

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Kualitas Pelayanan (Teori X1)

Pelayanan ialah aktivitas yang dilaksanakan guna mengurus, menyiapkan, serta membantu baik itu berwujud jasa atau barang dari pihak satu ke yang lainnya (Hardiyansah, 2011). Pada hakekatnya, pelayanan merupakan sekumpulan aktivitas sehingga proses layanan berjalan secara berkesinambungan dan rutin, mencakup semua kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksud dilaksanakan sehubungan dengan saling mencukupi kebutuhan diantara pemberi serta penerima layanan. Dari berbagai pengertian tersebut, maka bisa di tarik kesimpulan bahwasannya pelayanan adalah kegiatan atau aktivitas interaksi diantara pihak satu ke yang lainnya yang mempergunakan peralatan berupa lembaga perusahaan atau organisasi demi kepuasan konsumen/pelanggan/penerima (Suandi 2019)

Kualitas layanan adalah tindakan yang dapat mencirikan perusahaan dengan pesaing dalam suatu industri atau yang berbeda industri dengan memberikan lebih banyak totalitas layanan dari pesaingnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkat kepercayaan yang diungkapkan baik oleh konsumen atau tersirat. Ada 7 dimensi pelayanan kualitas menurut Grego and Schiffrin, yang pertama

adalah kedekatan, media untuk mendengarkan kedekatan melalui kemudahan ketentuan, kemudahan akses, dan kemudahan dalam pengaduan.(Prayoga 2019)

Ivancevich dan kawan-kawan dalam Ratminto & Winarsih (2005) menjelaskan pelayanan ialah berbagai produk yang tidak bisa diraba (tidak kasat mata) yang mengikutsertakan berbagai upaya manusia dan mempergunakan peralatan. Sementara pengertian secara lebih rinci menurut pandangan Gronroos dalam Ratminto & Winarsih (2005) yaitu: “pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal lain-lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan”.

Menurut Tjiptono (2012) layanan (*service*) merupakan sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* (tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan) dan *service delivery* (tampak (*visible*) atau diketahui oleh pelanggan).(Yuliana 2017).

2.1.1.1 Teori Pelayanan Publik

UU No. 25 Tahun 2009 terkait Pelayanan Publik yakni : semua bentuk aktivitas dalam rangka penyediaan, bimbingan, pembinaan, pengaturan fasilitas dan jasa lainnya yang dijalankan oleh aparat pemerintah sebagai upaya memenuhi kebutuhan masyarakat berdasarkan ketentuan UU yang diberlakukan. Layanan publik tak bisa dilepaskan dari permasalahan kepentingan umum. Layanan publik diperlukan masyarakat supaya bisa memenuhi kebutuhannya. Sinambela (Harbani Pasolong, 2010 : 199) menjelaskan layanan publik merupakan tiap aktivitas yang

dijalankan pemerintah pada umat manusia yang menawarkan kepuasan dan mempunyai setiap aktivitas, walaupun hasilnya tidak berkaitan dengan sebuah produk secara fisik.

Dari pemaparan tersebut, maka kualitas ialah ciri khas sebuah produk (jasa/barang) yang mendorong kemampuan dalam mencukupi kebutuhan. Kualitas layanan publik ialah terkait keadaan dinamis yang berhubungan dengan lingkungan, produk, proses, dan jasa manusia di mana penilaian kualitasnya ditetapkan ketika mendapatkan layanan publik tersebut (Hardiyansyah, 2018). Dari persepsi para ahli layanan publik serta kualitas layanan publik, penulis beranggapan bahwasannya layanan publik ialah bagaimana swasta ataupun aparatur pemerintah melayani masyarakat dengan sebaik mungkin dan tidak menghapus berbagai aturan atau metode yang sudah ditentukan. Sementara kualitas layanan publik ialah bagaimana masyarakat memiliki kepuasan dengan layanan yang diberikan baik berupa jasa/barang.

2.1.1.2 Kualitas

Kualitas bergantung pada bagaimana seorang individu memberikan penilaiannya, dengan demikian jasa berdasarkan pandangan orang itu yang paling memuaskan ialah jasa yang berkualita sangat tinggi (Garvin dalam Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012:143).

Sehingga dalam hal ini kualitas ialah perspektif yang sifatnya subyektif. Tiap pelanggan mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda antara satu dengan lainnya, dengan demikian kualitas bagi seseorang serupa dengan kepuasan

maksimal yang di rasakannya. Suatu hal yang dipandang memiliki kualitas baik oleh seseorang belum tentu sama kebaikannya dengan orang lain.

Kualitas mendorong konsumen secara khusus guna membentuk ikatan saling memberi keuntungan dengan perusahaan. ikatan ini memberikan perusahaan bisa mengerti kebutuhan dan harapan spesifik pelanggan. Sehingga perusahaan bisa memaksimalkan nilai baik yang dirasakan pelanggan serta menambahkepuasan yang bisa di rasakan konsumen.

2.1.1.3 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan ialah sebuah tingkatan keunggulan yang diinginkan dan pengendalian pada tingkatan keunggula ini guna mencukupi keinginan konsumennya (Lovelock dalam Fandy Tjiptono, 2005 : 59). Kualitas layanan ialah sebuah keadaan yang berkaitan dengan sejauh mana pemberi jasa bisa menyediakan layanan sesuai keinginan konsumennya. Dari keterkaitannya dengan kantor kecamatan, pihak kantor kecamatan selaku pemberi jasa layanan diharap bisa memberi layanan yang bisa memberikan kenyamanan dan kesenangan bagi masyarakat. Dalam hal ini, mempertahankan kualitas pelayanan ialah sesuatu hal yang sangat berat dikarenakan keadaan yang ditemui perusahaan tidaklah stabil. Dalam hal ini, respon konsumen tentu bisa memberi kontribusi pada upaya perusahaan guna melaksanakan pembenahan layanan yang bertujuan guna memaksimalkan kepuasan konsumen. Konsumen yang semakin puas dengan layanan yang diberikan maka kemungkinan peluang konsumen melaksanakan kunjungan kembali juga semakin bertambah. Tetapi jika layanan yang disediakan

mengecewakan harapan konsumen, maka dimungkinkan terjadinya konsumen beralih kepada perusahaan lain.(Suandi 2019)

Kualitas Pelayanan Parasuraman, et al., dalam penelitian (Suandi 2019) mengidentifikasi kesepuluh dimensi kualitas, yakni :

1. *Tangibles*
2. *Understanding/Knowing the Customer*
3. *Security*
4. *Credibility*
5. *Communication*
6. *Courtesy*
7. *Access*
8. *Competence*
9. *Responsiveness*
10. *Reliability*

Tjiptono (2012:4) menjelaskan layanan yang baik bisa membentuk kepuasan pelanggan dan bisa semakin mengeratkan konsumen supaya konsumen tidak beralih kepada perusahaan lainnya. Dalam peningkatan kualitas layanan diperlukan berbagai unsur yang bisa menjadi pertimbangan antara lain :

- 1) Kecepatan yaitu waktu dalam melayani konsumen berdasarkan keterbatasan waktu standar yang sudah ditetapkan perusahaan ;
- 2) Ketepatan, kecepatan tanpa mempertimbangkan ketepatan tidaklah bisa memenuhi kepuasan konsumen. Maka dari itu, ketepatan ialah sesuatu hal terpenting guna dipertimbangkan supaya bisa menciptakan layanan yang bermutu ;
- 3) Kenyamanan ialah perasaan nyaman yang diberikan perusahaan yang mendorong konsumennya merasakan kenyamanan dengan layanan yang disediakan ;
- 4) Keramahan ialah layanan pada pelanggan yang ditandai dengan sikap ramah dan sopan ;
- 5) Keamanan ialah perasaan aman yang diberikan perusahaan ketika melayani konsumennya.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Defenisi Pelayanan dalam penelitian (Rahmadi 2021) menjelaskan indikator kualitas layanan memiliki berbagai dimensi yang terbagi atas 5 dimensi, yakni :

1. Bukti fisik yakni fasilitas yang berupa fisik, prasarana komunikasi, pekerja, dan perlengkapan ;
2. Empati yaitu kemudahan guna mengeratkan suatu hubungan dengan konsumen, bisa menjalin komunikasi dengan baik, selanjutnya pemahaman atas kemauan konsumen ;
3. Jaminan yaitu suatu pengetahuan serta kompeten dan kesopanan yang dipunyai karyawan ;

4. Daya tanggap yaitu keinginan pegawai yang berkeinginan menolong pada konsumen dan bisa memberikan sebuah layanan yang lugas ;
5. Reblibilitas yaitu kemampuan dalam menawarkan suatu layanan yang sudah dijanjikan secara akurat, memuaskan, dan langsung.

2.1.2 Teori Fasilitas (Teori X2)

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas ialah sumber daya fisik yang diharuskan ada sebelum sebuah jasa diberikan kepada pelanggan (Tjiptono, 2007). Berikutnya fasilitas bisa didefinisikan sebagai semua hal yang sifatnya peralatan fisik dan ditawarkan penjual jasa guna menunjang kenyamanan konsumennya (Kotler dan Keller, 2007). Dengan demikian bisa di tarik kesimpulan fasilitas adalah semua hal yang mempermudah pelanggan dalam usaha di bidang jasa, maka semua fasilitas yang tersedia adalah keadaan desain ekterior, interior, kelengkapan dan fasilitas serta kebersihan fasilitas wajib diperhitungkan terlebih yang berhubungan kuat dengan apa yang diperoleh dan yang dirasakan secara langsung oleh pelanggan. Dalam hal ini tata letak dan desain penelitian berkaitan erat dengan pembentkan persepsi konsumen (Tjipto, 2006). Berbagai tipe jasa, persepsi yang dibentuk dari interaksi diantara konsumen dan fasilitas berpengaruh pada kualitas jasa tersebut di mata konsumen (Abdullah 2017).

2.1.2.2 Pertimbangan Tata Letak Fasilitas Jasa

Adapun 3 faktor yang perlu diperhitungkan perusahaan terkait kualitas pelayanan (Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016 : 46), yaitu :

1. Perencanaan Spasial berhubungan dengan unsur ukuran, bentuk, lokasi, dan jarak, hal ini sangatlah memiliki keterkaitan pada penggunaan waktu ;
2. Perencanaan ruang, ialah unsur yang meliputi perencanaan arsitektur dan interior, misalnya penempatan perlengkapan dan perabotan didalam ruangan ;
3. Perlengkapan ialah sarana pelengkap yang bisa memberi kenyamanan, menjadi pajangan ataupun infrastruktur pendukung dalam pemakaian barang konsumen.

2.1.2.3 Indikator Fasilitas

Mudie & Pirrie (2006) dalam penelitian (Rahmadi 2021) menjelaskan tata letak fasilitas jasa memiliki berbagai indikator yang terbagi atas 6 jenis, yakni :

1. Perencanaan spasial, aspek-aspek berupa warna, tekstur, simetri, dan proporsi ;
2. Perencanaan ruangan, faktor ini memengaruhi perencanaan arsitektur dan interior ;
3. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, aspek yang saling memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya dalam faktor ini ialah pencahayaan, pemilihan warna, pemilihan bentuk fisik, penempatan, penampilan visual, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang (seperti informasi/keterangan, penunjuk tempat atau arah, dan lainnya) ;

4. Warna, orang-orang menjelaskan bahwasannya warna memiliki bahasa tersendiri, yakni warna dapat menstimulasikan emosi dan peralatan spesifik;
5. Tata cahaya, ini perlu dipahami dalam membentuk tata cahaya dikarenakan adanya perbedaan cahaya didalam ruangan dan sinar matahari ;
6. Perkakasa atau perlengkapan, memiliki sebagian fungsi diantaranya menjadi sarana pelindung untuk sebagian barang berharga.

2.1.3 Teori Kepuasan Masyarakat (Teori Y)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian masyarakat ialah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Masyarakat merupakan masyarakat; mahluk yang bersekutu; bersatu membentuk masyarakat. menjadi anggota masyarakat; menjadi persoalan masyarakat; meluas (menyebar) ke masyarakat.

2.1.3.1 Tingkat Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat pada organisasi publik sangatlah penting dikarenakan berkaitan dengan keyakinan masyarakat. Semakin baiknya pemerintahan dan kualitas layanan yang diberikan mengartikan makin tingginya kepercayaan masyarakat (Harbani Pasolong, 2010 : 221 – 222). Kepercayaan masyarakat bisa semakin meningkat (Suandi 2019)

Tiap pelaksana layanan harus mengukur kepuasan konsumen supaya mengamati masukan atau umpan balik yang bisa diambil pelaksana guna kebutuhan penerapan dan pengembangan strategi peningkatan kepuasan konsumen. KEPMENPAN No. 63 Tahun 2003 terkait Pedomanan Umum Pelaksanakan

Pelayanan Publik menyebutkan ukuran kesuksesan pelaksanaan layanan ditetapkan dari tingkatan kepuasan pengguna layanan. Kepuasan layanan bisa dipenuhi jika pengguna layanan mendapat layanan berdasarkan apa yang diharapkan dan dibutuhkannya. Maka dari itu, tiap melaksanakan layanan secara berkelanjutan melaksanakan survei Indeks Kepuasan Masyarakat (Suandi 2019)

Indeks kepuasan masyarakat bisa diukur dari berbagai unsur seperti yang termuat pada KEPMEMPAN No. Kep/25/M.PAN/2/2004 terkait pedomanan umum penyusunan indeks kepuasan layanan masyarakat unit layanan instansi pemerintah, unsur ini terbagi menjadi 14 jenis yang reliabel, valid, serta relevan menjadi unsur minimal yang diharuskan ada untuk dasar mengukur tingkatan kepuasan meliputi : (Suandi 2019)

1. Prosedur Pelayanan
2. Persyaratan Pelayanan
3. Kejelasan petugas pelayanan
4. Kedisiplinan petugas pelayanan.
5. Tanggungjawab petugas pelayanan
6. Kemampuan petugas pelayanan
7. Kecepatan pelayanan
8. Keadilan mendapatkan pelayanan.
9. Kesopanan dan keramahan petugas
10. Kewajaran biaya pelayanan
11. Kepastian biaya pelayanan
12. Kepastian jadwal pelayanan

13. Kenyamanan lingkungan

14. Keamanan Pelayanan

Pengujian kepuasan pelanggan bisa dilaksanakan dengan berbagai metode dalam penelitian (Abdullah 2017:46–47) yang meliputi antara lain:

1. Sistem Saran dan Keluhan Perusahaan.
2. Survei Kepuasan Konsumen.
3. *Lost customer Analysis*.
4. *Mystery Shopping (Ghost Shopping)*. (Abdullah 2017:46–47).

2.1.3.2 Indikator Kepuasan Masyarakat

Adapun indikator kepuasan masyarakat Menurut Tjiptono, 2006 (Abdullah 2017:47) yaitu :

1. Kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut penting sudah sesuai keinginan masyarakat/konsumen ;
2. Fasilitas dan kualitas layanan yang disediakan sudah sesuai harapan masyarakat/konsumen ;
3. Jasa yang diberikan sudah sesuai harapan masyarakat/konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dari teori-teori yang diungkapkan, maka penulisan dapat memperkuat teori-teori dari jurnal penelitian antara lain yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Abdullah Mursyid (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Pengambilan Keputusan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Real Cafe Di Makassar	Analisis statistik deskriptif dan analisis jalur/ <i>path analysis</i>	Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada 'Real Café' di Kota Makassar
2	Ester Dwiningsih Putri Permatasari Santoso, Bambang Susanto, Lilik Linawati	Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Klinik UKSW)	Metode <i>Fuzzy Quantification Theory I</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dokter umum memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan pelanggan
3	Suandi	Analisis kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik berdasarkan indeks kepuasan masyarakat di kantor kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur	Uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas	Meningkatnya nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Lanjutan tabel diatas

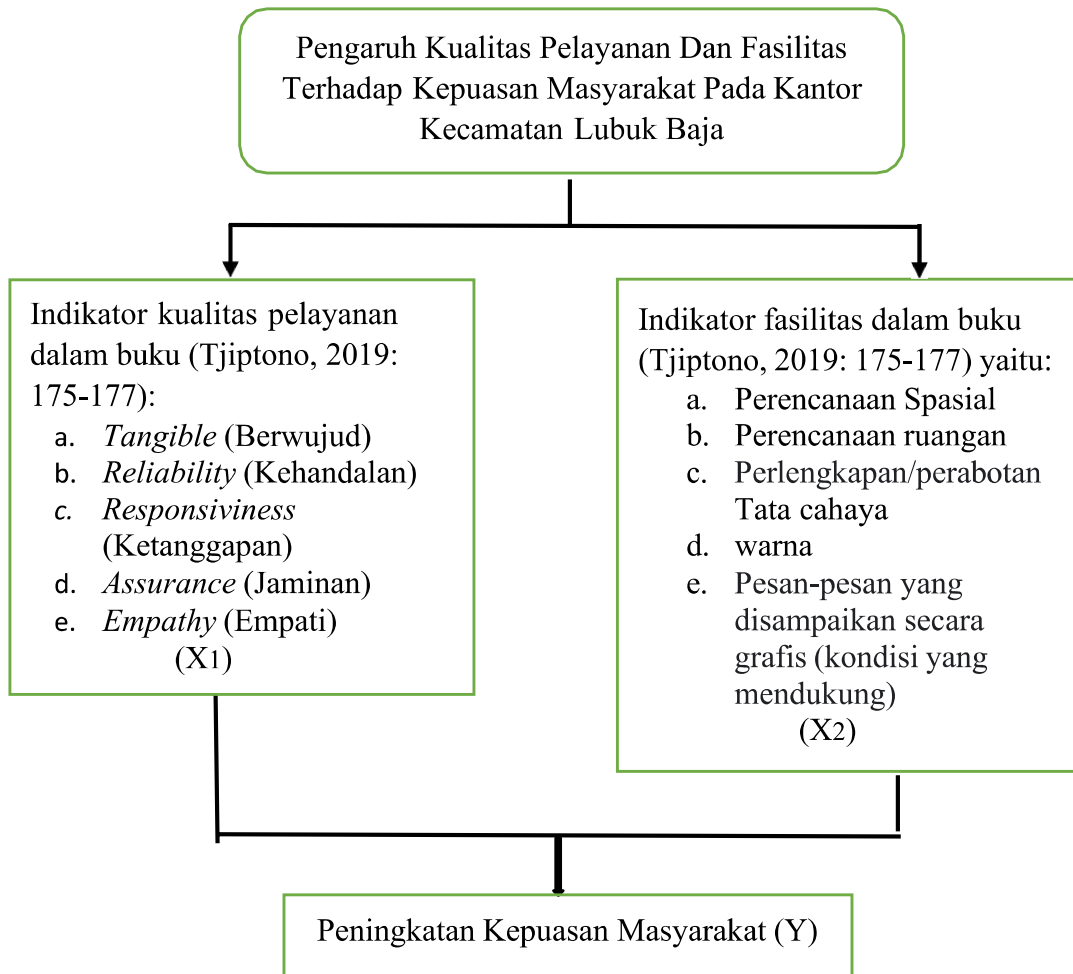
4	Dina Yuliana (2017)	Pengaruh Fasilitas, Layanan Dan Informasi Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang Di Bandara Husein Sastranegara Bandung	Menggunakan metode analisis kinerja dan analisis jalur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas, kualitas layanan, dan informasi aksesibilitas secara gabungan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penumpang angkutan udara
5	Arif Fakhrudin (2021)	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bandar Udara Notohadi Negoro Jember	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f serta uji koefisien determinan	Hasil penelitian ini menunjukkan bersifat valid dan reliabel. Pada uji hipotesis kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.
7.	Dimas Willy Prayoga (2019)	<i>The effect of company Service quality and image to The satisfaction of BPJS ketenagakerjaan Users</i>	<i>The data analysis used is descriptive analysis and path analysis</i>	<i>There is a positive correlation between service quality and company image. There is also a significant partial effect of satisfaction on service quality</i>
8	<i>Assunta Di Vaio, Ana Lopez-Ojeda, Casiano Manrique-de-Lara-Penate, Lourdes Trujillo</i>	<i>The measurement of sustainable behaviour and satisfaction with services in cruise tourism experiences. An empirical analysis</i>	<i>This study explores aspects overlooked by other studies by adopting a research model that goes beyond the traditional approach</i>	<i>There is a positive relationship between satisfaction with sustainable services (environmental and social sustainability) and global satisfaction</i>

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Kecamatan Lubuk Baja” penelitian ini akan menganalisis hubungan/pengaruh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas kerja terhadap kepuasan masyarakat.

Dalam hal ini, penganalisisan fasilitas akan dilaksanakan dengan indikator berikut : ruang tunggu, ruang layanan, tempat pendaftaran, media informasi, serta sarana pendukung. Dan penganalisisan kualitas layanan akan dilaksanakan dengan indikator berikut : Empati (*Empathy*), Jaminan (*Assurance*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Berwujud (*Tangible*).

Hasil penelitian diharapkan bisa dijadikan rekomendasi bagi Pemda Kota Batam supaya lebih memerhatikan berbagai kebutuhan instansi pemerintah, misalnya Kantor Camat supaya lebih memaksimalkan kualitas layanannya. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan menyajikan seluruh jenis fasilitas pekerjaan yang diperlukan, baik fasilitas pendukung ataupun fasilitas yang langsung disediakan demi kenyamanan dan kemudahan pegawai/petugas dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan pentingnya fasilitas pekerjaan ini, maka sebuah instansi diharuskan memberi dan menyediakan fasilitas pekerjaan dikarenakan kesuksesan sebuah instansi tak bisa dilepaskan dari penyediaan fasilitas pekerjaan. Begitupun dengan kualitas layanan, semakin baiknya fasilitas yang diberikan, semakin baiknya kualitas layanan yang disediakan. Maka dari itu, hal yang menjadi dasar terbentuknya kerangka pemikiran disajikan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti)

Dari pokok masalah yang dirumuskan, penulis memberikan pemaparan terkait berbagai variabel yang dipergunakan pada penelitian yaitu :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Yaitu suatu keberhasilan kerja pegawai di Kantor Camat Lubuk Baja berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Terdapat 5 (lima) indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

a. *Tangible* (Berwujud)

Yakni dengan memberi layanan yang ramah, baik, serta bisa memberi perasaan kepuasan pada masyarakat. Indikator ini terdiri atas ruang tunggu, ruang layanan, yang disediakan bersih, nyaman dan cukup luas.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Yakni kemampuan atau kehandalan yang dimiliki Pegawai, dengan keahlian yang dimiliki, diharapkan semaksimal mungkin dalam menggunakan sarana yang ada dalam melayani masyarakat.

c. *Responsiveness* (tanggap)

Yakni kemampuan pegawai untuk membantu dan melayani masyarakat dalam pengurusan administrasi kependudukan seperti, memerhatikan kebutuhan, layanan yang tepat waktu, serta keluhan masyarakat dengan bertanggung jawab.

d. *Assurance* (Jaminan)

Yakni dengan memberikan jaminan pelayanan yang baik, pelayanan yang dapat tepat waktu, sesuai dengan SOP pelayanan kepada masyarakat.

e. *Empathy* (Empati)

Empathy (Empati) pada Kantor Camat Lubuk Baja yaitu melayani masyarakat dengan ramah, membantu melayani setiap keperluan masyarakat, dan bersikap sopan dalam melayani masyarakat.

2. Variabel Fasilitas Kerja (X₂)

Variabel ini yaitu sarana yang mempermudah dan membantu tugas Pegawai di kantor camat sebagai penunjang berbagai aktivitas dalam menjalankan tugasnya masing-masing.

Fasilitas kerja ini memiliki berbagai indikator, antara lain :

1. Pesan-pesan yang diajukan secara grafis, aspek yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya dimana faktor ini meliputi pemilihan bentuk perwajahan lambing, pencahayaan, pemilihan warna, pemilihan bentuk fisik, penempatan, dan penampilan visual ;
 2. Warna, orang-orang yang menjelaskan bahwasannya warna memiliki Bahasa tersendiri, yakni warna dapat menstimulasikan emosi dan perlatan spesifik ;
 3. Tata cahaya, ini perlu dipahami dalam menyusun tata cahaya dikarenakan perbedaan cahaya antara di dalam ruangan dan sinar matahari langsung ;
 4. Perkakas atau perlengkapan, memiliki sebagian fungsi diantaranya menjadi sarana pelindung untuk berbagai barang berharga ;
 5. Perencanaan ruangan, dimana faktor ini memengaruhi perencanaan arsitektur dan interior ;
 6. Perencanaan spasial, aspek-aspek berupa warna, tekstur, simetri dan proporsi.
3. Variabel Kepuasan Masyarakat (Y)

Adapun indikator kepuasan masyarakat yaitu :

1. Jasa yang disediakan telah sesuai dengan harapan pelanggan/masyarakat ;
2. Kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia telah sesuai dengan harapan pelanggan/masyarakat ;

3. Kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan pelanggan/masyarakat.

2.4 Hipotesis

Dari tinjauan pustaka yang sudah dipaparkan, hipotesis dalam penelitian ini, adalah :

- H1: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Kecamatan Lubuk Baja.
- H2: Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Kecamatan Lubuk Baja.
- H3: Ada pengaruh yang signifikan Kualitas pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Kecamatan Lubuk Baja