

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen (pelanggan) adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya (Kotler, 2009). Sedangkan menurut Supriyanto kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen akan rasa kenikmatan atau kekecewaan terhadap nilai evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan (Supriyanto, 2002). Kepuasan konsumen menjadi dasar atas loyalitas dari seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan semakin memungkinkan pelanggan tersebut akan kembali dan terus menggunakan produk atau jasa tersebut. Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui pemasaran (Siregar, 2004). Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada ulangan pembelian atau penggunaan kembali pada pelanggan (Caruana, 2002).

Loyalitas pelanggan merupakan hasil dari tingginya tingkat kepuasan pelanggan saat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tapi juga dapat

menarik pelanggan baru (Beerli & Quintana, 2004) Tingginya minat pelanggan akan membawa keuntungan bagi perusahaan tersebut, keuntungan merupakan motif utama dari perusahaan. Dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2007).

2. Kualitas Layanan

Faktor utama dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah Kualitas Pelayanan, Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai terhadap pelanggannya agar mereka puas terhadap jasa yang mereka dapatkan dan mereka mau menjadi pelanggan setia perusahaan tersebut. Oleh karena itu Kualitas Pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas Layanan memberikan nilai tersendiri di mata pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat antara pengguna jasa dan perusahaan (Arif Wibowo, 2014). Kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu produk atau jasa dalam pemenuhan harapan. Kualitas Layanan (*service quality*) berfokus kepada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk sebuah perusahaan penyedia jasa, kepuasan pelanggan menjadi aspek yang sangat penting karena dapat menentukan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Tjiptono, 1995). Harapan pelanggan terdapat 3 macam tipe Roland T. Rust (Tjiptono, 2014).

- a. *Will expectation*, merupakan tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen sewaktu menilai kualitas pelayanan tertentu.
- b. *Should expectation*, merupakan tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen.
- c. *Ideal expectation*, merupakan tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Buruk atau baiknya sebuah kualitas layanan perusahaan dapat terlihat dari perbandingan persepsi antara pelayanan yang mereka harapkan dapat diperoleh atau diterima sebelum menggunakan jasa atau produk tersebut (Harapan) dengan pelayanan yang diperoleh setelah menggunakan jasa atau produk tersebut (Kenyataan). Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun terhadap sesuatu (Kotler, 2002).

3. Teknologi

Teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada (Miarso, 2007). Dari penjelasan tersebut, teknologi merupakan peningkatan nilai dari suatu produk agar lebih bermanfaat tanpa memisahkan produk tersebut dengan produk lamanya. Perkembangan Teknologi yang sangat pesat dewasa ini memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis.

Tujuan dari teknologi adalah menyelesaikan masalah, menumbuhkan kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi didalam melaksanakan suatu pekerjaan. Menurut Mc. Farlan (1983); Rockart (1998) dalam Nur Indriantoro (2000); dan Syam (1999), Penggunaan teknologi dalam suatu perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat digunakan sebagai strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing. Selanjutnya, Downing (1993); Trisnawati (1998); Syam (1999) juga menyebutkan bahwa saat ini Teknologi khususnya TI sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan terutama dalam menjalankan aspek organisasi.

4. Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Arif Wibowo, Mei (2014) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus TransJogja Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dalam penelitian ini didapatkan hasil melalui analisis deskriptif menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bus TransJogja secara umum sudah baik. Selain itu diperoleh juga hasil bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengidentifikasikan bahwa dengan memberi pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bus

TransJogja yang diperoleh melalui teknik kuesioner dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

- b. Harun Al Rasyid (2017) “Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek”. Pada penelitian ini didapatkan bahwa kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dihasilkan juga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya dari hasil penelitian akhir juga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada hubungan kausal kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Adapun kebaruan pada penelitian ini, selain kualitas layanan didapatkan juga pengaruh positif atas pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 160 responden yang merupakan pengguna jasa layanan Go-Jek. *Structural Equation Model* (SEM) digunakan untuk menganalisis data.
- c. Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar”. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa tingkat kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar yang diukur berdasarkan kontinuitas air berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah, pencatatan meter air berada dalam kategori tingkat kepuasan sedang,

lokasi pembayaran berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah. Dalam penelitian ini juga didapatkan bahwa secara bersama-sama atau simultan seluruh variabel, yaitu faktor keandalan (*reliability*), faktor ketanggapan (*responsiveness*), faktor keyakinan (*assurance*), faktor empati (*emphaty*), dan faktor berwujud (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Dan juga secara parsial faktor ketanggapan (*responsiveness*), faktor keyakinan (*assurance*), faktor empati (*emphaty*), dan faktor berwujud (*tangible*) berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar, sedangkan faktor keandalan (*reliability*) dalam model ini tidak berpengaruh nyata atau positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Jumlah responden yang ditentukan sebanyak 100 responden, penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu dengan cara *aksidental sampling*. Dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda.

- d. Qonita Haula Kinanti (2017) “TransApp, Aplikasi penyedia informasi posisi, rute, dan kepadatan Trans Jogja” (juara dua kompetisi *Smart Digitizing Your City, XL FUTURE LEADERS 2016*. Naskah tidak dipublikasikan). Pada penelitiannya, Qonita Haula mencoba untuk menciptakan sebuah aplikasi yang ditujukan untuk dapat membantu pelanggan TransJogja dalam menggunakan layanan TransJogja dan juga untuk membantu masyarakat yang masih merasa kebingungan akan cara penggunaan TransJogja itu sendiri. Dalam penelitiannya

dijelaskan bahwa menciptakan sebuah kenyamanan bagi pelanggan menjadi sebuah prioritas utama bagi sebuah penyedia jasa. Waktu tunggu dan kepastian bagi pelanggan adalah faktor yang diharapkan akan didapatkan seorang pelanggan ketika menggunakan sebuah jasa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan populasi responden yang digunakan berjumlah 145 orang responden. Dalam menganalisis data, Qonita menggunakan analisis Regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

5. Hipotesis

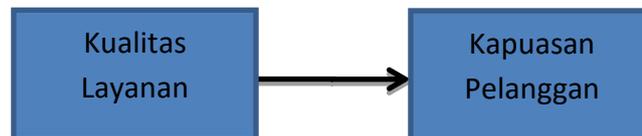
a. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen (Arif Wibowo, 2014). Kepuasan pelanggan tergantung dari apa yang dirasakan atau didapatkan pelanggan ketika menggunakan jasa tersebut. Dari pengertian kepuasan pelanggan sebelumnya sudah dijelaskan bahwa kepuasan berasal dari harapan pelanggan akan pelayanan yang akan diterima ketika mereka menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, untuk dapat memenuhi harapan pelanggan tersebut sebuah penyedia jasa harus mempunyai kualitas layanan yang baik. Harapan yang dapat dipenuhi oleh sebuah penyedia jasa akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan akan layanan tersebut. Semakin

bagusnya kualitas layanan pada penyedia jasa untuk memenuhi keinginan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

H1 = Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

6. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian