

Mengukur KUALITAS LAYANAN

dengan Indeks Kepuasan, Metode *Importance-Performance Analysis*, dan Model Kano

Perusahaan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Instansi pemerintah juga selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Baik tidaknya kualitas layanan yang diberikan bergantung pada sejauh mana perusahaan atau instansi pemerintah (sebagai penyelenggara pelayanan publik) mampu memenuhi kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan atau masyarakat. Buku ini berisi tentang teknik mengukur kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya dan oleh instansi pemerintah kepada masyarakat. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut (a) dapat diketahui apakah kualitas layanan yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan; (b) dimensi kualitas layanan yang mana yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, atau dikurangi. Buku ini diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian tentang mengukur kualitas layanan oleh perusahaan kepada pelanggan atau instansi pemerintah sebagai penyelenggara layanan publik kepada masyarakat. Data yang digunakan sebagai contoh dalam buku ini diolah menggunakan MS Excel, SPSS, dan SmartPLS 3.0.

Bab 1: Konsep dan Dimensi Kualitas Layanan

- 1.1 Konsep Kualitas Layanan
- 1.2 Dimensi Kualitas Layanan

Bab 2: Menyusun Daftar Pertanyaan dan Tabulasi Data

- 2.1 Menyusun Daftar Pertanyaan (Kuesioner)
- 2.2 Menentukan Banyaknya Responden
- 2.3 Tabulasi Data Penelitian
- 2.4 Uji Kualitas Data Penelitian
 - 2.4.1 Uji Validitas
 - 2.4.2 Uji Reliabilitas

Bab 3: Mengolah Data dan Analisis Hasil

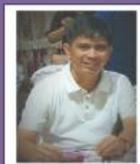
- 3.1 Menentukan Indeks Kepuasan
- 3.2 *Importance-Performance Analysis* (IPA)
- 3.3 Uji *Wilcoxon Signed Rank*

Bab 4: Model Kano

- 4.1 Diagram Kano
- 4.2 Tabel Evaluasi Kano dan Kuesioner Model Kano
- 4.3 Integrasi Metode IPA dan Model Kano
- 4.4 Analisis Kuantitatif Model Kano
 - 4.4.1 Koefisien Kepuasan Konsumen dan Koefisien Kekecewaan Konsumen
 - 4.4.2 Derajat Kepuasan Konsumen

Bab 5: Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

- 5.1 Hipotesis Penelitian
- 5.2 Model Persamaan Struktural: Hubungan Indikator, Dimensi, dan Variabel
- 5.3 Contoh Data Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan
- 5.4 Pengolahan Data Penelitian dengan SmartPLS
- 5.5 Evaluasi Model Pengukuran: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- 5.6 Evaluasi Model Struktural
- 5.7 Uji Hipotesis Penelitian



Bisnis dan Ekonomi menggunakan EViews 11. Penulis dapat dihubungkan melalui alamat email: fari.algi@gmail.com. Semoga buku ini bermanfaat bagi masyarakat. Terima kasih.

Penulis lahir di Banjarmasin. Saat ini penulis sebagai dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN) Yogyakarta. Menamatkan pendidikan di SD Negeri Kemuning Banjarmasin, SMP Sakura Banjarmasin, SMA Negeri 1 (SMASA) Banjarmasin, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjahmada Yogyakarta. Buku yang telah ditulis diantaranya: (1) Statistika Deskriptif Plus untuk Ekonomi dan Bisnis, (2) Statistika Induktif untuk Bisnis dan Ekonomi, (3) Analisis Regresi, (4) Ekonomi Mikro: Teori dan Kasus, (5) Teori Probabilitas, (6) Teori Ekonomi Makro, (7) Praktikum Statistika dengan MS Excel dan SPSS, (8) Teknik Proyeksi untuk Bisnis dan Ekonomi, (9) Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SmartPLS 3.0, (10) Pengolahan Data Panel untuk Penelitian

ISBN: 978-979-503-602-9



EDISI
DUA

Mengukur Kualitas Layanan

dengan Indeks Kepuasan,
Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA),
dan Model Kano

Algifari

Dosen STIE YKPN Yogyakarta



Yogyakarta

Jl. Humaniora, Yogyakarta 55281 Telp. 0274 548510-548515 Ext. 201
Jl. Gambiran No. 37, Yogyakarta 55181 Telp. (0274) 373760, 375568
Fax (0274) 380819 website : www.bptf-feb.ugm.ac.id – email : bptf_yk@yahoo.com



2. Klik Cencel, sehingga diperoleh tampilan sebagai berikut:



3. Klik *Variable View* pada pojok kiri bawah layar komputer dan isi nama variabel seperti pada tampilan berikut ini:

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values
1	P11	Numeric	8	2		None
2	P12	Numeric	8	2		None
3	P13	Numeric	8	2		None
4	P21	Numeric	8	2		None
5	P22	Numeric	8	2		None
6	T1	Numeric	8	2		None
7	T2	Numeric	8	2		None
8						

4. Klik *Data View* pada kiri pojok bawah layar komputer, sehingga muncul tampilan seperti berikut ini:

Mengukur Kualitas Layanan

dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Model Kano

Edisi Revisi

Oleh:
Algifari
STIE YKPN YOGYAKARTA

Kutipan Pasal 72:**Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Hak Cipta (UU No. 19 Tahun 2002)**

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

ISBN: 978-979-503-602-9

**Mengukur
Kualitas Layanan
dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-
Performance Analysis (IPA) dan Model Kano**

Edisi Revisi

Cetakan Pertama, September 2022

Oleh:

Algifari

© Hak cipta ada pada penulis. Hak terbit ada pada BPFE-YOGYAKARTA..
Tidak boleh direproduksi sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun
tanpa izin tertulis dari penulis.

Dicetak & Diterbitkan oleh:

BPFE-YOGYAKARTA

Anggota IKAPI

No. 008

pertanyaan untuk dimensi *tangible* dibagi 3. Berdasarkan data pada contoh di atas, maka skor untuk dimensi *tangible* dari responden 1 adalah $(4+3+4)/3 = 3,67$. Skor *tangible* untuk responden 2 adalah $(3+4+3)/3 = 3,33$, dan seterusnya.

2.4 UJI KUALITAS DATA PENELITIAN

Data penelitian yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner di mana setiap dimensi memiliki lebih dari satu pertanyaan atau pernyataan perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa data tersebut memiliki kualitas yang baik. Suatu data penelitian dikatakan memiliki kualitas baik jika data tersebut valid (akurat) dan reliabel (handal). Untuk mengetahui apakah data tersebut valid dan reliabel perlu dilakukan uji statistik, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas diperlukan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang dibuat dapat mencerminkan dimensi yang akan diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat pengukur tersebut.

2.4.a Uji Validitas

Uji validitas untuk data yang dihasilkan dari skala Likert menggunakan statistika nonparametrik, yaitu uji korelasi *Kendal tau-b* atau dapat juga menggunakan uji korelasi ranking Spearman, karena pada pembahasan ini data penelitian yang diperoleh dengan menggunakan skala Likert diasumsikan berskala ordinal. Namun jika nilai data yang diperoleh dianggap sebagai data berskala interval, pengujian dapat dilakukan dengan statistika parametrik, yaitu uji korelasi Pearson (korelasi *product moment*). Langkah-langkah uji validitas menggunakan uji korelasi *Kendal tau-b* dengan SPSS adalah sebagai berikut:

Uji Validitas Dimensi *Tangible*

1. Aktifkan program SPSS sehingga muncul tampilan sebagai berikut:

dan seterusnya sampai dengan kuesioner yang ke 20 sesuai dengan banyaknya responden yang digunakan dalam penelitian. Misalnya hasil survei menggunakan kuesioner diperoleh jawaban dari 20 responden yang digunakan sebagai sampel seperti pada tabel berikut ini:

Resp	Tangible			Reliability	
	P11	P12	P13	P21	P22
1	4	3	4	4	4
2	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3
5	4	4	3	4	4
6	4	4	3	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	4	3	4	4	4
10	4	3	3	4	3
11	4	4	2	4	4
12	3	4	3	4	4
13	4	4	4	4	4
14	4	4	3	3	3
15	3	3	3	4	4
16	3	3	3	4	4
17	4	4	4	4	4
18	3	3	3	4	3
19	3	3	3	4	4
20	4	4	4	4	4

Setiap dimensi diperlukan satu nilai skor, sementara masing-masing dimensi memiliki lebih dari satu pertanyaan. Lalu, nilai skor yang mana yang digunakan untuk masing-masing dimensi? Nilai skor untuk dimensi yang memiliki lebih dari satu pertanyaan (subdimensi) biasanya menggunakan nilai rata-rata dari skor semua pertanyaan. Misalnya untuk dimensi *tangible* memiliki 3 pertanyaan, sehingga nilai skor untuk dimensi tangible adalah skor ketiga

Untuk yang tercinta:
Sri Arini Agustin dan Adrian Farrel Widyatama

Berikut ini contoh 2 kuesioner yang telah diisi oleh 20 kuesioner dari responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Responden 1:

No.	DIMENSI: IMPORTANCE (HARAPAN)	STP	KP	P	SP
1.	<i>Tangible</i>				
	1. Menurut Anda seberapa penting ruang yang nyaman diperlukan dalam melayani nasabah?				√
	2. Menurut Anda seberapa penting area parkir yang luas diperlukan dalam melayani nasabah?			√	
	3. Menurut Anda seberapa penting penampilan petugas bank diperlukan dalam melayani nasabah?				√
2.	<i>Reliability</i>				
	1. Menurut Anda seberapa penting masalah ketepatan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?				√
	2. Menurut Anda seberapa penting masalah ketelitian petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?				√

Responden 2:

No.	DIMENSI: IMPORTANCE (HARAPAN)	STP	KP	P	SP
1.	<i>Tangible</i>				
	1. Menurut Anda seberapa penting ruang yang nyaman diperlukan dalam melayani nasabah?			√	
	2. Menurut Anda seberapa penting area parkir yang luas diperlukan dalam melayani nasabah?				√
	3. Menurut Anda seberapa penting penampilan petugas bank diperlukan dalam melayani nasabah?			√	
2.	<i>Reliability</i>				
	1. Menurut Anda seberapa penting masalah ketepatan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?			√	
	2. Menurut Anda seberapa penting masalah ketelitian petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?			√	

R	PERFORMANCE (PERSEPSI)									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	3	2	4	3	2	3	2	2	3	3
2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4
.										
.										
.										
.										
.										
n										

Dimensi kualitas pelayanan dapat dibuat beberapa pertanyaan/ Pernyataan. Jika pada setiap dimensi terdapat beberapa subdimensi (pertanyaan/ pernyataan), maka skor yang diinput adalah rata-rata skor dari subdimensi tersebut. Misalnya pada dimensi *tangible* terdapat 3 subdimensi (pertanyaan) dan dimensi *reliability* terdapat 2 pertanyaan sebagai berikut:

No.	DIMENSI: IMPORTANCE (HARAPAN)	STP	KP	P	SP
1.	<i>Tangible</i>				
	1. Menurut Anda seberapa penting ruang yang nyaman diperlukan dalam melayani nasabah?				
	2. Menurut Anda seberapa penting area parkir yang luas diperlukan dalam melayani nasabah?				
2.	<i>Reliability</i>				
	1. Menurut Anda seberapa penting masalah ketepatan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?				
	2. Menurut Anda seberapa penting masalah ketelitian petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?				

KATA PENGANTAR

Edisi 2

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pada pengguna edisi sebelumnya buku ini yang telah memberikan saran untuk penyempurnaan. Pada edisi 2 buku ini terdapat tambahan satu bab tentang penelitian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peanggan.

Buku ini diharapkan dapat melengkapi referensi untuk penelitian tentang pengukuran kualitas layanan, baik oleh perusahaan kepada pelanggannya maupun oleh instansi pemerintah kepada masyarakat. Dengan pengetahuan yang diperoleh dari buku ini diharapkan perusahaan atau instansi pemerintah mampu mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan atau kepada masyarakat. Buku ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penganggan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada BPFE FEB UGM yang bersedia menerbitkan buku ini. Penulis juga berterima kasih kepada berbagai pihak, yang tidak dapat saya sebutkan karena banyak sekali, yang telah membantu sampai buku ini dapat diterbitkan. Mudah-mudahan buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat.

Yogyakarta, 10 September 2022

Penulis,

Algifari.

	(Competence)?				
5.	Bagaimana menurut Anda sikap (sopan, respek, perhatian, keramahan) petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada Anda (Courtesy)?		√		
6.	Bagaimana pendapat Anda tentang tingkat kejujuran dan dapat kepercayaan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada Anda (Credibility)?			√	
7.	Bagaimana pendapat Anda tentang rasa aman (fisik, uang) yang diberikan oleh bank kepada Anda (Security)?			√	
8.	Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan untuk dihubungi atau ditemui petugas bank yang memberikan pelayanan kepada Anda (Access)?		√		
9.	Bagaimana pendapat Anda tentang cara berkomunikasi petugas dalam memberikan pelayanan kepada Anda (Communication)?			√	
10.	Bagaimana pendapat Anda tentang usaha petugas bank dalam memahami kebutuhan Anda (Understanding the Customer)?				√

Data penelitian yang diperoleh dari kuesioner sebaiknya diinput pada worksheet MS Excel agar mudah dilakukan operasi matematis. Misalnya kita memerlukan data tentang jumlah skor, rata-rata skor, ataupun perkalian skor, maka kita sangat mudah memperoleh hasilnya menggunakan MS Excel.

Data yang diperoleh dari 2 responden tadi dapat diinput dengan format pada worksheet MS Excel sebagai berikut:

R	IMPORTANCE (HARAPAN)									
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10
1	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
.										
.										
.										
.										
.										
n										

	(<i>Courtesy</i>)?				
6.	Menurut Anda seberapa penting masalah kejujuran dan dapat dipercaya petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Credibility</i>)?				√
7.	Menurut Anda seberapa penting masalah rasa aman (fisik, uang, kerahasiaan) yang harus diberikan oleh petugas bank kepada nasabah (<i>Security</i>)?			√	
8.	Menurut Anda seberapa penting masalah kemudahan untuk dihubungi atau ditemui petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Access</i>)?				√
9.	Menurut Anda seberapa penting masalah cara berkomunikasi petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Communication</i>)?			√	
10.	Menurut Anda seberapa penting masalah usaha petugas bank dalam memahami kebutuhan nasabah (<i>Understanding the Customer</i>)?				√

KETERANGAN:

Beri tanda centang (√) pada kotak di sebelah kanan setiap pertanyaan/pernyataan sesuai dengan pendapat Anda.

STM = Sangat Tidak Memuaskan

TM = Tidak Memuaskan

M = Memuaskan

SM = Sangat Memuaskan

NO.	DIMENSI: PERFORMANCE (PERSEPSI)	STM	TM	M	SM
1.	Bagaimana pendapat Anda fasilitas fisik, seperti ruang yang nyaman, area parkir yang luas, penampilan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada Anda (<i>Tangible</i>)?			√	
2.	Bagaimana pendapat Anda tentang ketepatan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada Anda (<i>Reliability</i>)?			√	
3.	Bagaimana pendapat Anda tentang kemauan dan kesiapan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada Anda (<i>Responsiveness</i>)?			√	
4.	Bagaimana pendapat Anda tentang keterampilan dan pengetahuan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada Anda		√		

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Bab 1: Konsep dan Dimensi Kualitas Layanan	1
1.1 Konsep Kualitas Layanan	2
1.2 Dimensi Kualitas Layanan	3
Bab 2: Menyusun Daftar Pertanyaan dan Tabulasi Data	11
2.1 Menyusun Daftar Pertanyaan (Kuesioner)	12
2.2 Menentukan Banyaknya Responden	20
2.3 Tabulasi Data Penelitian	21
2.4 Uji Kualitas Data Penelitian	31
2.4. a. Uji Validitas	31
2.4. b. Uji Reliabilitas	39
Bab 3: Mengolah Data dan Analisis Hasil	61
3.1 Menentukan Indeks Kepuasan	61
3.2 <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)	70
3.3 Uji <i>Wilcoxon Signed Rank</i>	81
Bab 4: Model Kano	95
4.1 Diagram Kano	96
4.2 Tabel Evaluasi Kano dan Kuesioner Model Kano	97
4.3 Integrasi Metode IPA dan Model Kano	103
4.4 Analisis Kuantitatif Model Kano	106
4.4.1 Koefisien Kepuasan Konsumen dan Koefisien Kekecewaan Konsumen	106
4.4.2 Derajat Kepuasan Konsumen	107
Bab 5: Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	111
5.1 Hipotesis penelitian	111
5.2 Model pesanan Struktural: Hubungan Indikator, Dimensi dan Variabel	112
5.3 Contoh data Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	113

5.4. Pengolahan data Penelitian Dengan SmartPLS 3	114
5.5 Evaluasi Model Pengukuran: Uji Validitas dan Uji Realibilitas	117
5.6 Evaluasi model Struktural	122
5.7 Uji Hipotesis Penelitian	126
Lampiran: Contoh Proposal dan Kuesioner	127
Daftar Pustaka	161

Responden 2:

**KUESIONER
SURVEI KEPUASAN NASABAH BANK**

Keterangan:

Isi data Anda atau lingkari jawaban yang sesuai dengan data Anda.

DATA NASABAH (RESPONDEN)	
Nama Responden	Adrian Farrel Widyatama (Boleh tidak diisi)
Lama menjadi nasabah	5 tahun
Jenis Kelamin	① Pria 2. Wanita
Pendidikan Terakhir	1. SMU ke bawah 2. Diploma ③ Sarjana
Pekerjaan Utama	1. PNS ② Swasta 3. Lain-lain

KETERANGAN:

Beri tanda centang (√) pada kotak di sebelah kanan setiap pertanyaan/pernyataan sesuai dengan pendapat Anda.

STP = Sangat Tidak Penting

TP = Tidak Penting

P = Penting

SP = Sangat Penting

No.	DIMENSI: IMPORTANCE (HARAPAN)	STP	KP	P	SP
1.	Menurut Anda seberapa penting fasilitas fisik seperti ruang yang nyaman, area parkir yang luas, penampilan petugas bank diperlukan dalam melayani nasabah (<i>Tangible</i>)?				√
2.	Menurut Anda seberapa penting masalah ketepatan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Reliability</i>)?			√	
3.	Menurut Anda seberapa penting masalah kemauan dan kesiapan petugas dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Responsiveness</i>)?			√	
4.	Menurut Anda seberapa penting masalah keterampilan dan pengetahuan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Competence</i>)?			√	
5.	Menurut Anda seberapa penting sikap (sopan, respek, perhatian, keramahan) petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah				√

	memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Courtesy</i>)?				
6.	Bagaimana pendapat Anda tentang tingkat kejujuran dan dapat kepercayaan petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Credibility</i>)?			√	
7.	Bagaimana pendapat Anda tentang rasa aman (fisik, uang) yang diberikan oleh bank kepada nasabah (<i>Security</i>)?		√		
8.	Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan untuk dihubungi atau ditemui petugas bank yang memberikan pelayanan nasabah (<i>Access</i>)?		√		
9.	Bagaimana pendapat Anda tentang cara berkomunikasi petugas dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (<i>Communication</i>)?			√	
10.	Bagaimana pendapat Anda tentang usaha petugas bank dalam memahami kebutuhan nasabah (<i>Understanding the Customer</i>)?			√	

BAB 1

KONSEP DAN DIMENSI KUALITAS LAYANAN

“Pembeli adalah Raja” merupakan jargon dalam bisnis yang sering kita dengar. Pembeli diperlakukan seperti raja yang memiliki makna bahwa pembeli harus mendapat pelayanan yang sangat baik dari penjual. Jika pembeli merasa tidak mendapatkan pelayanan yang baik dari penjual, maka pembeli tersebut akan berpindah kepada penjual lain. Penjual yang tidak melayani pembelinya dengan baik, mereka akan kehilangan konsumennya.

Memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli (konsumen) tidak hanya dimonopoli oleh sektor bisnis saja. Sektor non bisnis, seperti pemerintahan juga perlu memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Karena pada hakekatnya pemerintahan diperlukan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat di mana pelayanan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh sektor swasta, seperti perijinan, pendidikan murah, pelayanan kesehatan murah, dan lain-lain. Unit pelayanan di pemerintahan dikatakan baik jika unit pelayanan tersebut mampu memberikan pelayanan yang sangat memuaskan kepada masyarakat. Artinya, kualitas layanan yang diterima oleh masyarakat minimal sama atau bahkan lebih dari kualitas layanan yang diharapkan oleh masyarakat.

Setiap penyelenggara pelayanan (baik sektor bisnis maupun pemerintahan) perlu melakukan perbaikan kualitas layanan dari waktu ke waktu. Terlebih lagi bagi penyelenggaraan pelayanan yang hidup dalam lingkungan persaingan yang sangat ketat dan tuntutan pelayanan