat juga diaplikasikan di sektor

²⁸ *Ibid*

²⁹ Van Ryzin, G.G. 2004. Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services. *Journal of Policy Analysis and Management* 23 (3): 433-488

publik. Studi tersebut menggunakan *path analysis* untuk analisis datanya, dimana *expectation*; *performance*; dan *disconfirmation* memiliki pengaruh dalam membentuk kepuasan (*satisfaction*). Namun, dalam studi tersebut variabel ekspektasi, diskonfirmasi, dan kepuasan diukur dengan satu indikator (*single indicator*). Hal tersebut dikarenakan Van Ryzin berasumsi bahwa ketiga variabel tersebut merupakan *summary judgements*. Sedangkan untuk variabel *performance* (kinerja) menggunakan sembilan indikator untuk pelayanan perkotaan (*urban services*) yaitu: *fire*; *police*; *schools*; *subways*; *buses*; *roads*; *parks*; *library*; dan *cleanst*.

Expectancy disconfirmation theory juga pernah diterapkan dalam sistem informasi oleh Nancy K. Lankton dan Harrison D. McKnight yang berjudul *Examining Two Expectation Disconfirmation Theory Models: Assimilation and Asymmetri Effects*. Studi yang dilakukan oleh Lankton dan McKnight (2012) tersebut membandingkan dua model dalam *expectation disconfirmation theory*. Model pertama disebut *simplified expectation disconfirmation model* dan model kedua disebut *the complete expectation disconfirmation with performance model*. Dalam studi tersebut masing-masing variabel (*expectation*, *performance*, *disconfirmation*, dan *satisfaction*) diukur melalui dimensi sistem informasi yaitu *usefulness* dan *ease of use*. Hasil studi tersebut menyatakan bahwa *the complete expectation disconfirmation with performance model* lebih baik untuk menjelaskan terbentuknya kepuasan.

This study compares the simplified and complete models Oliver (1997) proposes to show how and when the complete model provides a better understanding of the EDT process than the simplified model³⁰.

Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) juga telah diaplikasikan dalam kajian pengukuran kepuasan pelanggan produk kartu telepon. Studi tersebut dilakukan oleh Ign Heruwasto (2014). Dalam mengukur kepuasan pelanggan, studi tersebut menggunakan tiga landasan teori³¹ yaitu: pertama, teori tentang sikap (attitude) di mana logika atau cognitive yang mendorong perasaan/emosi atau affective konsumen. Penilaian konsumen terhadap kinerja suatu produk atau layanan perusahaan merupakan bagian dari komponen cognitive, demikian juga harapan atau expectation dari konsumen. Kedua, *expectancy disconfirmation theory*, bahwa kepuasan dihasilkan dari kesenjangan atau gap antara kinerja dan harapan. Ketiga, *multi attribute model*, bahwa konsumen akan menilai berbagai hal-hal atribut yang terkait dan melekat pada produk dan layanan (Schiffman & Kanuk, 1997)³².

Studi yang dilakukan oleh Ign Heruwasto tersebut mengukur variabel kinerja, kesesuaian, dan kepuasan melalui beberapa indikator yaitu indikator produk, harga, logo dan merek, iklan dan promosi, tempat penjualan, dan pelayanan selular.

Dari tiga studi terdahulu yang dilakukan oleh Van Ryzin (2004), Lankton & Mcknight (2012), dan Ign Heruwasto (2014) peneliti ingin

³⁰ Lankton, Nancy K., McKnight, Harrison D. 2012. Examining Two Expectation Disconfirmation Theory Models: Assimilation and Asymmetry Effects. *Journal of The Association for Information Systems* 13 (2): 88-115.

³¹ Heruwasto, Ign. 2014. Kajian Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Konsep, Metode, dan Cara Perhitungan dalam Paradigma *Expectancy Disconfirmation Theory*. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia* 43 (3): 212-242.

³² *Ibid*

mengaplikasikan *expectancy disconfirmation theory* untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat dalam pelayanan administrasi kependudukan dan catatan sipil dengan memilih Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya sebagai lokasi penelitiannya. Peneliti menganggap tiga studi terdahulu memiliki obyek penelitian dan setting lokasi yang berbeda dengan yang akan dilakukan peneliti. Studi yang dilakukan Van Ryzin (2004) dapat dikatakan serupa karena bidang yang dikaji sama yaitu pelayanan publik.

Jika melihat perkembangan paradigma administrasi publik yang dimulai dengan paradigma *Old Public Administration* (OPA), kemudian muncul paradigma *New Public Management* (NPM), dan yang terakhir adalah paradigma *New Public Service* (NPS). Penelitian ini termasuk dalam paradigma *New Public Management* (NPM). NPM secara umum dipandang sebagai suatu paradigma dalam administrasi publik yang menerapkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dalam dunia manajemen bisnis dan disiplin yang lain untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas kinerja pelayanan publik pada birokrasi modern³³. Inti dari konsep NPM ialah untuk mentransformasikan kinerja yang selama ini dipergunakan dalam sektor privat dan bisnis ke sektor publik³⁴. Dalam melakukan hubungan antara instansi-instansi pemerintah dengan pelanggannya (*customers*) dipahami sama dengan proses hubungan transaksi yang dilakukan oleh mereka dunia pasar (*market place*)³⁵. Dalam sektor privat, menciptakan dan mengelola kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan-

³³ Pasolong, Harbani. 2002. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta. Hlm. 41

³⁴ Thoha, Miftah. 2010. *Ilmu Administrasi Publik Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm.71

³⁵ *Ibid.* Hlm.74

perusahaan di sektor swasta selalu memberikan pelayanan prima (*service excellence*) kepada pelanggannya agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Salah satu teori kepuasan yang dominan di sektor privat yaitu *expectancy disconfirmation theory*, penelitian ini bermaksud untuk menggunakan teori tersebut guna mengetahui tingkat kepuasan masyarakat pada pelayanan administrasi kependudukan yaitu pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya.

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut penggunaan teori *expectancy disconfirmation theory* untuk digunakan dalam pelayanan administrasi kependudukan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Ekspektasi dan Kinerja Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Diskonfirmasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya)”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka *problematic* yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan dan diskonfirmasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat? Jika berpengaruh, berapa besar pengaruh tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan, dan diskonfirmasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat?

2. Apakah *expectancy disconfirmation theory* merupakan model yang cocok secara empiris untuk digunakan guna menjelaskan tingkat kepuasan masyarakat dalam pelayanan administrasi kependudukan dan catatan sipil?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan dan diskonfirmasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat.
2. Untuk mengetahui apakah *expectancy disconfirmation theory* merupakan model yang cocok secara empiris untuk dapat digunakan guna menjelaskan tingkat kepuasan masyarakat dalam pelayanan administrasi kependudukan dan catatan sipil.

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjawab *research problem* dalam penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan, dan diskonfirmasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat serta mengetahui apakah *expectancy disconfirmation theory* juga dapat diaplikasikan dalam pelayanan administrasi kependudukan dan catatan sipil seperti yang telah dilakukan dalam studi terdahulu yang dilakukan oleh Van Ryzin (2004) dalam

pelayanan perkotaan (*urban services*) dan Lankton & McKnight dalam sistem informasi (2012).

I.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan, maupun tingkat kepuasan masyarakat terhadap Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya, serta dapat digunakan oleh penyedia layanan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat.

I.5 Kerangka Teori

Dalam penelitian kuantitatif, penggunaan konsep dan teori yang relevan serta pengkajian terhadap hasil-hasil penelitian yang mendahului guna menyusun hipotesis merupakan aspek logika (*logico-hypothetico*)³⁶. Teori adalah seperangkat konstruk (konsep), batasan, dan proposisi yang menyajikan suatu pandangan sistematis tentang fenomena dengan merinci hubungan-hubungan antar variabel, dengan tujuan menjelaskan dan memprediksi gejala tersebut³⁷.

Dalam sub bab kerangka teori ini, kerangka logika yang ingin dibangun adalah bagaimana pengaruh tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan, dan diskonfirmasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan teori-teori yang ada dan studi-studi terdahulu. Dalam sub bab kerangka teori ini, terdapat beberapa teori yang akan diuraikan guna membentuk dan menjelaskan bagaimana kerangka berpikir peneliti dalam penelitian ini, yaitu teori mengenai tingkat ekspektasi,

³⁶Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 17

³⁷ Kerlinger, Fred N. 2000. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm.16

kinerja pelayanan, diskonfirmasi, tingkat kepuasan masyarakat, dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini:

I.5.1 Ekspektasi

I.5.1.1 Konsep Ekspektasi

Ekspektasi merupakan prediksi terhadap sifat atau karakteristik dan tingkat kinerja yang bakal diterima pengguna produk (Woodruff; Cadotten; & Jenkins, 1993)³⁸. Richard L. Oliver (1980; 1997), juga menyatakan bahwa ekspektasi juga merupakan sebuah prediksi, yaitu prediksi awal atau antisipasi terhadap kinerja produk atau jasa³⁹.

Sejalan dengan definisi ekspektasi yang dikemukakan di atas, Liechty & Churchill mendefinisikan ekspektasi sebagai kalkulasi probabilitas indifferen yang dilakukan konsumen menghasilkan gambaran mengenai apa yang akan terjadi⁴⁰. Jika ketiga definisi sebelumnya mendefinisikan ekspektasi secara umum atau lebih kepada ekspektasi konsumen terhadap produk, Daryanto dan Setyobudi (2014) mendefinisikan ekspektasi konsumen terhadap jasa, ekspektasi konsumen jasa adalah keyakinan tentang penghantara jasa yang berfungsi sebagai standar atau titik referensi dalam bertindak, dimana performansi sebagai pertimbangan⁴¹.

³⁸ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 205

³⁹ Van Ryzin, G G. 2004. Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services. *Journal of Policy Analysis and Management* 23 (3): 433-488

⁴⁰ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 206

⁴¹ Daryanto., Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. Hlm. 91

Dari berbagai definisi di atas dapat diketahui bahwa ekspektasi merupakan sebuah prediksi atau kalkulasi konsumen dimana di dalam penelitian ini konsumen adalah masyarakat, tentang kinerja produk atau jasa yang akan masyarakat terima sebagai antisipasi ataupun bahan pertimbangan mereka dalam bertindak.

I.5.1.2 Tingkat Ekspektasi

Menurut Roland T. Rust, 1996⁴², tingkatan ekspektasi konsumen dibagi atas:

1. *Will expectation*, yaitu tingkatan rata-rata dari kualitas yang diprediksi berdasarkan semua informasi yang diketahui. Ini merupakan tingkat ekspektasi yang sering disalah-artikan oleh konsumen dan peneliti. Ketika konsumen mengatakan ”jasa ini telah memenuhi keinginan saya”, berarti jasa ini lebih baik dari yang mereka prediksi akan terjadi.
2. *Shoud expectation*, yaitu apa yang konsumen rasakan sepantasnya mereka terima dari transaksi. Sangat sering apa yang mereka rasakan seharusnya terjadi lebih baik dari yang mereka pikir akan terjadi.
3. *Ideal expectation*, yaitu apa yang terjadi dalam keadaan terbaik. Ini berguna sebagai barometer dari kesempurnaan.

Sedangkan, Valerie & Zeithaml⁴³, membagi ekspektasi konsumen jasa ke dalam dua tingkatan yaitu:

⁴² *Ibid*

⁴³ *Ibid*, Hlm. 91-92.

1. Jasa yang diinginkan (*desired service*), yaitu tingkatan pelayanan yang diharapkan akan diperoleh dan merupakan panduan dari apa yang dianggap konsumen dapat dilakukan dan harus dilakukan.
2. Jasa yang dianggap cukup (*adequate service*), yaitu tingkat pelayanan yang masih dapat diterima konsumen.

Daerah di antara kedua tingkatan ekspektasi ini disebut zona toleransi (*zone of tolerance*). Kedua tingkatan ekspektasi ini berbeda untuk masing-masing konsumen dan juga berbeda pada kategori dan level pemberi jasa yang berbeda.

I.5.1.3 Faktor-Faktor Pembentuk Ekspektasi

Zeithaml et al (1993) mengemukakan sepuluh determinan utama ekspektasi pelanggan⁴⁴, yaitu sebagai berikut:

a. *Enduring service intensifiers*,

Faktor ini meliputi harapan yang dipengaruhi orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang jasa. Apabila pelanggan lain dilayani dengan baik oleh penyedia jasa, maka dengan sendirinya pelanggan spesifik akan berharap bahwa ia juga sepatutnya dilayani dengan baik.

b. *Personal needs*,

Kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya sangat menentukan ekspektasinya. Kebutuhan personal meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis.

c. *Transitory service intensifiers*

⁴⁴ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 126-128

Faktor ini meliputi: 1) situasi darurat pada saat pelanggan sangat membutuhkan jasa dan ingin perusahaan bisa membantunya, 2) jasa terakhir yang dikonsumsi pelanggan dapat pula menjadi acuannya dalam menentukan baik buruknya jasa berikutnya.

d. *Perceived service alternatives,*

Perceived service alternatives merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan lain sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif maka ekspektasinya terhadap jasa tertentu cenderung akan semakin besar.

e. *Self-perceived services roles,*

Faktor ini mencerminkan persepsi pelanggan terhadap tingkat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Jika konsumen terlibat dalam proses penyampaian jasa dan jasa yang direalisasikan ternyata tidak begitu baik, maka pelanggan tidak bisa menimpakan kesalahan sepenuhnya pada si penyedia jasa.

f. *Situational factors,*

Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali penyedia jasa.

g. *Explicit service promises,*

Faktor ini merupakan pernyataan atau janji (secara personal maupun non personal) organisasi tentang jasanya kepada para pelanggan. Janji ini bisa berupa iklan, *personal selling*, perjanjian, atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut. Perusahaan harus berhati-hati

dalam merancang komunikasi pemasarannya, karena situasi *over promise, under deliver* bisa berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

h. *Implicit service promises,*

Faktor ini menyangkut petunjuk berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan atau gambaran bagi pelanggan tentang jasa seperti apa yang seharusnya dan yang akan diterimanya.

i. *Word of mouth,*

Word of mouth biasanya lebih kredibel dan efektif, karena yang menyampaikannya adalah orang-orang yang dapat dipercayai pelanggan, di antaranya para ahli, teman, keluarga, rekan kerja, dan publisitas media massa.

j. *Past experiences*

Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu.

I.5.1.4 Indikator Tingkat Ekspektasi

Berdasarkan *multi attribute model*, konsumen akan menilai berbagai hal-hal atau atribut yang terkait dan melekat pada produk dan layanan (Schiffman & Kanuk, 1997)⁴⁵. Tingkat Ekspektasi merupakan komponen dari logika atau *cognitive* berdasarkan teori tentang sikap (*attitude*) seperti yang telah dijelaskan dalam diagram I.3.

⁴⁵ Heruwasto, Ign. 2014. Kajian Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Konsep, Metode, dan Cara Perhitungan dalam Paradigma *Expectancy Disconfirmation Theory*. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia* 43 (3): 212-242.

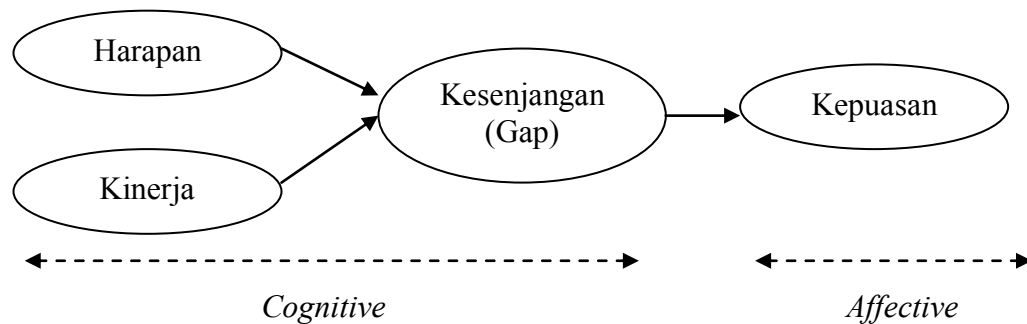


Diagram I.3 Expectancy Disconfirmation Theory of Satisfaction⁴⁶

Sumber: Ign Heruwasto (2014)

Diagram I.3 menjelaskan bahwa menurut teori tentang sikap (*attitude*) dimana logika atau *cognitive* yang mendorong perasaan/emosi atau *affective* konsumen. Penilaian konsumen terhadap kinerja suatu produk dan layanan merupakan bagian dari komponen *cognitive*, demikian juga harapan atau *expectation* dari konsumen. Kesenjangan (gap) merupakan proses perhitungan berdasarkan logika, dengan demikian kesenjangan (gap) merupakan komponen dari *cognitive* pula.

Zeithaml et al (1993) menyebutkan terdapat 10 determinan utama ekspektasi pelanggan yaitu: *enduring service intensifiers, personal needs, transitory intensifiers, perceived service alternatives, self-perceived service roles, explicit service promises, implicit service promises, word of mouth, dan past experiences⁴⁷*. Berdasarkan sepuluh determinan utama ekspektasi tersebut, akan mempengaruhi pengetahuan pengguna akan produk atau layanan itu sendiri selain pengetahuan, kebutuhan personal masing-masing individu dapat mencerminkan tingkat ekspektasi seseorang akan produk atau layanan, dan *enduring service*

⁴⁶ *Ibid*

⁴⁷ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 126-128

intensifiers yang dapat mencerminkan filosofi pribadi akan ekspektasi konsumen akan layanan berdasarkan gambaran pelanggan lain menerima layanan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti menggunakan tiga indikator untuk mengukur tingkat ekspektasi pengguna layanan (masyarakat) di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya yaitu kebutuhan secara personal (*personal needs*), pengetahuan pengguna layanan, dan *enduring service intensifiers*. Berikut uraian dari masing-masing indikator tersebut:

1. Tingkat ekspektasi berdasarkan indikator kebutuhan secara personal (*personal needs*)

Kebutuhan pengguna layanan antara yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda. Kebutuhan konsumen dapat dikategorikan menjadi kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer adalah sesuatu yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan yang utama. Sedangkan kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan primer terpenuhi, yang biasanya akibat dari reaksi konsumen terhadap lingkungan dan budayanya. Faktor usia, keadaan ekonomi, nilai, gaya hidup, dan sebagainya dapat mempengaruhi kebutuhan seseorang untuk mendapatkan layanan tertentu, misalnya: keinginan untuk dilayani dalam waktu yang singkat atau cepat, kebutuhan untuk dapat dilayani sesuai dengan kepentingannya, keinginan untuk dilayani dengan fasilitas yang layak dan nyaman, dan keinginan untuk dilayani dengan peralatan yang canggih dan modern. Dari keinginan-keinginan tersebut akan muncul prediksi atau dugaan atas layanan yang akan diberikan. Tinggi atau

rendahnya tingkat ekspektasi seseorang dapat diketahui melalui prediksi atau dugaan menyangkut hal-hal yang melekat pada layanan itu sendiri.

Dari uraian penjelasan tersebut, maka disusunlah empat atribut yaitu:

- Prediksi akan dilayani dalam waktu yang singkat atau cepat
 - Prediksi akan terpenuhi kebutuhannya yaitu dapat dilayani sesuai dengan kepentingannya
 - Prediksi akan dilayani dengan fasilitas (gedung, ruang tunggu, loket antrian) yang layak dan nyaman
 - Prediksi akan dilayani dengan peralatan yang canggih dan modern.
2. Tingkat ekspektasi berdasarkan indikator pengetahuan pengguna layanan
- Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen⁴⁸. Pengetahuan tersebut tentu terkait dengan dimensi yang ada pada jasa atau layanan seperti mengenai biaya pelayanan, waktu pelayanan, gambaran akan pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan, dan gambaran akan momen pelayanan. Berdasarkan pengetahuan pengguna layanan tersebut maka akan muncul harapan sebagai berikut: keinginan akan adanya kepastian biaya pelayanan, keinginan akan adanya kepastian waktu pelayan, keinginan untuk dilayani dengan petugas yang ramah dan sopan, keinginan untuk dilayani dengan aman saat pelayanan berlangsung, dan keinginan

⁴⁸ Ujang, Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori, dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia. Hlm. 147

untuk dilayani dengan petugas yang berpenampilan rapi. Dari keinginan-keinginan tersebut akan muncul prediksi atau dugaan atas layanan yang akan diberikan. Tinggi atau rendahnya tingkat ekspektasi seseorang dapat diketahui melalui prediksi atau dugaan menyangkut hal-hal yang melekat pada layanan itu sendiri. Dari uraian penjelasan tersebut, maka disusunlah lima atribut yaitu:

- Prediksi akan adanya kepastian biaya pelayanan.
- Prediksi akan adanya kepastian waktu pelayanan.
- Prediksi akan dilayani dengan petugas yang ramah dan sopan.
- Prediksi akan dilayani dengan aman saat pelayanan berlangsung.
- Prediksi akan dilayani dengan petugas yang berpenampilan rapi.

3. Tingkat ekspektasi berdasarkan indikator *enduring service intensifiers*

*Enduring service intensifiers*⁴⁹ adalah filosofi pribadi seseorang tentang jasa atau pelayanan setelah melihat pengguna lain yang dilayani oleh penyedia jasa dapat memunculkan harapan atas layanan tersebut yaitu sebagai berikut: keinginan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap sedia untuk melayani, keinginan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap siap untuk melayani, keinginan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap penuh perhatian, dan keinginan untuk dilayani dengan petugas pelayanan yang handal dalam melaksanakan tugasnya. Dari keinginan-keinginan tersebut akan muncul prediksi atau dugaan atas layanan yang akan diberikan. Tinggi atau

⁴⁹ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 126-128

rendahnya tingkat ekspektasi seseorang dapat diketahui melalui prediksi atau dugaan menyangkut hal-hal yang melekat pada layanan itu sendiri.

Dari uraian penjelasan tersebut, maka disusunlah empat atribut yaitu:

- Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap sedia untuk melayani.
- Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap siap untuk melayani.
- Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap penuh perhatian.
- Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan yang handal dalam melaksanakan tugasnya.

I.5.2 Kinerja

I.5.2.1 Konsep Kinerja

Menurut Mahsun, kinerja (*performance*) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi⁵⁰. Menurut Outley (1999), kinerja mengacu pada sesuatu yang terkait dengan kegiatan melakukan pekerjaan, dalam hal ini meliputi hasil yang dicapai kerja tersebut⁵¹.

Rogers (1994) berpendapat bahwa kinerja mestinya didefinisikan sebagai hasil kerja itu sendiri (*outcomes of work*), karena hasil kerja memberikan keterkaitan yang kuat terhadap tujuan-tujuan strategik organisasi, kepuasan

⁵⁰ Mahsun, Mohamad. 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: BPFE. Hlm. 25

⁵¹ Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Hlm. 6.

pelanggan, dan kontribusi ekonomi⁵². Sedangkan menurut Richard L. Oliver (1997), kinerja merupakan evaluasi konsumen terhadap produk atau jasa berdasarkan pengalaman konsumsi tertentu.

Performance refers to the consumer's evaluation of various features or facets of the product or service, based on a recent consumption experience (Oliver, 1997)⁵³.

Dari beberapa pengertian konsep kinerja (*performance*) di atas konteksnya masing-masing berbeda, namun ada benang merah yang dapat kita dapat yaitu kinerja berkaitan dengan hasil (*output*) dari suatu kegiatan.

I.5.2.2 Konsep Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Gronroos, 1990)⁵⁴. Daryanto dan Setyobudi (2014) mendefinisikan pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat⁵⁵. Lebih lanjut Daryanto dan Setyobudi menjelaskan bahwa pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak dapat diraba dan terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pemberi pelayanan dan yang diberi pelayanan⁵⁶.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Van Ryzin, G G. 2004. *Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services*. *Journal of Policy Analysis and Management* 23 (3): 433-488.

⁵⁴ Daryanto., Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. Hlm. 135.

⁵⁵ *Ibid*, Hlm. 136.

⁵⁶ *Ibid*, Hlm. 135.

Dari beberapa pengertian pelayanan yang dikemukakan para ahli di atas, kita dapat mengetahui bahwa pelayanan merupakan rangkaian kegiatan atau aktivitas yang tidak kasat mata (tidak berwujud) guna memenuhi kebutuhan pihak yang dilayani.

I.5.2.3 Kinerja Pelayanan

Penilaian kinerja merupakan suatu kegiatan yang sangat penting karena dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai misinya. Untuk organisasi pelayanan publik, informasi mengenai kinerja tentu sangat berguna untuk menilai seberapa jauh pelayanan yang diberikan oleh organisasi itu memenuhi harapan dan memuaskan pengguna jasa⁵⁷.

Menurut Ratminto dan Winarsih, pengukuran kinerja pelayanan publik seringkali dipertukarkan dengan pengukuran kinerja pemerintah. Hal ini tidaklah mengherankan karena pada dasarnya pelayanan publik memang menjadi tanggung jawab pemerintah. Dengan demikian, ukuran kinerja pemerintah dapat dilihat dari kinerjanya dalam menyelenggarakan pelayanan publik⁵⁸.

Dalam melihat kinerja pelayanan publik secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua pendekatan yaitu, pendekatan pertama melihat kinerja pelayanan publik dari perspektif pemberi layanan dan pendekatan kedua melihat kinerja pelayanan publik dari perspektif pengguna jasa⁵⁹. Pembagian pendekatan atau perspektif dalam melihat kinerja pelayanan publik tersebut

⁵⁷ Dwiyanto, Agus dkk. 2008. *Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm. 47

⁵⁸ Ratminto., Winarsih, Atik Septi. 2008. *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 173

⁵⁹ Dwiyanto, Agus dkk. 2008. *Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm. 53

hendaknya tidak dilihat secara diametrik, melainkan tetap dipahami sebagai suatu sudut pandang yang saling berinteraksi di antara keduanya. Hal tersebut disebabkan dalam melihat persoalan kinerja pelayanan publik, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya secara timbal balik, terutama pengaruh interaksi lingkungan yang dapat mempengaruhi cara pandang birokrasi terhadap publik, demikian pula sebaliknya⁶⁰.

Dalam konteks penelitian ini, kinerja pelayanan akan dilihat dari pendekatan kedua yaitu dari perspektif pengguna jasa. Pengguna jasa kinerja pelayanan publik disini adalah masyarakat.

I.5.2.4 Standar Kinerja Pelayanan Publik

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan yang dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan⁶¹. Standar pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur⁶². Menurut Mahmudi (2005)⁶³, Standar pelayanan publik adalah spesifikasi teknis pelayanan yang dibakukan sebagai patokan dalam melakukan pelayanan publik. Lebih lanjut, Mahmudi menjelaskan bahwa standar pelayanan publik berfungsi untuk memberikan arah bertindak untuk memberikan arah bertindak bagi institusi

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ Surjadi. 2009. Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik. Bandung: PT Refika Aditama. Hlm 69

⁶² Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat 7

⁶³ Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Hlm. 230.

penyedia pelayanan publik. Mahmudi (2005)⁶⁴, menyebutkan cakupan standar pelayanan publik yang harus ditetapkan sekurang-kurangnya meliputi:

1. Prosedur pelayanan;

Dalam hal ini harus ditetapkan standar prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk prosedur pengaduan.

2. Waktu penyelesaian;

Harus ditetapkan standar waktu penyelesaian pelayanan yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.

3. Biaya pelayanan;

Harus ditetapkan standar biaya/tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan. Hendaknya setiap kenaikan tarif/biaya pelayanan diikuti dengan peningkatan kualitas pelayanan.

4. Produk pelayanan;

Harus ditetapkan standar produk (hasil) pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Dengan harga pelayanan yang telah dibayarkan oleh masyarakat, mereka akan mendapat pelayanan berupa apa saja. Produk pelayanan ini harus distandarkan.

5. Sarana dan prasarana; dan

⁶⁴ *Ibid*, Hlm. 230-231.

Harus ditetapkan standar sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan.

Perlu ditetapkan standar kompetensi petugas pemberi pelayanan berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik disebutkan beberapa komponen standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi:

- a. Dasar hukum;
- b. Persyaratan;
- c. Sistem, mekanisme, dan prosedur;
- d. Jangka waktu penyelesaian;
- e. Biaya/tarif;
- f. Produk pelayanan;
- g. Sarana, prasarana, dan/atau fasilitas;
- h. Kompetensi pelaksana;
- i. Pengawasan internal;
- j. Penanganan pendaduan, saran, dan masukan;
- k. Jumlah pelaksana;
- l. Jaminan pelayanan yang memberikan kepastian pelayanan dilaksanakan sesuai dengan standar pelayanan;

- m. Jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan dalam bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, dan risiko keraguan; dan
- n. Evaluasi kinerja pelaksana.

I.5.2.5 Prinsip-Prinsip dalam Pelayanan Publik

Menurut Mahmudi (2005)⁶⁵ instansi penyedia pelayanan publik dalam memberikan pelayanan harus memperhatikan prinsip-prinsip pelayanan publik, di antaranya sebagai berikut:

1. Kesederhanaan prosedur;
Prosedur pelayanan hendaknya mudah dan tidak berbelit-belit.
2. Kejelasan;
Kejelasan dalam hal persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik; unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan, persoalan, sengketa, atau tuntutan dalam pelaksanaan pelayanan publik; serta rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayarannya. Kejelasan ini penting bagi masyarakat untuk menghindari terjadinya penyimpangan yang merugikan masyarakat, misalnya praktik percaloan dan pungutan liar di luar ketentuan yang ditetapkan.
3. Kepastian waktu;

⁶⁵ *Ibid*, Hlm. 228-229

Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Dalam hal ini harus ada kejelasan berapa lama proses pelayanan diselesaikan.

4. Akurasi produk pelayanan publik;

Produk pelayanan publik yang diselesaikan kepada masyarakat harus akurat, benar, tepat, dan sah.

5. Kelengkapan sarana dan prasarana;

Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi informasi dan komunikasi.

6. Keamanan;

Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum. Tidak boleh terjadi intimidasi atau tekanan kepada masyarakat dalam pemberian pelayanan.

7. Tanggung jawab;

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

8. Kemudahan akses;

Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi komunikasi dan informatikan.

9. Kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan;

Pemberian pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan sepenuh hati (ikhlas).

10. Kenyamanan.

Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet tempat ibadah, dan sebagainya.

I.5.2.6 Asas-Asas dalam Pelayanan Publik

Menurut Ratminto dan Winarsih (2007), ada beberapa asas dalam penyelenggaraan pelayanan pemerintahan dan perizinan yang harus diperhatikan⁶⁶, diantaranya sebagai berikut:

- a. Empati dengan *customers*. Pegawai yang melayani urusan perizinan dari instansi penyelenggara jasa perizinan harus dapat berempati dengan masyarakat pengguna jasa pelayanan.
- b. Pembatasan prosedur. Prosedur harus dirancang sependek mungkin.
- c. Kejelasan tata cara pelayanan. Tata cara pelayanan harus didesain sesederhana mungkin dan dikomunikasikan kepada masyarakat pengguna jasa pelayanan.
- d. Minimalisasi persyaratan pelayanan. Persyaratan dalam mengurus pelayanan harus dibatasi sesedikit mungkin dan sebanyak yang benar-benar diperlukan.

⁶⁶ Ratminto., Winarsih, Atik Septi. 2008. *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm.

- e. Kejelasan kewenangan. Kewenangan pegawai yang melayani masyarakat pengguna jasa pelayanan harus dirumuskan se jelas mungkin dengan membuat bagan tugas dan distribusi kewenangan.
- 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. Di sini jumlah lembaran formulir juga harus diminimalisasikan.
- i. Maksimalisasi masa berlakunya izin. Untuk menghindarkan 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-kewajiban baik bagi *providers* maupun bagi *customers* harus dirumuskan secara jelas, dan dilengkapi dengan sanksi serta ketentuan ganti rugi.
- k. Efektivitas penanganan keluhan. Pelayanan yang baik sedapat mungkin harus menghindarkan terjadinya keluhan. Akan tetapi jika muncul keluhan, maka harus dirancang suatu mekanisme yang dapat memastikan bahwa keluhan tersebut akan ditangani secara efektif

sehingga permasalahan yang ada dapat segera diselesaikan dengan baik.

Sedangkan, dalam UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik disebutkan beberapa asas penyelenggaraan pelayanan publik yaitu sebagai berikut:

- a. Kepentingan umum;
- b. Kepastian hukum;
- c. Kesamaan hak;
- d. Keseimbangan hak dan kewajiban;
- e. Keprofesionalan;
- f. Partisipatif;
- g. Persamaan perlakuan/tidak diskriminatif;
- h. Keterbukaan;
- i. Akuntabilitas;
- j. Fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan;
- k. Ketepatan waktu; dan
- l. Kecepatan, kemudahan, dan keterjangkauan.

I.5.2.7 Indikator Kinerja Pelayanan

Kinerja pelayanan merupakan komponen dari logika atau *cognitive* berdasarkan teori tentang sikap (*attitude*) seperti yang telah dijelaskan dalam diagram I.3. Berdasarkan *multi attribute model*, konsumen akan menilai berbagai hal-hal atau atribut yang terkait dan melekat pada produk dan layanan (Schiffman

& Kanuk, 1997)⁶⁷. Dalam penelitian ini, kinerja pelayanan diukur berdasarkan penilaian pengguna layanan sehingga hal-hal yang dapat dinilai adalah hal-hal yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengguna layanan misalnya terkait dengan biaya dan waktu; daya tanggap penyedia layanan; kemampuan petugas layanan; dan bukti fisik. Sehingga, peneliti menggunakan empat indikator tersebut untuk mengukur kinerja pelayanan. Berikut uraian dari masing-masing indikator:

1. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **kepastian biaya dan waktu**

Kepastian biaya pelayanan yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan⁶⁸. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh instansi penyedia pelayanan publik yaitu adanya kepastian waktu, artinya harus ada kejelasan berapa lama proses pelayanan diselesaikan⁶⁹. Sehingga, dapat disusun dua atribut yakni:

- Adanya kepastian biaya sehingga tidak ada pungutan di luar biaya yang ditentukan
- Adanya kepastian waktu pelayanan sehingga pelayanan dapat selesai sesuai dengan waktu yang ditentukan

2. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **daya tanggap**

Pengguna layanan akan menilai kinerja layanan baik apabila layanan yang diberikan cepat, petugas pelayanan selalu bersikap siap melayani dan sedia

⁶⁷ Heruwasto, Ign. 2014. Kajian Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Konsep, Metode, dan Cara Perhitungan dalam Paradigma *Expectancy Disconfirmation Theory*. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia* 43 (3): 212-242.

⁶⁸ Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Instansi Pemerintah.

⁶⁹ Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Hlm.228-229

melayani. Sehingga berdasarkan indikator daya tanggap, peneliti menyusun tiga atribut yaitu:

- Pelayanan yang diberikan cepat atau tidak membutuhkan waktu yang lama.
- Petugas pelayanan bersikap sedia membantu pihak yang dilayani.
- Petugas pelayanan bersikap siap membantu pihak yang dilayani.

3. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **kemampuan petugas pelayanan**

Kemampuan petugas pelayanan yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat⁷⁰. Pengguna layanan akan menilai kinerja layanan baik apabila petugas layanan mampu melayani mereka dengan baik. Hal itu dapat diketahui dari kemampuan berkomunikasi, kemampuan melaksanakan tugas, kemampuan dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan, dan kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya. Sehingga berdasarkan indikator kemampuan petugas layanan, terdapat empat atribut yaitu:

- Kemampuan petugas pelayanan dalam berkomunikasi dengan pihak yang dilayani.
- Kemampuan petugas pelayanan dalam melaksanakan tugasnya dengan terampil atau handal.
- Kemampuan petugas pelayanan dalam menjawab pertanyaan dari pihak yang dilayani.

⁷⁰ Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Instansi Pemerintah.

- Kemampuan petugas pelayanan dalam menumbuhkan rasa percaya kepada pihak yang dilayani.

4. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **bukti fisik**

Pelayanan merupakan kegiatan yang kasat mata namun tentu instansi penyedia layanan juga menyediakan aspek fisik seperti fasilitas, peralatan, dan petugas pelayanan. Pengguna akan menilai baik apabila gedung dan fasilitas layak, peralatan yang digunakan canggih, dan petugas berpenampilan rapi. Sehingga, terdapat tiga atribut yaitu sebagai berikut:

- Gedung dan fasilitas seperti ruang tunggu, tempat parkir, dan loket antrian secara fisik nyaman dan layak.
- Peralatan yang digunakan canggih misalnya telah menggunakan komputer, laptop, dan sebagainya.
- Petugas pelayanan berpenampilan rapi pada saat memberikan pelayanan.

I.5.3 Diskonfirmasi

I.5.3.1 Konsep Diskonfirmasi

Menurut Ujang (2003), diskonfirmasi adalah kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibelinya tersebut⁷¹. Sedangkan menurut Oliver (1980; 1997), diskonfirmasi adalah perbedaan antara ekspektasi dan kinerja, kesenjangan antara

⁷¹ Ujang, Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori, dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia. Hlm. 322

kualitas yang diantisipasi dari barang atau jasa dan kualitas yang benar-benar diterima atau dialami⁷².

Dari definisi yang dikemukakan oleh Ujang dan Oliver di atas, maka dapat kita ketahui bahwa diskonfirmasi merupakan perbandingan atau perbedaan yang terjadi antara ekspektasi/harapan awal dengan kinerja (produk/jasa) yang telah diterima. Hasil dari perbandingan atau perbedaan tersebut akan menghasilkan suatu keadaan afektif yaitu kepuasan atau ketidakpuasan.

I.5.3.2 Tipe Diskonfirmasi

Penilaian kepuasan/ketidakpuasan akan melalui proses diskonfirmasi, adapun tiga bentuk diskonfirmasi tersebut di antaranya adalah (Engel et al, 1990)⁷³:

1. Diskonfirmasi positif, yaitu kinerja lebih baik dari yang diharapkan;
2. Konfirmasi sederhana, yaitu kinerja sama dengan harapan;
3. Diskonfirmasi negatif, yaitu kinerja lebih buruk dari yang diharapkan.

I.5.3.4 Indikator Diskonfirmasi

Diskonfirmasi adalah perbedaan atau *gap* antara tingkat ekspektasi sebelum menerima pelayanan dengan kinerja pelayanan yang telah diterima. Berdasarkan definisi tersebut, dapat kita ketahui bahwa untuk mengukur diskonfirmasi adalah dengan menanyakan kepada pengguna layanan mengenai kesesuaian dengan apa yang diharapkan atau ekspektasi pengguna layanan sebelum menerima pelayanan. Dalam penelitian ini tingkat ekspektasi diukur

⁷²Van Ryzin, G.G. 2004. *Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services*. Journal of Policy Analysis and Management 23 (3): 433-448.

⁷³Daryanto., Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. Hlm. 44.

melalui tiga indikator yaitu kebutuhan secara personal, pengetahuan pengguna layannya, dan *enduring service intensifiers*. Diskonfirmasi merupakan proses perhitungan logika dari membandingkan ekspektasi (harapan)⁷⁴. Sehingga, untuk mengukur diskonfirmasi peneliti menggunakan tiga indikator yaitu: kesesuaian dengan kebutuhan secara personal, kesesuaian dengan pengetahuan pengguna layanan, dan kesesuaian dengan *enduring service intensifiers*.

1. Diskonfirmasi berdasarkan indikator **kesesuaian dengan kebutuhan secara personal (*personal needs*)**

- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dalam waktu yang singkat atau cepat
- Kesesuaian dengan kebutuhan pengguna layanan untuk dapat dilayani sesuai dengan kepentingannya
- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan fasilitas (gedung, ruang tunggu, loket antrian) yang layak
- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan peralatan yang canggih

2. Diskonfirmasi berdasarkan indikator **kesesuaian dengan pengetahuan pengguna layanan**

- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan akan adanya kepastian biaya pelayanan.
- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan akan adanya kepastian waktu pelayanan.

⁷⁴ Heruwasto, Ign. 2014. Kajian Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Konsep, Metode, dan Cara Perhitungan dalam Paradigma *Expectancy Disconfirmation Theory*. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia* 43 (3): 212-242.

- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan ramah dan sopan.
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan aman saat pelayanan berlangsung.
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas yang berpenampilan rapi
3. Diskonfirmasi berdasarkan indikator **kesesuaian dengan *enduring service intensifiers***
- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap sedia untuk melayani
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap siap untuk melayani
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap penuh perhatian
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan yang handal dalam melaksanakan tugasnya.

I.5.4 Kepuasan

I.5.4.1 Konsep Kepuasan

Secara etimologis, kata kepuasan berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Dalam kamus *Oxford Advanced Learner’s Dictionary* (2000) mendeskripsikan kepuasan sebagai:

The good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen”; “the act of

fulfilling a need or desire”; dan “*an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc.*”

Kepuasan adalah respons konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk (Tse & Wilton)⁷⁵. Sedangkan, Daryanto dan Setyobudi (2014) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya, dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas, dan kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas⁷⁶.

Dari uraian definisi di atas dapat kita ketahui bahwa kepuasan merupakan sebuah perasaan atau respon akan suatu kinerja baik produk maupun jasa (*services*) yang dibandingkan dengan ekspektasi awal sebelum mengkonsumsi atau menerima kinerja tersebut.

1.5.4.2 Tingkat Kepuasan Masyarakat

Dalam sudut pandang ilmu psikologi, kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi psikologis seseorang yang terjadi akibat suatu stimulus dari obyek yang dilihatnya. Bila seseorang melihat dan merasakan suatu obyek, maka ia akan memiliki opini dan sikap terhadap obyek tersebut⁷⁷.

⁷⁵ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Hlm. 197.

⁷⁶ Daryanto., Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. Hlm. 111.

⁷⁷ Heruwasto, Ign. 2014. Kajian Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Konsep, Metode, dan Cara Perhitungan dalam Paradigma *Expectancy Disconfirmation Theory*. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia* 43 (3): 212-242.

Tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan⁷⁸. Santos & Boote (2003) mengidentifikasi empat keadaan afektif yaitu *delight*, kepuasan, *acceptance*, ketidakpuasan⁷⁹. *Acceptance* bisa terjadi manakala kinerja produk/jasa yang dipersepsikan pelanggan berada di antara *predicted expectation* dan *minimum tolerable expectation*. Kepuasan bisa terjadi apabila *perceived performance* berada di antara *desired expectation* dan *predicted expectation*. *Delight* akan terjadi jika *perceived performance* lebih besar daripada *desired expectation*. Ketidakpuasan terjadi apabila *perceived performance* di bawah tingkat *minimum tolerable expectation*.

Dari uraian di atas, kita dapat mengetahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan dimana dalam konteks penelitian ini adalah masyarakat ada empat yaitu *delight*, kepuasan, *acceptance*, dan ketidakpuasan. Keempat tingkat keadaan afektif tersebut terjadi dari proses perbandingan antara harapan (ekspektasi) awal sebelum menerima atau mengonsumsi kinerja produk/jasa.

I.5.4.3 Tipe-Tipe Kepuasan atau Ketidakpuasan

Stauss & Neuhaus (1997)⁸⁰, membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyedia jasa ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa, dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan. Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan tersebut adalah *demanding satisfaction*, *stable*

⁷⁸ *Ibid.* Hlm. 127.

⁷⁹ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Hlm. 200-201

⁸⁰ *Ibid.*, Hlm. 204.

satisfaction, resigned satisfaction, stable dissatisfaction, dan demanding dissatisfaction.

1. *Demanding customer satisfaction.* Tipe ini merupakan tipe kepuasan ang aktif, relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman positif di masa lalu, pelanggan dengan tipe kepuasan ini berharap bahwa penyedia jasa bakal mampu memuaskan ekspektasi mereka yang semakin meningkat di masa depan. Selain itu, mereka bersedia meneruskan relasi yang memuaskan dengan penyedia jasa. Kendati demikian, loyalitas akan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam meningkatkan kinerjanya seiring dengan meningkatnya tuntutan pelanggan.
2. *Stable customer satisfaction.* Pelanggan dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan steadiness dan trust dalam relasi yang terbina saat ini. Mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama. Berdasarkan pengalaman-pengalaman positif yang telah terbentuk hingga saat ini, mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia jasa.
3. *Resigned customer satisfaction.* Pelanggan dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan ekspektasi, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih. Perilaku konsumen tipe ini cenderung pasif.

Mereka tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi.

4. *Stable customer dissatisfaction*. Pelanggan dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerja penyedia jasa, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa. Relasi mereka dengan penyedia jasa diwarnai emosi negatif dan asumsi bahwa ekspektasi mereka tidak bakal terpenuhi di masa datang. Mereka juga tidak melihat adanya peluang untuk perubahan atau perbaikan.
5. *Demanding customer dissatisfaction*. Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku demanding. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi. Hal ini menyiratkan bahwa mereka akan aktif dalam menuntut perbaikan. Pada saat bersamaan, mereka juga merasa tidak perlu tetap loyal pada penyedia jasa. Berdasarkan pengalaman negatifnya, mereka tidak akan memilih penyedia jasa yang sama lagi di kemudian hari.

I.4.4.4 Indikator Tingkat Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan teori sikap atau *attitude*, kepuasan merupakan bagian dari emosi atau *affective* seperti yang telah dijelaskan pada diagram I.3. Emosi atau *affective* tersebut dapat berupa perasaan kecewa, marah, senang, sangat senang (*delight*), dan sebagainya. Kondisi afektif tersebut akan mempengaruhi sikap atau tindakan pengguna layanan misalnya melakukan komplain apabila merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan atau memberikan pujian apabila senang atau

sangat senang⁸¹. Kepuasan seseorang akan layanan yang diberikan dapat diketahui dari tidak pernah melakukan keluhan atau komplain, terpenuhinya kebutuhan dan sesuai dengan harapan atau ekspektasinya. Dalam penelitian ini, tingkat kepuasan masyarakat akan diukur melalui tiga indikator tersebut. Berikut adalah uraian dari masing-masing indikator beserta atributnya:

1. Tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan indikator **tidak adanya keluhan/komplain yang diberikan**.
 - Pengguna layanan tidak pernah memberikan komplain atau keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui telepon, web, tertulis, dsb).
2. Tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan indikator **terpenuhinya kebutuhan**. Terdapat dua atribut yang digunakan yaitu sebagai berikut:
 - Pengguna layanan merasa senang karena petugas pelayanan dapat memenuhi kebutuhannya.
 - Pengguna layanan merasa senang karena masalah dan kepentingannya dapat diselesaikan dengan baik.
3. Tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan indikator **kesesuaian dengan harapan**. Adapun atribut yang digunakan yaitu:
 - Pengguna layanan merasa senang karena proses pelayanan cepat sesuai dengan yang diharapkan.
 - Pengguna layanan merasa senang karena biaya sesuai dengan ketentuan dan sesuai dengan harapan.

⁸¹ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 201

- Pengguna layanan merasa senang karena petugas pelayanan bersikap ramah dan sopan pada saat pelayanan berlangsung.
- Pengguna layanan merasa senang karena fasilitas (gedung, ruang tunggu, dan loket antrian) yang disediakan telah memenuhi harapan.
- Pengguna layanan merasa senang karena petugas pelayanan berpenampilan rapi sesuai dengan harapan.

I.5.5 Hubungan Antara Variabel

I.5.5.1 Hubungan Antara Tingkat Ekspektasi dengan Diskonfirmasi

Hubungan tingkat ekspektasi dengan diskonfirmasi dapat diketahui dari tiga bentuk diskonfirmasi yang dikemukakan oleh Angel et al (1990)⁸². Diskonfirmasi positif yaitu kinerja lebih baik dari yang diharapkan artinya ekspektasi rendah. Diskonfirmasi negatif yaitu kinerja lebih buruk dari yang diharapkan artinya ekspektasi tinggi. Sedangkan, konfirmasi yaitu kinerja sama dengan harapan atau ekspektasi.

Dari tiga bentuk diskonfirmasi tersebut, dapat kita ketahui bagaimana hubungan tingkat ekspektasi terhadap diskonfirmasi. Ekspektasi yang rendah akan menghasilkan diskonfirmasi positif sedangkan ekspektasi yang tinggi akan menghasilkan diskonfirmasi yang negatif.

I.5.5.2 Hubungan Antara Kinerja Pelayanan dengan Diskonfirmasi

Hubungan antara kinerja pelayanan dengan diskonfirmasi dapat kita ketahui dari paradigma diskonfirmasi yang dikemukakan oleh Patterson (1993). Hubungan kinerja dengan diskonfirmasi dijelaskan dengan melibatkan ekspektasi.

⁸²Daryanto., Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. Hlm. 44.

$P < E$ atau *perceived performance* lebih kecil dari *expectation* maka menghasilkan diskonfirmasi negatif; $P = E$ atau *perceived performance* sama dengan *expectation* maka menghasilkan konfirmasi; sedangkan $P > E$ atau *perceived performance* lebih besar dari *expectation* maka menghasilkan diskonfirmasi positif⁸³.

Dari uraian yang dikemukakan oleh Patterson tersebut dapat kita ketahui bahwa kinerja (*perceived performance*) yang tinggi akan menghasilkan diskonfirmasi positif, sebaliknya jika kinerja (*perceived performance*) rendah akan menghasilkan diskonfirmasi yang negatif.

I.5.5.3 Hubungan Antara Tingkat Ekspektasi dengan Tingkat Kepuasan Masyarakat

Ekspektasi didefinisikan dalam literatur ilmu sosial dengan cara yang berbeda tapi biasanya dilihat sebagai penilaian individu atau kelompok tentang baik yang dipikirkan atau yang harusnya terjadi dalam keadaan tertentu⁸⁴.

Dalam studi terdahulu yang dilakukan oleh Oliver James (2009) dengan judul "*Evaluating The Expectations Disconfirmation and Expectations Anchoring Approache to Citizen Satisfaction with Local Public Services*" menyebutkan bahwa terdapat dua pendekatan kunci dalam melihat hubungan ekspektasi dengan kepuasan, yaitu *expectations disconfirmation and expectation anchoring*. Sedangkan dalam studi terdahulu yang dilakukan oleh Lankton & McKnight (2012), menyebutkan dalam *expectancy disconfirmation theory* yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver terdapat dua model yaitu *the simplified*

⁸³ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 200.

⁸⁴ James, Oliver. 2009. *Evaluating The Expectations Disconfirmation and Expectations Anchoring Approaches to Citizen Satisfaction with Local Public Services*. *Journal of Public Administration Research and Theory* 19 (1): 107-123.

expectation disconfirmation model dan *the complete expectation disconfirmation model*.

Hubungan tingkat ekspektasi dengan tingkat kepuasan masyarakat dapat dijelaskan secara langsung dan tidak langsung. Hubungan tingkat ekspektasi dengan tingkat kepuasan masyarakat secara langsung dijelaskan dalam pendekatan *expectation anchoring* dan *the simplified expectation disconfirmation model*. Hubungan ekspektasi dengan kepuasan secara langsung terjadi karena beberapa alasan. Pertama, konsumen mungkin tidak terlalu mengetahui mengenai kinerja produk atau jasa atau berkaitan dengan adanya sedikit aspek psikologis pada saat konsumsi berlangsung (Richard L. Oliver, 1997)⁸⁵. Kedua, konsumen mungkin mengasimilasikan kepuasan mereka terhadap ekspektasi mereka sebelumnya untuk alasan pengurangan ketidaksesuaian dengan ego defensif (Oliver, 1997; Oliver & DeSarbo, 1988)⁸⁶.

Asimilasi adalah proses umum yang menggabungkan sikap atau keyakinan baru ke dalam sikap atau keyakinan untuk menghindari ketidaksesuaian⁸⁷. Dengan demikian, asimilasi mendukung hubungan positif antara ekspektasi terhadap kepuasan, karena individu menanggapi kinerja dengan tingkat kepuasan yang mirip dengan ekspektasi mereka⁸⁸. Dari teori atau pendapat yang dikemukakan oleh beberapa para ahli tersebut, peneliti menduga ada hubungan secara langsung antara tingkat ekspektasi dengan kepuasan.

⁸⁵Van Ryzin, G.G. 2004. *Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services*. Journal of Policy Analysis and Management 23 (3): 433-448.

⁸⁶*Ibid*

⁸⁷Lankton, Nancy K., McKnight, Harrison D. 2012. *Examining Two Expectation Disconfirmation Theory Models: Assimilation and Asymmetry Effects*. Journal of The Association for Information Systems 13 (2): 88-115.

⁸⁸*Ibid*

Dalam diagram I.4, *simplified expectation disconfirmation model* yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1990) menjelaskan hubungan ekspektasi (*expectations*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*) dengan kepuasan (*satisfaction*). Anak panah “A” menunjukkan bahwa *expectations* mempengaruhi *satisfaction*, sedang anak panah “B” menunjukkan bahwa *expectations* mempengaruhi *disconfirmation*, dan anak panah “C” menunjukkan bahwa *disconfirmation* mempengaruhi *satisfaction*. Hubungan ekspektasi dengan kepuasan secara langsung telah diuraikan pada penjelasan sebelumnya. Untuk penjelasan hubungan ekspektasi dengan diskonfirmasi telah diuraikan pada sub bab sebelumnya (I.5.5.1) dan hubungan diskonfirmasi dengan kepuasan akan dijelaskan pada sub bab berikutnya (I.5.5.5).

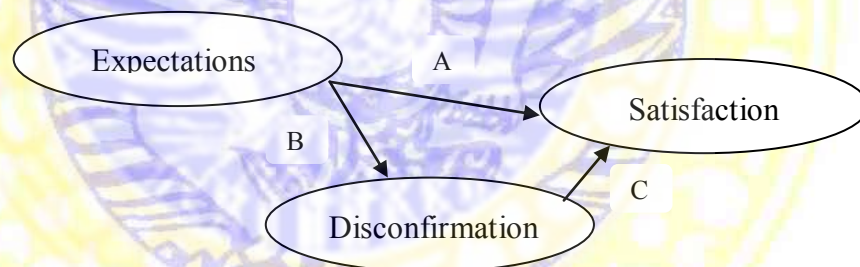


Diagram I.4
Simplified Expectations Disconfirmation Model

Sumber: diadopsi dari Richard L. Oliver (1990)⁸⁹

Hubungan ekspektasi dengan kepuasan secara tidak langsung dijelaskan dalam pendekatan *expectations disconfirmation* dan *the complete expectation disconfirmation model*. Kedua teori tersebut sama-sama menjelaskan adanya hubungan ekspektasi (*expectations*), kinerja (*performance*), dan diskonfirmasi

⁸⁹*Ibid*

(*disconfirmation*) dengan kepuasan (*satisfaction*). Hubungan tersebut bersifat langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan *simplified expectation disconfirmation model* dan pendekatan *expectation anchoring* yang hanya terdapat variabel ekspektasi dan diskonfirmasi yang mempengaruhi kepuasan. Sedangkan, dalam *complete expectation disconfirmation model* dan pendekatan *expectation disconfirmation* terdapat variabel kinerja (*performance*) seperti pada diagram I.5.

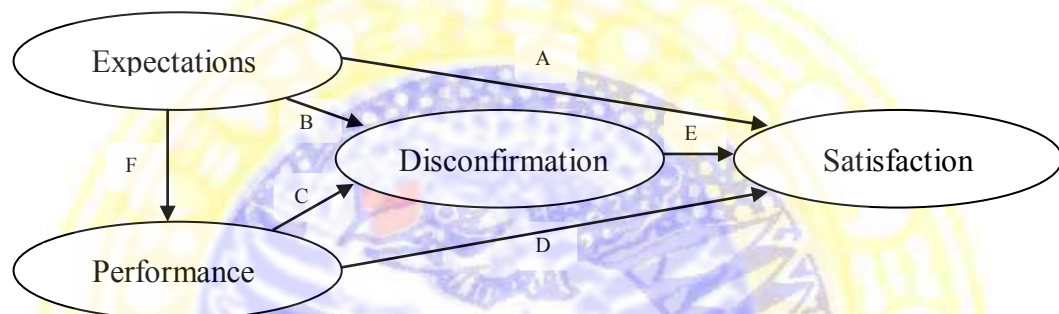


Diagram I.5
Complete Expectation Disconfirmation Model

Sumber: diadopsi dari Richard L. Oliver (1997)⁹⁰.

Dalam diagram I.5, kita dapat mengetahui bahwa anak panah “A” menunjukkan bahwa *expectations* mempengaruhi *satisfaction*, anak panah “B” menunjukkan bahwa *expectations* mempengaruhi *disconfirmation*, anak panah “C” menunjukkan bahwa *performance* mempengaruhi *disconfirmation*, anak panah “D” menunjukkan bahwa *performance* mempengaruhi *satisfaction*, anak panah “E” menunjukkan bahwa *disconfirmation* mempengaruhi *satisfaction*, dan anak panah “F” menunjukkan bahwa *expectations* mempengaruhi *performance*. Untuk penjelasan mengenai pengaruh yang ditunjukkan dengan huruf “A” telah dipaparkan pada penjelasan sebelumnya, sedangkan penjelasan pengaruh yang

⁹⁰*Ibid*

ditunjukkan dengan huruf “C” telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya yaitu I.5.5.2 sedangkan “D”, “E”, dan “F” akan diuraikan lebih rinci dalam sub bab I.5.5.4 hingga I.5.5.6.

Pada diagram I.5, pengaruh ekspektasi (*expectations*) terhadap kepuasan (*satisfaction*) menunjukkan pengaruh secara langsung dan tidak langsung. Pengaruh tidak langsung tersebut ditunjukkan dengan anak panah dengan huruf “B” yang diteruskan dengan anak panah dengan huruf “E”. Diagram I.5, tidak menunjukkan gambaran pengaruh langsung dan tidak langsung yang jelas, kekuatan dan signifikansi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung tidak digambarkan dengan jelas karena semua garis digambarkan sama tidak ada yang terputus-putus. Dalam *expectation disconfirmation approach* menyatakan bahwa kepuasan yang tinggi dapat melibatkan ekspektasi yang rendah bukan hanya karena kinerja pelayanan yang sangat baik saja, dan kepuasan yang rendah atau ketidakpuasan tidak hanya melibatkan kinerja pelayanan yang buruk tetapi juga karena ekspektasi yang tinggi⁹¹. Jadi ada proses membandingkan antara ekspektasi awal sebelum menerima pelayanan dengan kinerja pelayanan yang telah diterima, dimana proses tersebut disebut dengan diskonfirmasi.

Tingkat ekspektasi akan menghasilkan diskonfirmasi yang berbeda. Ekspektasi yang tinggi akan menghasilkan diskonfirmasi negatif, sehingga keadaan afektif yang dihasilkan adalah ketidakpuasan. Sedangkan ekspektasi yang rendah akan menghasilkan diskonfirmasi yang positif, sehingga keadaan afektif yang dihasilkan adalah kepuasan. Diskonfirmasi positif atau negatif tidak semata-

⁹¹ James, Oliver. 2009. *Evaluating The Expectations Disconfirmation and Expectations Anchoring Approaches to Citizen Satisfaction with Local Public Services*. *Journal of Public Administration Research and Theory* 19 (1): 107-123.

mata dihasilkan oleh tingkat ekspektasi saja tetapi juga dipengaruhi oleh kinerja aktual yang dirasakan oleh konsumen atau masyarakat sebagai pengguna produk/jasa.

Diagram I.3 dan I.4 telah digunakan oleh Lankton & McKnight dimana obyek penelitiannya yaitu sistem informasi yang berbeda dengan obyek penelitian ini, namun *expectancy disconfirmation with performance model* seperti pada diagram I.4 telah digunakan pula oleh Van Ryzin (2004) dalam studi yang berjudul *expectations, performance, and citizen satisfaction with urban services*. Objek penelitian dalam studi yang dilakukan oleh Van Ryzin tersebut adalah pelayanan perkotaan (*urban services*), sedangkan dalam penelitian ini obyek penelitian yang dikaji adalah pelayanan publik khususnya dalam pelayanan administrasi kependudukan dan catatan sipil. Itu artinya teori atau model yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver tersebut relevan untuk digunakan dalam konteks penelitian ini.

I.5.5.4 Hubungan Kinerja Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Masyarakat

Hubungan kinerja pelayanan dengan tingkat kepuasan masyarakat dapat dijelaskan secara langsung dan secara tidak langsung dengan melalui diskonfirmasi. Hubungan kinerja pelayanan dengan tingkat kepuasan secara langsung disebutkan sebagai analisis tradisional dalam survei masyarakat (*citizen survey data*)⁹². Dalam *expectancy disconfirmation theory*, Hubungan kinerja pelayanan dengan tingkat kepuasan masyarakat secara langsung tanpa

⁹²Van Ryzin, G.G. 2004. *Expectations, Performance, and Satisfaction with Urban Services*. *Journal of Policy Analysis and Management* 23 (3): 433-448.

membandingkan dengan ekspektasi awal penerima layanan dinyatakan relatif kuat.

*If this link were to emerge relatively strong in the case of citizen satisfaction, it would suggest that citizens form satisfaction judgments based largely on perceived performance alone without reference to their prior expectations.*⁹³

Berikut adalah penjelasan hubungan kinerja dengan kepuasan secara langsung: ketika kinerja aktual yang dirasakan dinilai baik atau sangat baik maka akan menghasilkan kepuasan, sedangkan kinerja aktual yang dirasakan buruk atau sangat buruk maka akan menghasilkan ketidakpuasan.

Sedangkan hubungan kinerja pelayanan dengan tingkat kepuasan masyarakat secara tidak langsung dijelaskan dengan membandingkan antara ekspektasi awal sebelum menerima layanan dengan kinerja pelayanan yang telah diterima. Proses tersebut disebut dengan diskonfirmasi, yaitu perbedaan atau *gap* antara ekspektasi dan kinerja. Menurut Kotler dan Keller (2006)⁹⁴ menyatakan bahwa jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas; jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas; dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Sejalan dengan *contrast theory* yang dikemukakan oleh Chiou (1999) dalam Tjiptono dan Chandra⁹⁵, bahwa apabila kinerja aktual lebih besar atau sama dengan ekspektasi maka pelanggan akan puas, sebaliknya jika kinerja aktual lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas. Dari pendapat

⁹³ *Ibid*

⁹⁴ Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. (tanpa kota) PT Macanan Jaya Cemerlang. Hlm. 177.

⁹⁵ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 199.

yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2006) dan Chiou (1999) tersebut kita dapat mengetahui bahwa hubungan kinerja dengan kepuasan dapat terjadi secara tidak langsung dimana ekspektasi juga mempengaruhi terjadinya kepuasan/ketidakpuasan.

I.5.5.5 Hubungan Diskonfirmasi dengan Tingkat Kepuasan Masyarakat

Patterson (1993) menjelaskan bagaimana proses kepuasan atau ketidakpuasan itu terbentuk yaitu melalui adanya proses perbandingan antara *perceived performance* (P) dengan ekspektasi (E) yang dikenal dengan paradigma diskonfirmasi (lihat diagram I.6). Proses perbandingan tersebut menghasilkan tiga tipe yaitu diskonfirmasi negatif, konfirmasi, dan diskonfirmasi positif.

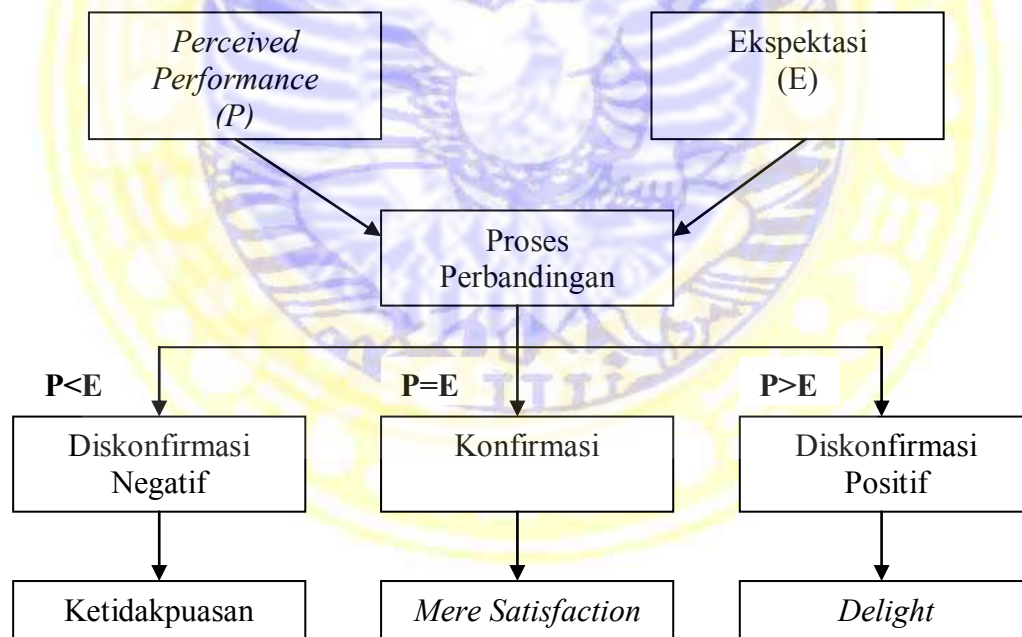


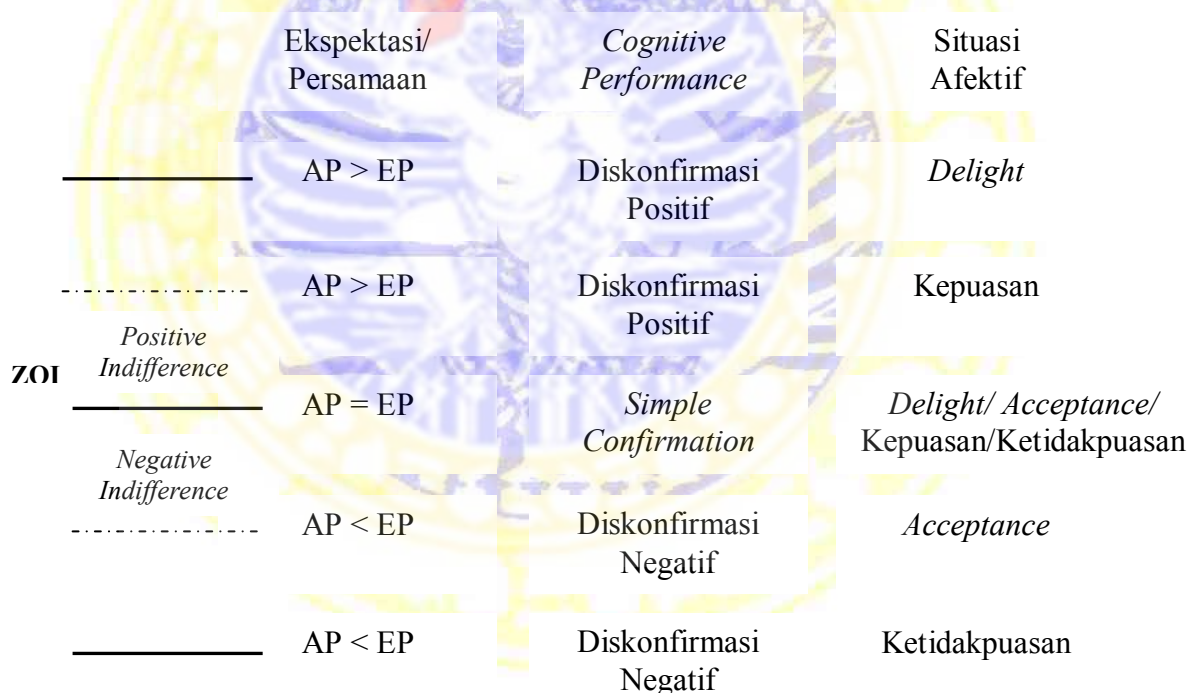
Diagram I.6
Paradigma Diskonfirmasi

Sumber: Patterson (1993)⁹⁶

⁹⁶ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 200.

Pada diagram I.6 dapat kita ketahui bahwa diskonfirmasi negatif terjadi ketika *perceived performance* lebih kecil dari ekspektasi sehingga menghasilkan ketidakpuasan. Sedangkan konfirmasi terjadi ketika *perceived performance* sama dengan ekspektasi sehingga menghasilkan *mere satisfaction*. Diskonfirmasi positif terjadi ketika *perceived performance* lebih besar dari ekspektasi sehingga menghasilkan *delight*.

Proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan yang dinyatakan oleh Patterson (1993) dalam paradigma diskonfirmasi sedikit berbeda dengan yang dinyatakan oleh Santos & Boote (2003) pada gambar I.1



Keterangan: AP : *Perceived Actual Performance*; EP : *Expected Performance*; ZOI : *Zone of Indifference*.

Gambar I.1

Empat Keadaan Afektif Purnabeli

Sumber: Santos & Boote (2003) dalam Tjiptono dan Chandra⁹⁷.

⁹⁷ Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm. 201.

Pada gambar I.1 dapat kita ketahui bahwa diskonfirmasi positif terjadi apabila *perceived actual performance* lebih kecil dari *expected performance*. Hal tersebut sejalan dengan yang dinyatakan oleh Patterson dalam paradigma diskonfirmasi pada diagram I.5. Perbedaannya adalah Patterson menyatakan bahwa diskonfirmasi positif menghasilkan keadaan afektif – *delight* sedangkan Santos & Boote menyatakan bahwa diskonfirmasi positif menghasilkan suatu keadaan afektif – kepuasan dan *delight*.

Sedangkan menurut Spreng & Page, 2003; Yi, 1990 dalam Lankton & McKnight, diskonfirmasi positif (yaitu kinerja lebih besar dari ekspektasi) biasanya mengarah kepada kepuasan yang tinggi dan diskonfirmasi negatif (yaitu kinerja lebih rendah dari ekspektasi) untuk kepuasan yang rendah⁹⁸.

Dari beberapa pendapat dan teori yang dikemukakan oleh para ahli di atas, dapat kita simpulkan bagaimana pengaruh diskonfirmasi terhadap kepuasan. Diskonfirmasi positif akan cenderung menghasilkan kepuasan, sedangkan diskonfirmasi negatif cenderung menghasilkan ketidakpuasan.

I.6 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan dugaan (*conjectural*) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih⁹⁹. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁹⁸ Lankton, Nancy K., McKnight, Harrison D. 2012. *Examining Two Expectation Disconfirmation Theory Models: Assimilation and Asymmetry Effects*. Journal of The Association for Information Systems 13 (2): 88-115.

⁹⁹ Kerlinger, Fred N. 2000. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm.30

1. Hipotesis kerja satu (H1) dan hipotesis nol (H0)

H1 :tingkat ekspektasi berpengaruh terhadap diskonfirmasi.

H0 :tidak ada hubungan antara tingkat ekspektasi dengan diskonfirmasi.

2. Hipotesis kerja dua (H2) dan hipotesis nol (H0)

H2 :kinerja pelayanan berpengaruh terhadap diskonfirmasi.

H0 :tidak ada hubungan antara kinerja pelayanan dengan diskonfirmasi.

3. Hipotesis kerja tiga (H3) dan hipotesis nol (H0)

H3 :tingkat ekspektasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat.

H0 :tidak ada hubungan antara tingkat ekspektasi dengan tingkat kepuasan masyarakat.

4. Hipotesis kerja empat (H4) dan hipotesis nol (H0)

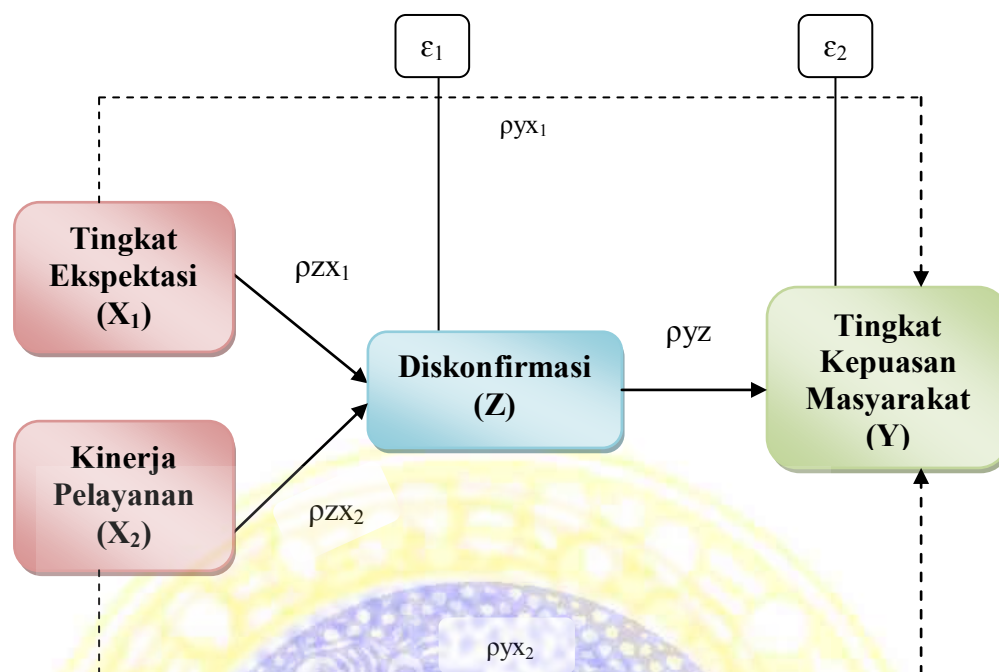
H4 :kinerja pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat.

H0 :tidak ada hubungan antara kinerja pelayanan dengan tingkat kepuasan masyarakat.

5. Hipotesis kerja lima (H5) dan hipotesis nol (H0)

H5 :diskonfirmasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat.

H0 :tidak ada hubungan antara diskonfirmasi dengan tingkat kepuasan masyarakat.



Keterangan:

- ρ_{zx_1} = pengaruh tingkat ekspektasi terhadap diskonfirmasi
- ρ_{zx_2} = pengaruh kinerja pelayanan terhadap diskonfirmasi
- ρ_{yx_1} = pengaruh tingkat ekspektasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat
- ρ_{yx_2} = pengaruh kinerja pelayanan terhadap tingkat kepuasan masyarakat
- ρ_{yz} = pengaruh diskonfirmasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat
- ε_1 = pengaruh variabel lain yang mempengaruhi diskonfirmasi
- ε_2 = pengaruh variabel lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat
- *) ρ_{yx_1} dan ρ_{yx_2} digambarkan dengan garis putus-putus karena berdasarkan review teori yang ada, diduga memiliki pengaruh yang lemah atau bisa jadi tidak signifikan.

Diagram I.6

Diagram Jalur: Tingkat Ekspektasi, Kinerja Pelayanan, Diskonfirmasi, dan Tingkat Kepuasan Masyarakat

Sumber: diolah oleh peneliti.

I.7 Definisi Konsep

Berikut adalah definisi-definisi konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Tingkat ekspektasi adalah prediksi masyarakat sebagai pihak yang dilayani mengenai kinerja pelayanan yang akan diterima sebagai antisipasi ataupun bahan pertimbangan dalam bertindak.

2. Kinerja Pelayanan adalah kegiatan dan hasil dari serangkaian kegiatan yang bersifat tidak dapat diraba atau kasat mata yang disebut sebagai pelayanan guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan peraturan perundang-undangan.
3. Diskonfirmasi adalah perbedaan atau *gap* antara tingkat ekspektasi sebelum menerima pelayanan dengan kinerja pelayanan yang telah diterima.
4. Tingkat Kepuasan Masyarakat adalah perasaan atau respon masyarakat sebagai penerima pelayanan dari hasil membandingkan antara kinerja pelayanan yang telah diterima dengan ekspektasi awal sebelum menerima pelayanan.
5. Masyarakat adalah individu atau sekelompok individu yang merupakan warga negara Republik Indonesia sebagai pihak yang menerima pelayanan baik secara langsung maupun tidak langsung.

I.8 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur suatu variabel atau memanipulasikannya¹⁰⁰. Dapat dikatakan suatu definisi operasional merupakan semacam buku pegangan yang berisi petunjuk bagi peneliti.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel, diantaranya adalah tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan, diskonfirmasi dan tingkat kepuasan masyarakat.

¹⁰⁰ Kerlinger, Fred N. 2000. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm.51

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut guna untuk mengetahui hubungan antar variabel tersebut, dibutuhkan indikator-indikator yang relevan. Berikut adalah uraian indikator-indikator yang digunakan beserta atribut-atribut dari masing-masing indikatornya:

A. Variabel Independen (X)

Variabel independen/bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

a. Tingkat Ekspektasi (X_1)

1. Tingkat ekspektasi berdasarkan indikator **kebutuhan secara personal (*personal needs*) ($X_{1.1}$)**.

- Prediksi akan dilayani dalam waktu yang singkat atau cepat ($X_{1.1.1}$).
- Prediksi akan terpenuhi kebutuhannya yaitu dapat dilayani sesuai dengan kepentingannya ($X_{1.1.2}$).
- Prediksi akan dilayani dengan fasilitas (gedung, ruang tunggu, loket antrian) yang layak dan nyaman ($X_{1.1.3}$).
- Prediksi akan dilayani dengan peralatan yang canggih dan modern ($X_{1.1.4}$).

2. Tingkat ekspektasi berdasarkan indikator **pengetahuan pengguna layanan ($X_{1.2}$)**.

- Prediksi akan adanya kepastian biaya pelayanan ($X_{1.2.1}$).
- Prediksi akan adanya kepastian waktu pelayanan ($X_{1.2.2}$).
- Prediksi akan dilayani dengan petugas yang ramah dan sopan ($X_{1.2.3}$).

- Prediksi akan dilayani dengan aman saat pelayanan berlangsung ($X_{1.2.4}$).
 - Prediksi akan dilayani dengan petugas yang berpenampilan rapi ($X_{1.2.5}$).
3. Tingkat ekspektasi berdasarkan indikator *enduring service intensifiers* ($X_{1.3}$).
- Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap sedia untuk melayani ($X_{1.3.1}$).
 - Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap siap untuk melayani ($X_{1.3.2}$).
 - Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap penuh perhatian ($X_{1.3.3}$).
 - Prediksi akan dilayani dengan petugas pelayanan yang handal dalam melaksanakan tugasnya ($X_{1.3.4}$).
- b. Kinerja Pelayanan (X_2)
1. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **kepastian biaya dan waktu** ($X_{2.1}$).
- Adanya kepastian biaya sehingga tidak ada pungutan di luar biaya yang ditentukan ($X_{2.1.1}$).
 - Adanya kepastian waktu pelayanan sehingga pelayanan dapat selesai sesuai dengan waktu yang ditentukan ($X_{2.1.2}$).
2. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **daya tanggap** ($X_{2.2}$).
- Pelayanan yang diberikan cepat atau tidak membutuhkan waktu yang lama ($X_{2.2.1}$).

- Petugas pelayanan bersikap sedia membantu pihak yang dilayani (X_{2.2.2}).
 - Petugas pelayanan bersikap siap membantu pihak yang dilayani (X_{2.2.3}).
3. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **kemampuan petugas pelayanan (X_{2.3})**.
- Kemampuan petugas pelayanan dalam berkomunikasi dengan pihak yang dilayani (X_{2.3.1}).
 - Kemampuan petugas pelayanan dalam melaksanakan tugasnya dengan terampil atau handal (X_{2.3.2}).
 - Kemampuan petugas pelayanan dalam menjawab pertanyaan dari pihak yang dilayani (X_{2.3.3}).
 - Kemampuan petugas pelayanan dalam menumbuhkan rasa percaya kepada pihak yang dilayani (X_{2.3.4}).
4. Kinerja pelayanan berdasarkan indikator **bukti fisik (X_{2.4})**.
- Gedung dan fasilitas seperti ruang tunggu, tempat parkir, dan loket antrian secara fisik baik dan layak (X_{2.4.1}).
 - Peralatan yang digunakan canggih misalnya telah menggunakan komputer, laptop, dan sebagainya (X_{2.4.2}).
 - Petugas pelayanan berpenampilan rapi pada saat memberikan pelayanan (X_{2.4.3}).

B. Variabel Intervening (Z)

Variabel intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak

langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen¹⁰¹. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah diskonfirmasi (Z_1). Berikut adalah indikator-indikator beserta atribut masing-masing indikator untuk mengukur variabel diskonfirmasi:

1. Diskonfirmasi berdasarkan indikator **kesesuaian dengan kebutuhan secara personal (*personal needs*) ($Z_{1.1}$)**.
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dalam waktu yang singkat atau cepat ($Z_{1.1.1}$).
 - Kesesuaian dengan kebutuhan pengguna layanan untuk dapat dilayani sesuai dengan kepentingannya ($Z_{1.1.2}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan fasilitas (gedung, ruang tunggu, loket antrian) yang layak ($Z_{1.1.3}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan peralatan yang canggih ($Z_{1.1.4}$).
2. Diskonfirmasi berdasarkan indikator **kesesuaian dengan pengetahuan pengguna layanan ($Z_{1.2}$)**.
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan akan adanya kepastian biaya pelayanan ($Z_{1.2.1}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan akan adanya kepastian waktu pelayanan ($Z_{1.2.2}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan ramah dan sopan ($Z_{1.2.3}$).

¹⁰¹ Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 39

- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan aman saat pelayanan berlangsung ($Z_{1.2.4}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas yang berpenampilan rapi ($Z_{1.2.5}$).
3. Diskonfirmasi berdasarkan indikator **kesesuaian dengan *enduring service intensifiers*** ($Z_{1.3}$).
- Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap sedia untuk melayani ($Z_{1.3.1}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap siap untuk melayani ($Z_{1.3.2}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan dengan sikap penuh perhatian ($Z_{1.3.3}$).
 - Kesesuaian dengan keinginan pengguna layanan untuk dilayani dengan petugas pelayanan yang handal dalam melaksanakan tugasnya ($Z_{1.3.4}$).

C. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas¹⁰². Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan masyarakat (Y_1). Berikut adalah indikator-indikator beserta atribut masing-masing indikator untuk mengukur variabel tingkat kepuasan masyarakat:

1. Tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan indikator **tidak adanya keluhan/komplain yang diberikan** ($Y_{1.1}$).

¹⁰² *Ibid.*

- Pengguna layanan tidak pernah memberikan komplain atau keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui telepon, web, tertulis, dsb) (Y_{1.1.1}).
- 2. Tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan indikator **terpenuhinya kebutuhan (Y_{1.2})**.
 - Pengguna layanan merasa senang karena petugas pelayanan dapat memenuhi kebutuhannya (Y_{1.2.1}).
 - Pengguna layanan merasa senang karena masalah dan kepentingannya dapat diselesaikan dengan baik (Y_{1.2.2}).
- 3. Tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan indikator **kesesuaian dengan harapan (Y_{1.3})**.
 - Pengguna layanan merasa senang karena proses pelayanan cepat sesuai dengan yang diharapkan (Y_{1.3.1}).
 - Pengguna layanan merasa senang karena biaya sesuai dengan ketentuan dan sesuai dengan harapan (Y_{1.3.2}).
 - Pengguna layanan merasa senang karena petugas pelayanan bersikap ramah dan sopan pada saat pelayanan berlangsung (Y_{1.3.3}).
 - Pengguna layanan merasa senang karena fasilitas (gedung, ruang tunggu, dan loket antrian) yang disediakan telah memenuhi harapan (Y_{1.3.4}).
 - Pengguna layanan merasa senang karena petugas pelayanan berpenampilan rapi sesuai dengan harapan (Y_{1.3.5}).

I.9 Metodologi Penelitian

I.9.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell, penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel¹⁰³. Sedangkan menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan¹⁰⁴.

I.9.2 Tipe Penelitian

Tipe Penelitian dalam penelitian ini adalah tipe penelitian *explanatory*. Penelitian *explanatory* adalah penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan, oleh karena itu dinamakan penelitian pengujian hipotesa yang telah dirumuskan atau *testing research*¹⁰⁵. Menurut Singarimbun, *explanatory research* atau *confirmatory* yaitu untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa¹⁰⁶.

I.9.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan strategi penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari

¹⁰³ Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 5.

¹⁰⁴ Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 8.

¹⁰⁵ Pasolong, Harbani. 2002. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 75.

¹⁰⁶ Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian (ed). 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hlm. 4

satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok¹⁰⁷. Penelitian survei berusaha memaparkan secara kuantitatif kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi tertentu dengan meneliti satu sampel dari populasi tersebut¹⁰⁸. Peneliti mendeskripsikan secara kuantitatif (angka-angka) kecenderungan-kecenderungan, perilaku-perilaku, atau opini-opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut¹⁰⁹.

I.9.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya. Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya berlokasi di Jalan Manyar Kertoarjo No.6 Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur.

Peneliti memilih Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian, karena pertama peneliti menganggap bahwa administrasi kependudukan merupakan sesuatu hal yang sangat penting dimana hasilnya akan berguna untuk pelaksanaan pelayanan publik dan pembangunan sektor lain; kedua di Kota Surabaya terdapat berbagai permasalahan dalam administrasi kependudukan mulai dari adanya 400 ribu KTP ganda, ribuan PNS yang belum memiliki akta kelahiran, dsb yang diduga dipengaruhi oleh ekspektasi masyarakat yang terbentuk berdasar asumsi-asumsi yang berkembang selama ini mengenai pelayanan publik yang berbelit-belit, membutuhkan waktu yang lama, mahal, dsb; ketiga Dispendukcapil Kota Surabaya mendapat predikat kepatuhan terhadap UU pelayanan publik yaitu UU

¹⁰⁷ *Ibid.* Hlm. 3

¹⁰⁸ Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 18-19.

¹⁰⁹ *Ibid.*, Hlm. 216.

No. 25 Tahun 2009 yang artinya kinerja pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diamanatkan oleh UU terkait; dan keempat Dispendukcapil Kota Surabaya selalu melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas layanan dimana hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya inovasi layanan KTP *Smart Office*¹¹⁰, membuka layanan dengan mobil keliling¹¹¹, dibentuknya Unit Pengelolaan Pengaduan dan Layanan Informasi Kependudukan¹¹², hingga penggunaan teknologi dengan melakukan inovasi pelayanan kipem (kartu penduduk musiman) secara online¹¹³. Dan yang kelima, Indeks Kepuasan Masyarakat di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya adalah 71,06 dengan nilai mutu pelayanan B (baik)¹¹⁴.

I.9.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

I.9.5.1 Populasi

Populasi atau *universe* ialah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (I. B. Mantra dan Kasto)¹¹⁵. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan administratif Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2014.

¹¹⁰<http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/06/08/ktp-smart-office-urus-ktp-gratis-di-mall-371419.html> (diakses pada tanggal 30 September 2014 pukul 20.33)

¹¹¹<http://www.encycity.co/dispdukcapil-buka-layanan-mobil-keliling-akte-kelahiran/> (diakses tanggal 28 September 2014 pukul 09.48)

¹¹²<http://dispdukcapil.surabaya.go.id/berita/451-dispdukcapil-bentuk-unit-pengelolaan-pengaduan-dan-layanan-informasi-kependudukan> (diakses tanggal 30 September 2014 pukul 20.43)

¹¹³<http://www.beritametro.co.id/jawa-timur/targetkan-2-medali-emas> (diakses tanggal 28 September 2014 pukul 09.36)

¹¹⁴ Laporan Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya Tahun 2013.

¹¹⁵ Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian (ed). 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hlm. 152

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan atau masyarakat yang telah menerima pelayanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya pada bulan Desember 2014.

Peneliti tidak dapat menentukan jumlah populasi pada bulan Desember 2014 secara pasti, sehingga peneliti mencari rata-rata jumlah pengguna layanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya pada tiga bulan terakhir sebelum bulan Desember 2014, yaitu bulan September, Oktober, dan November 2014. Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya, pengguna layanan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya pada bulan September sebanyak 934 orang, bulan Oktober sebanyak 985 orang, dan pada bulan November 1.012 orang. Langkah tersebut dipilih karena, jumlah pengguna layanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya pada bulan Desember 2014 dapat bertambah atau berkurang dari jumlah bulan sebelumnya, sehingga peneliti menetapkan jumlah populasi melalui mencari nilai rata-rata jumlah pengguna layanan dalam tiga bulan terakhir. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diperoleh jumlah populasi yaitu sebanyak 977 orang.

I.9.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut¹¹⁶. Menurut Mantra dan Kasto, ada empat faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan besarnya sampel dalam suatu penelitian¹¹⁷:

¹¹⁶ Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm.81

¹¹⁷ Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian (ed). 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hlm. 150-152

1. Derajat keseragaman (*degree of homogeneity*) dari populasi. Makin seragam populasi itu, maka makin kecil sampel yang dapat diambil. Apabila populasi itu seragam sempurna (*completely homegenous*), maka satuan elementer saja dari seluruh populasi itu sudah cukup representatif untuk diteliti. Sebaliknya apabila populasi itu secara sempurna tidak seragam (*completely heterogenous*), maka hanya pencacahan lengkaplah yang dapat memberikan gambaran yang representatif.
2. Presisi yang dikehendaki dari penelitian. Makin tinggi tingkat presisi yang dikehendaki, makin besar jumlah sampel yang harus diambil. Jadi sampel yang besar cenderung memberikan penduga yang lebih mendekati nilai yang sesungguhnya (*true value*).
3. Rencana analisa. Adakalanya besarnya sampel sudah mencukupi sesuai dengan presisi yang dikehendaki, tetapi kalau dikaitkan dengan kebutuhan analisa, maka jumlah sampel tersebut kurang mencukupi.
4. Tenaga, biaya, dan waktu. Kalau menginginkan presisi yang tinggi maka jumlah sampel harus besar. Tetapi apabila dana, tenaga, dan waktu terbatas maka tidaklah mungkin untuk mengambil sampel yang besar, dan ini berarti presisinya akan menurun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Sampel acak sederhana itu merupakan sampel kesempatan (*probability sampling*), sehingga dapat dievaluasi secara objektif. Terpilihnya tetap satuan elementer ke dalam sampel itu harus benar-benar

berdasarkan faktor kebetulan (*chance*), bebas dari subjektivitas si peneliti atau subjektivitas orang lain¹¹⁸.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus dari Taro Yamane yaitu metode slovin¹¹⁹. Berikut adalah rumus metode slovin yang dapat digunakan dalam mencari besaran sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- e = presisi

Batas toleransi kesalahan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05 sehingga, $n = 977 / (1 + 977 \cdot 0,05^2)$. Maka diperoleh hasil 283,805 yang kemudian dibulatkan menjadi 284. Dari perhitungan tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 284 responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya. Jika dilihat dari derajat keseragamannya, populasi memiliki sifat yang homogen artinya setiap pengguna layanan memiliki hak dan kewajiban yang sama sebagai pengguna layanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya. Untuk memenuhi presisi yang dikehendaki dalam penelitian ini yaitu 95% atau dengan taraf kesalahan 0,05. Berdasarkan metode slovin yang digunakan dalam penelitian ini, dengan populasi yang berjumlah 977 orang dan dengan presisi yang dikehendaki yaitu 0,05 atau 95% jumlah sampel yang dipilih yaitu sebesar 284 responden telah

¹¹⁸ Riduwan., Kuncoro, Engkos Achmad. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta. Hlm.156

¹¹⁹ *Ibid.* Hlm. 210

memenuhi presisi yang dikehendaki berdasarkan perhitungan dengan metode slovin. Sedangkan berdasarkan rencana analisa, penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Jumlah sampel yang dibutuhkan untuk memenuhi asumsi penggunaan analisis jalur yaitu sebesar 100 responden, sehingga jumlah responden yang diperoleh tersebut telah memenuhi kebutuhan analisa. Walaupun populasi bersifat homogen, peneliti akan mendeskripsikan responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir responden, pekerjaan, dan pendapatan. Hal itu dilakukan agar peneliti mudah menggambarkan profil responden dalam penelitian ini.

Peneliti memilih sampel secara acak atau benar-benar secara kebetulan yaitu pengguna layanan yang telah menerima pelayanan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya hingga terpenuhi jumlah yang telah ditetapkan tersebut yakni 284 responden dengan berbagai pertimbangan dari empat faktor yang telah disebutkan sebelumnya. Jumlah tersebut dianggap telah dapat mewakili (*representative*) populasi dalam penelitian ini. Namun agar lebih mudah untuk mengetahui gambaran karakteristik responden, peneliti mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan responden

I.9.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawabnya¹²⁰. Kuesioner diberikan secara langsung oleh peneliti kepada responden yaitu pengguna layanan (masyarakat) yang telah menerima pelayanan administratif kependudukan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya. Kuesioner dibuat dengan pernyataan tertutup dengan kategori pilihan jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert yaitu merupakan suatu pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial¹²¹. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, peneliti akan memberikan skor pada masing-masing *item* pilihan jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Setuju : diberi skor 5
2. Setuju : diberi skor 4
3. Netral : diberi skor 3
4. Tidak Setuju : diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju : diberi skor 1

I.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian kuantitatif harus valid dan reliabel. Instrumen penelitian dinyatakan valid artinya instrumen tersebut menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti¹²². Data yang valid pasti reliabel dan obyektif. Reliabel itu berkenaan dengan derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu, sehingga data yang reliabel belum tentu

¹²⁰ Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 142

¹²¹ Pasolong, Harbani. 2002. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 153

¹²² Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 2

valid¹²³. Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan juga dengan *pre test*. Effendi dan Tukiran menyarankan jumlah responden untuk uji coba (*pre test*) minimal sebanyak 30 orang¹²⁴. Uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan program SPSS *for windows version 21*.

Sebelum melakukan penelitian, instrumen dalam penelitian ini perlu melalui *pretest* (uji coba). *Pretest* diadakan untuk menyempurnakan kuesioner. *Pretest* dilaksanakan di luar daerah penelitian¹²⁵. Dalam melakukan *pretest*, sangat disarankan agar jumlah responden untuk uji coba minimal 30 orang, karena dengan jumlah minimal 30 orang ini maka distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal¹²⁶. Asumsi kurve normal sangat diperlukan di dalam perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, kuesioner telah dilakukan *pretest* dengan 30 responden.

I.9.7.1 Uji Validitas Variabel Tingkat Ekspektasi (X_1), Kinerja Pelayanan (X_2), Diskonfirmasi (Z), dan Tingkat Kepuasan Masyarakat (Y)

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner¹²⁷. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

Untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total = 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Namun, apabila

¹²³ *Ibid.* Hlm.3

¹²⁴ Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian (ed). 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hlm. 138

¹²⁵ *Ibid.* Hlm. 184

¹²⁶ *Ibid.* Hlm. 137

¹²⁷ Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP UNDIP. Hlm.52

<0,30 berarti data tersebut dapat dikatakan tidak valid. Selain itu uji validitas juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka indikator atau pernyataan tersebut dinyatakan valid¹²⁸. Teknik korelasi tersebut disebut dengan teknik korelasi *pearson product moment*. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien validitas
 n : jumlah sampel atau banyak data di dalam sampel.
 X : skor item tiap instrumen
 Y : skor total tiap responden

I.9.7.1.1 Uji Validitas Variabel Tingkat Ekspektasi (X_1)

Berikut merupakan hasil uji validitas instrumen penelitian untuk variabel tingkat ekspektasi melalui *pretest* yang dilakukan dengan 30 responden:

Tabel I.4 Hasil Uji Validitas *Pretest* Variabel X_1 (Tingkat Ekspektasi)

Indikator	No.	r_{kritis}	r_{xy}	Sig.	Ket.
Kebutuhan Secara Personal (<i>Personal Needs</i>)	1	0,30	0,623	0,000	Valid
	2	0,30	0,676	0,000	Valid
	3	0,30	0,694	0,000	Valid
	4	0,30	0,682	0,000	Valid
Pengetahuan Pengguna Layanan	5	0,30	0,717	0,000	Valid
	6	0,30	0,615	0,000	Valid
	7	0,30	0,703	0,000	Valid
	8	0,30	0,654	0,000	Valid
	9	0,30	0,615	0,000	Valid
<i>Enduring Service Intensifiers</i>	10	0,30	0,681	0,000	Valid
	11	0,30	0,650	0,000	Valid
	12	0,30	0,658	0,000	Valid
	13	0,30	0,608	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3, diolah.

¹²⁸ *Ibid*, Hlm.53.

Pada tabel I.4 menunjukkan hasil validitas tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel X_1 (tingkat ekspektasi). Dari *pretest* yang telah dilakukan, tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel X_1 dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dari masing-masing *item* pernyataan bernilai lebih dari 0,30 dan dapat dilihat juga dari nilai signifikansi korelasi variabel total dengan masing-masing variabel pernyataan memiliki nilai di bawah nilai alpha 0,05¹²⁹.

I.9.7.1.2 Uji Validitas Variabel Kinerja Pelayanan (X_2)

Berikut merupakan hasil uji validitas instrumen penelitian untuk variabel kinerja pelayanan melalui *pretest* yang dilakukan dengan 30 responden:

Tabel I.5 Hasil Uji Validitas *Pretest* Variabel X_2 (Kinerja Pelayanan)

Indikator	No.	r_{kritis}	r_{xy}	Sig.	Ket.
Kepastian Biaya dan Waktu	1	0,30	0,741	0,000	Valid
	2	0,30	0,710	0,000	Valid
Daya Tanggap	3	0,30	0,785	0,000	Valid
	4	0,30	0,765	0,000	Valid
	5	0,30	0,752	0,000	Valid
Kemampuan Petugas Pelayanan	6	0,30	0,754	0,000	Valid
	7	0,30	0,815	0,000	Valid
	8	0,30	0,825	0,000	Valid
	9	0,30	0,720	0,000	Valid
Bukti Fisik	10	0,30	0,760	0,000	Valid
	11	0,30	0,644	0,000	Valid
	12	0,30	0,716	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3, diolah

Pada tabel I.5 menunjukkan hasil validitas tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel X_2 (kinerja pelayanan). Dari *pretest* yang telah dilakukan, tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel X_2 dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dari

¹²⁹ Trihendradi, C. 2013. *Step by Step IBM SPSS 21: Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hlm.277

masing-masing *item* pernyataan bernilai lebih dari 0,30 dan dapat dilihat juga dari nilai signifikansi korelasi variabel total dengan masing-masing variabel pernyataan memiliki nilai di bawah nilai alpha 0,05¹³⁰.

I.9.7.1.3 Uji Validitas Variabel Diskonfirmasi (Z)

Berikut merupakan hasil uji validitas instrumen penelitian untuk variabel diskonfirmasi melalui *pretest* yang dilakukan dengan 30 responden:

Tabel I.6 Hasil Uji Validitas Pre Test Variabel Z (Diskonfirmasi)

Indikator	No.	r_{kritis}	r_{xy}	Sig.	Ket.
Kesesuaian dengan Kebutuhan Secara Personal	1	0,30	0,743	0,000	Valid
	2	0,30	0,562	0,000	Valid
	3	0,30	0,652	0,000	Valid
	4	0,30	0,718	0,000	Valid
Kesesuaian dengan Pengetahuan Pengguna Layanan	5	0,30	0,595	0,001	Valid
	6	0,30	0,711	0,000	Valid
	7	0,30	0,669	0,000	Valid
	8	0,30	0,772	0,000	Valid
	9	0,30	0,674	0,000	Valid
Kesesuaian dengan <i>Enduring Service Intensifiers</i>	10	0,30	0,623	0,000	Valid
	11	0,30	0,711	0,000	Valid
	12	0,30	0,640	0,000	Valid
	13	0,30	0,604	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3, diolah

Pada tabel I.6 menunjukkan hasil validitas tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Z (diskonfirmasi). Dari *pretest* yang telah dilakukan, tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Z dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dari masing-masing *item* pernyataan bernilai lebih dari 0,30 dan dapat dilihat juga dari

¹³⁰ *Ibid*

nilai signifikansi korelasi variabel total dengan masing-masing variabel pernyataan memiliki nilai di bawah nilai alpha 0,05¹³¹.

I.9.7.1.3 Uji Validitas Variabel Tingkat Kepuasan Masyarakat (Y)

Berikut merupakan hasil uji validitas instrumen penelitian untuk variabel tingkat kepuasan masyarakat melalui *pretest* yang dilakukan dengan 30 responden:

Tabel I.7 Hasil Uji Validitas Pre Test Variabel Y (Tingkat Kepuasan Masyarakat)

Indikator	No.	r_{kritis}	r_{xy}	Sig.	Ket.
Tidak adanya keluhan/komplain yang diberikan	1	0,30	0,861	0,000	Valid
Terpenuhinya Kebutuhan	2	0,30	0,822	0,000	Valid
	3	0,30	0,795	0,000	Valid
Kesesuaian dengan Harapan	4	0,30	0,817	0,000	Valid
	5	0,30	0,807	0,001	Valid
	6	0,30	0,788	0,000	Valid
	7	0,30	0,787	0,000	Valid
	8	0,30	0,846	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3, diolah.

Pada tabel I.7 menunjukkan hasil validitas tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Y (tingkat kepuasan masyarakat). Dari *pretest* yang telah dilakukan, tiap *item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Y dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dari masing-masing *item* pernyataan bernilai lebih dari 0,30 dan dapat dilihat juga dari nilai signifikansi korelasi variabel total dengan masing-masing variabel pernyataan memiliki nilai di bawah nilai alpha 0,05¹³².

¹³¹ *Ibid*

¹³² *Ibid*

I.9.7.2 Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Ekspektasi (X_1), Kinerja Pelayanan (X_2), Diskonfirmasi (Z), dan Tingkat Kepuasan Masyarakat (Y)

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk¹³³. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian menggunakan *alpha-cronbach*, yaitu variasi skor butir pernyataan dengan variasi total skor keseluruhan butir pertanyaan. Cara mencari reliabilitas adalah dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen.
 n : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal.
 $\sum \sigma_i^2$: jumlah varians butir.
 σ_t^2 : varians total.

Menurut Nunnally, sebuah konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,70¹³⁴. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen yang dilakukan melalui *pretest* dengan 30 responden.

Tabel 1.8 Hasil Uji Reliabilitas Pre Test

No.	Variabel	r_{11} (Reliabilitas Instrumen)	<i>Cronbach Alpha</i>	Ket.
1.	Tingkat Ekspektasi (X_1)	0,890	0,70	Reliabel
2.	Kinerja Pelayanan (X_2)	0,927	0,70	Reliabel
3.	Diskonfirmasi (Z)	0,896	0,70	Reliabel
4.	Tingkat Kepuasan Masyarakat (Y)	0,924	0,70	Reliabel

Sumber: Lampiran 4, diolah.

Pada tabel I.8 menunjukkan hasil uji reliabilitas instrumen untuk seluruh variabel dalam penelitian ini. Instrumen untuk mengukur masing-masing

¹³³ *Ibid*, Hlm.47.

¹³⁴ *Ibid*, Hlm. 48

variabel dinyatakan reliabel. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien alpha dari masing-masing variabel yang memiliki nilai $>0,70$.

I.9.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya¹³⁵. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner (angket). Adapun jenis dan sumber data yang terdapat dalam penelitian ini ada dua yaitu:

I.9.8.1 Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan dari para responden melalui penggunaan kuesioner penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya¹³⁶. Kuesioner dalam penelitian berupa pernyataan tertutup yang diberikan langsung kepada responden. Pertanyaan/pernyataan tertutup adalah pertanyaan/ pernyataan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan/pertanyaan yang telah tersedia¹³⁷. Kuesioner diberikan kepada pengguna layanan yang telah menerima layanan dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya secara langsung dan acak karena peneliti

¹³⁵ Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 13

¹³⁶ *Ibid*, Hlm. 142

¹³⁷ *Ibid*, Hlm. 143

menganggap populasi bersifat homogen sehingga setiap pengguna layanan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden dalam penelitian ini.

I.9.8.2 Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk memperkuat analisis dan interpretasi atas data primer. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang dimiliki oleh instansi terkait yaitu Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya baik yang dipublikasikan maupun yang tidak.

I.9.9 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik analisis jalur (*path analysis*). Model *path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen)¹³⁸. Pada prinsipnya analisis jalur (*path analysis*) sama dengan korelasi dan regresi¹³⁹. Analisis korelasi dan regresi merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur¹⁴⁰. Pada diagram jalur digunakan dua anak panah yaitu: 1) anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh langsung dari sebuah variabel eksogen terhadap variabel endogen; 2) anak panah dua arah yang menyatakan hubungan korelasional antara variabel

¹³⁸ Riduwan., Kuncoro, Engkos Achmad. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 2-3

¹³⁹ *Ibid*, Hlm. 8

¹⁴⁰ *Ibid*. Hlm. 115

eksogen¹⁴¹. Terdapat asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam menggunakan *path analysis*¹⁴², yaitu:

- a. Hubungan antar variabel bersifat linear, adaptif, dan bersifat normal;
- b. Hanya memiliki sistem aliran kausal satu arah, artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik;
- c. Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala interval dan ratio;
- d. Menggunakan sampel *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel;
- e. *Observed variables* diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran variabel valid dan reliable) artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung;
- f. Model yang dianalisis dispesifikasikan (identifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini tidak ada sistem aliran kausal dua arah, variabel-variabel dalam penelitian ini diukur dalam skala interval. Skala interval adalah skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama¹⁴³. Dalam pengambilan sampel, dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Instrumen penelitian telah dinyatakan

¹⁴¹ *Ibid.* Hlm 116

¹⁴² *Ibid.*

¹⁴³ *Ibid.* Hlm. 18

valid dan reliabel melalui *pretest*. Sehingga, asumsi-asumsi menggunakan analisis jalur telah terpenuhi. Adapun tiga langkah dalam analisis dan interpretasi data dalam penelitian ini. Pertama menguji dengan analisis korelasi yang kemudian dilanjutkan dengan menggunakan regresi ganda, dan terakhir menguji dengan analisis jalur.

A. Menguji dengan Analisis Korelasi

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan, maka digunakan teknik korelasi. Analisis korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*. Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq +1)^{144}$. Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat¹⁴⁵. Pada tabel I.1 merupakan interpretasi koefisien nilai r .

Tabel I.9 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r ¹⁴⁶

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2010)

Korelasi dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan nilai taraf kesalahan (α) yaitu 0,05. Namun, apabila, nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan nilai taraf kesalahan (α) yaitu 0,05 korelasi dinyatakan tidak signifikan.

¹⁴⁴ *Ibid.* Hlm. 223

¹⁴⁵ *Ibid.*

¹⁴⁶ Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 184

B. Menguji dengan Analisis Regresi Ganda

Regresi ganda ini digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen¹⁴⁷. Regresi ganda dipilih karena sesuai dengan penelitian ini, dimana terdapat dua variabel independen (tingkat ekspektasi dan kinerja pelayanan), variabel intervening (diskonfirmasi) dan satu variabel dependen (tingkat kepuasan masyarakat). Dalam penelitian ini terdapat dua struktur. Struktur pertama yaitu tingkat ekspektasi dan kinerja pelayanan sebagai variabel independen dan diskonfirmasi sebagai variabel dependen. Struktur kedua yaitu tingkat ekspektasi, kinerja pelayanan dan diskonfirmasi sebagai variabel independen dan tingkat kepuasan masyarakat sebagai variabel dependen. Adapun persamaan struktural yang digunakan adalah sebagai berikut:

Persamaan struktural pertama:

$$Z = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e_i$$

Persamaan struktural kedua:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3y + e_i$$

Keterangan:

Y = variabel dependen, yaitu Tingkat Kepuasan Masyarakat

X₁ = variabel independen, yaitu Tingkat Ekspektasi

X₂ = variabel independen, yaitu Kinerja Pelayanan

Z = variabel intervening (Variabel dependen untuk variabel X₁ dan X₂ dan Variabel independen untuk variabel Y), yaitu Diskonfirmasi

b₁, b₂ = koefisien regresi masing-masing variabel

e_i = error yang diasosiasikan dengan pengamatan ke-i

Dalam menguji dengan analisis regresi ganda, terdapat beberapa uji yang harus dilakukan yaitu uji kelayakan model dan uji asumsi klasik.

¹⁴⁷ *Ibid.* Hlm. 153

a. Uji Kelayakan Model

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model-model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis (Ferdinand, 2006)¹⁴⁸, dua indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji anova, untuk melihat sebaran varian yang disebabkan oleh regresi dan varians yang disebabkan oleh *residual*. Hal ini dapat dianalisis melalui nilai signifikansi dari hasil output SPSS *for windows*. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% (tingkat signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen layak untuk menjelaskan variabel dependen yang dianalisis.
2. *Goodness of fit* dari model yang dikembangkan dianalisis dengan mengamati koefisien determinasi. Koefisien yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan model menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi ditunjukkan oleh angka *R-square* dalam model *summary* yang dihasilkan oleh program SPSS. Nilai R^2 adalah antara nol dan satu.

b. Uji Asumsi Klasik

¹⁴⁸ Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Edisi Dua*. Semarang: UNDIP. Hlm. 300

Model regresi ganda dapat disebut baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, oleh karena itu dilakukan uji asumsi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis grafik. Analisis grafik dilakukan dengan melihat grafik histogram dan melihat *normal probability plot*. Data yang berdistribusi normal gambar grafik dan *normal probability plot* nya akan mengikuti garis diagonal¹⁴⁹.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen dengan syarat nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10¹⁵⁰.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode

¹⁴⁹ Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP UNDIP. Hlm.160

¹⁵⁰ *Ibid*, Hlm.105

pengamatan dengan periode pengamatan yang lain, sehingga dapat dikatakan model homokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihat grafik plot antar nilai prediksi variabel dependen yaitu z_{pred} dengan residualnya s_{resid} . Jika dalam grafik tersebut terdapat pola-pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, maupun menyempit, maka hal itu mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas, namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heterokedastisitas¹⁵¹.

C. Menguji dengan Analisis Jalur

Langkah selanjutnya adalah analisis data menggunakan analisis jalur. ρ_{ik} merupakan koefisien jalur (*path coefficient*) untuk setiap variabel eksogen k (Li, Ching Chun, 1975; Kusnendi, 2005)¹⁵². Dalam diagram I.6 terdapat tanda panah satu arah dan tanda panah berujung ganda. Tanda panah berujung ganda menunjukkan (\leftrightarrow) hubungan korelasional, sedangkan tanda panah satu arah (\rightarrow) menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh langsung dari variabel eksogen terhadap variabel endogen¹⁵³. Seperti yang telah diuraikan dalam sub bab kerangka teori, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh secara langsung dan secara tidak langsung. Berikut adalah langkah-langkah menghitung besarnya pengaruh dari masing-masing variabel melalui analisis jalur:

¹⁵¹ *Ibid*, Hlm.139.

¹⁵² Riduwan., Kuncoro, Engkos Achmad. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 6

¹⁵³ *Ibid*, Hlm. 7

1. Analisis jalur secara simultan (keseluruhan) dan secara parsial (individu)

Adapun kaidah pengujian analisis jalur secara simultan (keseluruhan) maupun secara parsial (individu) dengan program SPSS memiliki ketentuan sebagai berikut: jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \leq Sig$), maka dinyatakan signifikan dan jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \geq Sig$), maka dinyatakan tidak signifikan¹⁵⁴.

2. Menghitung besar pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total variabel independen terhadap variabel dependen.

Melalui analisis jalur, dapat diketahui besarnya pengaruh langsung (efek netto), pengaruh tidak langsung (efek tidak langsung), dan pengaruh total (efek total). Pengaruh langsung (efek netto) adalah pengaruh variabel pengaruh (independen) terhadap variabel terpengaruh (dependen) setelah variabel kontrol dihilangkan pengaruhnya¹⁵⁵. Pengaruh tidak langsung (efek tidak langsung) adalah pengaruh tidak langsung yang muncul akibat peranan variabel kontrol (T. Sucipto dan D. Ancok)¹⁵⁶. Sedangkan, pengaruh total (efek total) adalah besarnya pengaruh (independen) variabel pengaruh terhadap variabel terpengaruh

¹⁵⁴ Riduwan., Kuncoro, Engkos Achmad. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 117

¹⁵⁵ Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian (ed). 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hlm. 311

¹⁵⁶ *Ibid.*

(dependen), dalam efek total termasuk juga pengaruh variabel kontrol¹⁵⁷.

I.10 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam skripsi ini terdiri atas lima bab yaitu pendahuluan, gambaran umum, penyajian data, analisis dan interpretasi data, dan penutup. Berikut adalah sistematika penulisan tiap-tiap bab:

1. Bab 1 Pendahuluan :

Pada bab pendahuluan terdapat sepuluh sub bab, yaitu latar belakang masalah; rumusan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian; kerangka teori; hipotesis; definisi konsep; definisi operasional; metodologi penelitian; dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab 2 Gambaran Umum :

Pada bab gambaran umum terdapat tiga belas sub bab yaitu sub bab yang menjelaskan gambaran umum pengguna layanan (masyarakat) di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya dan gambaran umum Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya sebagai Lokasi Penelitian.

3. Bab 3 Penyajian Data :

Pada bab penyajian data terdapat empat sub bab yaitu sub bab deskripsi jawaban responden untuk variabel tingkat ekspektasi, deskripsi jawaban responden untuk variabel kinerja pelayanan, deskripsi jawaban responden

¹⁵⁷ *Ibid.* Hlm.310

untuk variabel diskonfirmasi, dan deskripsi jawaban responden untuk variabel tingkat kepuasan masyarakat.

4. Bab 4 Analisis dan Interpretasi Data :

Pada bab analisis dan interpretasi data terdapat dua sub bab yaitu sub bab analisis data dan sub bab interpretasi data.

5. Bab 5 Penutup :

Pada bab penutup terdapat tiga sub bab yaitu sub bab kesimpulan; saran; dan implikasi.

