

BAB 2
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian kali ini, peneliti juga akan menggunakan penelitian yang sudah ada sebelumnya untuk melihat penelitian dari berbagai sudut yang ada khususnya pada penelitian IPA terdahulu:

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul	Hasil	Metode
1	Ita Wahyudi Pratiwi	Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan Malang	Mengetahui mengenai atribut yang dianggap penting atau utama yang dimiliki oleh mie setan Malang. 1. Atribut yang dianggap penting oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian Mie Setan yaitu Rasa Mie Setan, Ukuran/Volume Mie Setan, Higienitas Mie Setan, 3. Atribut yang dianggap sesuai antara kepentingan dan kinerja oleh	Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang merupakan metode untuk mengetahui nilai variabel mandiri, tanpa dibandingkan ataupun dihubungkan dengan variabel lainnya. Lalu menggunakan penelitian IPA untuk menentukan apa saja yang penting dalam perusahaan tersebut baik jasa maupun benda yang ada dalam perusahaan tersebut. Lalu kemudian setelah menemukan hal hal yang menjadi hal penting dalam perusahaan tersebut,

			<p>konsumen ketika akan melakukan pembelian Mie Setan yaitu Rasa Mie Setan.</p>	
				<p>langkah selanjutnya adalah dengan memberikan urutan berdasarkan kepentingan yang ada dalam hal hal yang telah ditemukan tersebut. Langkah langkah yang dilakukan dalam analisis IPA adalah pembobotan tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kinerja (performance), menghitung nilai kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja, lalu membuat diagram kartesius. Dengan adanya diagram kartesius ini maka akan bisa melihat juga membandingkan hal hal apa saja yang menjadi atau merupakan hal penting dalam mie setan Malang tersebut.</p>

2	Novia Anindit ha Kurnia wan1, Asterina Febrianti	Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Trans Shuttle Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)	1. Atribut kualitas pelayanan yang memerlukan perbaikan diantaranya atribut X2 (Tersedia toilet yang memadai (bersih, tersedia air, dan tidak bau)), X20 (Kemampuan supir dalam mengemudikan kendaraan), X11 (Trans Shuttle dapat melakukan perjalanan dengan aman), X7 (Kesesuaian nomor kursi (sesuai dengan yang tertera di tiket)), dan X8 (Ketepatan Trans Shuttle dalam memenuhi janji jam keberangkatan dan kedatangan)).	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan seputar kualitas pelayanan. Data sekunder diperoleh dari jurnal penelitian, skripsi, buku-buku, dan dari data di tempat penelitian. Penelitian ini menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI).
---	--	--	--	---

			<p>2. Usulan peningkatan kualitas pelayanan yang harus dilakukan perusahaan untuk atribut X2 yaitu perusahaan menambah pegawai khusus untuk guna fasilitas toilet, Atribut X20 yaitu perusahaan memperbaiki jadwal keberangkatan dan menambahkan estimasi jam kedatangan. Atribut X11 yaitu perusahaan harus menambah estimasi jam kedatangan dan keberangkatan, terutama pada saat akhir pekan agar supir lebih berhati-hati dalam</p>	
--	--	--	---	--

			<p>mengemudi.</p> <p>Atribut X7 yaitu perusahaan harus memperbaiki memperbaiki teknis dan sistem ticketing. Atribut X8 yaitu sopir harus sering konfirmasi secara berkala kepada team yang berada di pool mengenai kondisi lalu lintas, menambah estimasi jam kedatangan dan keberangkatan untuk dapat meminimalisir keterlambatan.</p>	
3	Saffira Dwi Meiliani, Ati Mustika sari	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus pada jasa di PT. Tiki Jalur Nugraha</p>	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar</p>	<p>Variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Adapun Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif deskriptif. Uji data melalui uji validitas</p>

		Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung 2018.	42,2% ,sedangkan sisanya sebesar 57,8% yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar perilaku konsumen yang tidak diteliti pada penelitian ini.	dan uji reliabilitas. analisis statistik melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis,dengan sampel sebanyak 100 responden di Setrasari Mall Bandung. Pengolahandata dilakukan dengan menggunakan software SPSS for Windows.
4	Lorenzi, N.,& Lorina Siregar Sudjiman. (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express	Populasi dalam penelitian ini menggunakan studi kasus pada mahasiswa Universitas Advent Indonesia sebanyak 120 responden. Teknik dilakukan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data primer melalui kuesioner online yang disebarakan menggunakan google form dan pengolahan data ini menggunakan SPSS 25. Analisis yang dilakukan dalam	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil dari uji t dan uji fyang secara parsial dan simultan menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.

			<p>penelitian ini adalah analisis Statistik Deskriptif, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji T dan Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi.</p>	
5	<p>Firga Alia Mumtaza dan Heppy Millanyani</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif, dengan tujuan penelitian deskriptif, karakteristik penelitian yang digunakan pada dimensi waktu <i>cross sectional method</i>, berdasarkan univ analisis individu. Sampel penelitian merupakan pelanggan dari Urbans Travel sejumlah 385 orang, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda.</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa empat dimensi dari kualitas pelayanan yakni <i>assurance, reliability, empathy, responsiveness, sertatangible</i> yang memiliki nilai yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi yang berpengaruh paling besar yaitu dimensi <i>tangible</i>. Artinya jika pihak Urbans Travel meningkatkan dimensi <i>tangible</i> maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 51,0%.</p>

Dari hasil terdahulu maka dapat disimpulkan penelitian ini berguna untuk bisa mengetahui hal utama yang tadinya bisa jadi dianggap sepele oleh pihak peneliti dalam mengembangkna usahanya. Metode IPA dapat digunakan untuk menganalisis harapan dan kinerja yang diberikan. Dari analisis IPA dapat dievaluasi apa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga dapat dipetakan apa yang harus difokuskan dan apa yang harus dikurangi prestasinya. Penelitian ini akan membahas lebih dalam mengenai analisis IPA dalam upaya meningkatkan daya saing bisnis Mulia Ban.

2.2 Kepuasan Konsumen

Ratih (2023) menyatakan bahwa keuntungan dan keberhasilan menjadi faktor utama dalam sebuah bisnis yang dimana tidak lepas dengan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan. Jika produk yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi mereka, maka kepuasan akan dirasakan oleh mereka. Tetapi jika setelah memakai produk tersebut dan tidak sesuai harapan, mereka tidak merasa puas dengan produk tersebut. Kepuasan konsumen tentu menjadi tolak ukur mengenai sejauh mana pelanggan akan merasa puas terhadap produk maupun layanan yang mereka beli atau gunakan. Hal ini merupakan aspek kunci dalam melakukan bisnis juga pemasaran. Kepuasan konsumen yang tinggi bisa saja berarti pelanggan akan cenderung untuk terus setia, juga memberikan referensi positif, dan memberikan umpan balik yang positif terhadap barang atau jasa yang dibelinya.

2.2.1 Kualitas Produk atau Layanan

Purba (2019) menyatakan bahwa jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan mereka dalam pasar, maka perusahaan tersebut harus memahami aspek dimensi apa saja yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan dengan produk pesaing. Sedangkan menurut Assauri (2018), kualitas produk adalah salah satu faktor yang terdapat dalam suatu barang yang akan menyebabkan barang tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang tersebut dimaksudkan. Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan nilai utama yang diharapkan oleh konsumen

agar dapat memuaskan keinginan mereka. Kepuasan konsumen sering terkait dengan kualitas produk atau layanan yang mereka terima. Produk atau layanan yang memiliki kualitas tinggi sudah pasti lebih memuaskan pelanggan. Maka dari itu, kualitas produk sangat penting untuk diterapkan demi memuaskan keinginan konsumen.

2.2.2 Harapan dan Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard Oliver (dalam Zeithaml., dkk 2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan konsumen kerap bergantung pada sejauh mana produk atau layanan tersebut dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin besar perbedaan antara harapan dan pengalaman nyata (dalam artian lebih dari harapan), semakin mungkin pelanggan akan merasa puas.

2.2.3 Pelayanan Pelanggan

Menurut Kasmir (2017), pelayanan terhadap pelanggan merupakan suatu tindakan atau tindakan seseorang untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sesama karyawan dan juga pimpinan. Cara perusahaan melakukan interaksi dengan pelanggan, menangani keluhan ataupun permintaan pelanggan dapat berdampak besar pada kepuasan konsumen. Pelayanan pelanggan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan pada konsumen.

Dengan memberikan pelayanan pelanggan secara maksimal, pelanggan akan setia dan secara tidak langsung dapat menjadi media iklan dengan cara pelanggan menyebarkan pelayanan yang diberikan kepada teman dan kerabat terdekat sehingga perusahaan dapat lebih dikenal.

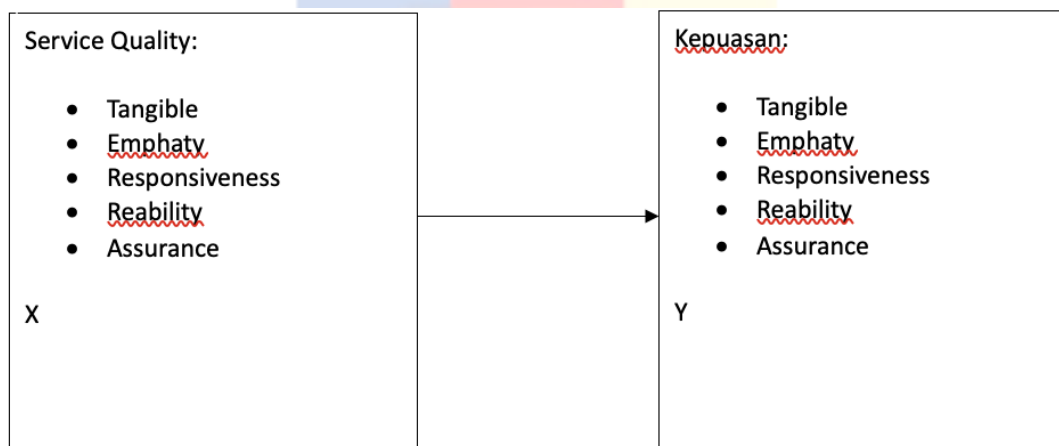
2.2.4 Umpan Balik Pelanggan

Graphie (2021), terdapat beberapa teori psikolog konsumen yang menunjukkan fakta bahwa survei kepuasan sederhana menambahkan kesan positif dan mendorong mereka untuk membeli produk yang disediakan. Umpan balik pelanggan merupakan informasi yang diberikan pelanggan tentang

pengalaman mereka selama menggunakan produk dan layanan yang diberikan. Umpan balik pelanggan juga penting demi memahami kebutuhan dan keinginan mereka sendiri. Tentunya, umpan balik tersebut akan sangat membantu perusahaan demi meningkatkan produk hingga layanan yang diberikan.

2.3 Kerangka Berpikir

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan sebuah gambaran konseptual mengenai bagaimana teori terhubung dengan beberapa faktor yang telah ditetapkan sebagai masalah yang signifikan. Dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir merupakan suatu visualisasi yang menjadi acuan ilmiah demi menemukan data dan informasi untuk memecahkan masalah. Kerangka berpikir biasanya berbentuk diagram atau tabel yang saling berhubungan.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir. Sumber : Bimbingan Kamis, 12 Oktober 2023.

Kerangka berpikir dimulai dari meneliti hal hal mengenai servis yang ada sesuai dengan SERVQUAL yaitu dengan melihat tangible, empathy, responsive, reliability, juga assurance. Lalu menerapkan atau memasukan ke dalam kolom kepuasan sesuai dengan hasil kuesioner yang nantinya akan diberikan atau disebarkan kepada orang orang yang menjadi pelanggan Mulia ban pada jangka waktu yang sudah ditetapkan.