

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono (2014) merumuskan kualitas pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

#### **2.1.1 Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Lovelock dan Wright (Wright, 2007).menyatakan bahwa terdapat enam faktor yang mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Kesenjangan Pengetahuan, Perbedaan antara keyakinan penyedia jasa tentang harapan dan kebutuhan pelanggan yang sebenarnya.
- 2) Kesenjangan Ukuran Perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan ukuran kualitas dalam penyampaian jasa.
- 3) Kesenjangan Peyampaian Perbedaan antara spesifikasi ukuran peyampaian dan kinerja aktual penyedia jasa.
- 4) Kesenjangan Persepsi Perbedaan antara proses peyampaian dan persepsi yang akan pelanggan terima dari sebuah pelayanan jasa.
- 5) Kesenjangan InterpretasiPerbedaan antara informasi yang akan diberikan oleh penyedia jasa dengan informasi yang diterimaoleh pelanggan.
- 6) Kesenjangan PelayananPerbedaan antara apa yang menjadi harapan akan dirasakan pelanggan dan persepsi tentang pelayanan yang diterima.

### 2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Zeithaml dkk dalam Mardo, (2016 : 31 ) memberikan indikator ukuran kualitas pelayanan yang terletak pada 5 ( lima ) dimensi, yaitu :

1. *Tangible* (Kualitas Pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya);
2. *Realibility* (Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya ) ;
3. *Responsiveness* (Kesanggupan untuk membantu menteddiakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan pelanggan )
4. *Assurance* (Kemampuan dan keramahan, serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan ) ;
5. *Emphaty* (Sikap tegas tetapi perhatian dari pegawai terhadap pelanggan )

## 2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan Pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Menurut Thamrin dan Tantri (2013), Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang atau bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan.

### **2.2.1 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2010) antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### **2.2.2 Manfaat dan Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif, apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan

tidak efisien. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Dalam rangka mengembangkan suatu mekanisme pemberian pelayanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, menurut Irawan (2014) maksud dan tujuan dari kegiatan pengukuran kepuasan pelanggan adalah :

1. Untuk mengetahui dan mempelajari tingkat kinerja penyelenggara pelayanan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan pelanggan selanjutnya.
2. Untuk mengetahui harapan dan kebutuhan dengan pelayanan melalui data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan pelanggan.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan melalui hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan pelanggan.
4. Untuk mengetahui kelemahan atau kekurangan dari pada penyelenggara pelayanan sebagai salah satu unit penyelenggara pelayanan pelanggan.
5. Sebagai sarana pengawasan bagi masyarakat terhadap kinerja pelayanan
6. Untuk mengetahui dan mempelajari segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan pelanggan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### 2.2.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan menurut Kotler (dalam Yudi Siyamto 2015) mengidentifikasikan menjadi empat metode yaitu sebagai berikut:

#### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Dalam sistem ini media digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, saluran telepon bebas pulsa, website, dll. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena perusahaan menunggu inisiatif pelanggan untuk menyampaikan harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi. keluhan atau pendapat. Oleh karena itu, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan mengenai cara ini.

#### 2. Ghost Shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai calon pelanggan atau pembeli produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

#### 3. Lost Customer Analysis

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

#### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para pelanggannya.

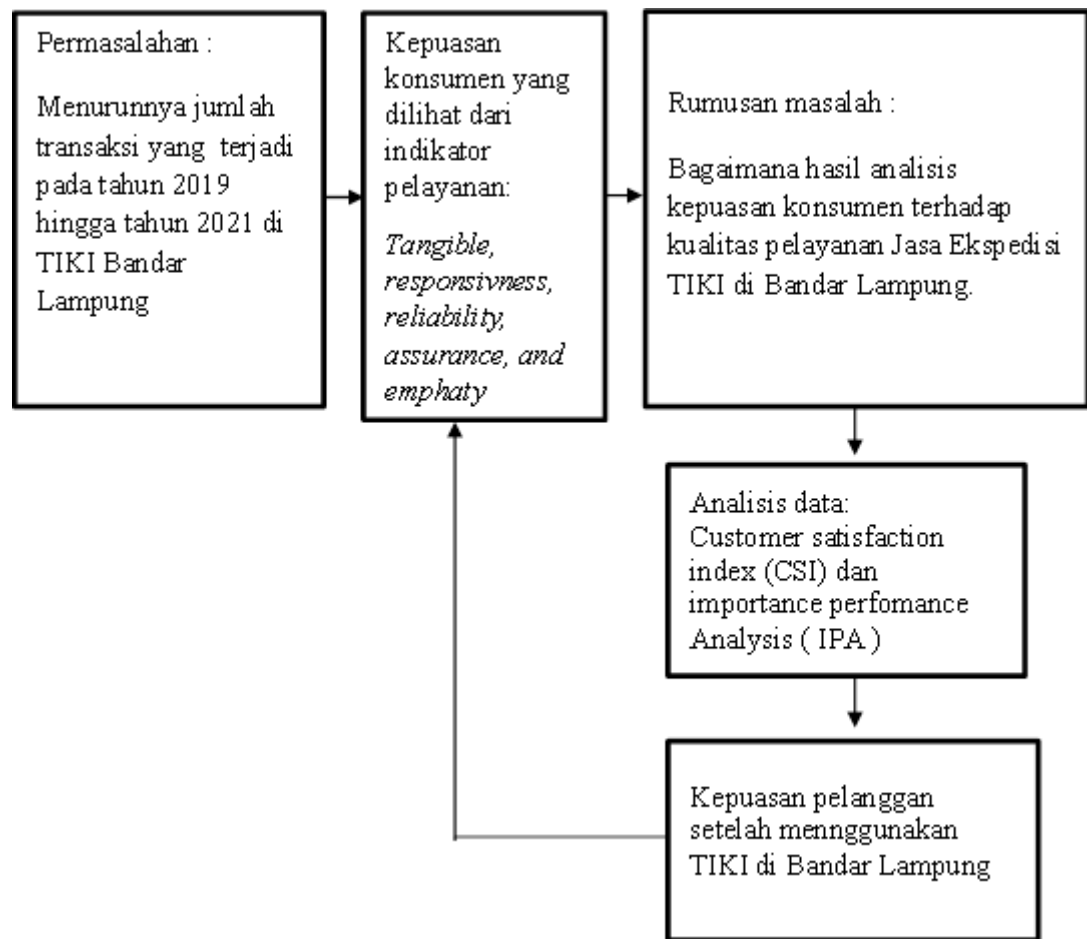
### 2.3 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Metode	Hasil
1	Analisis Kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan IIB DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG	<i>customer satisfaction index</i> (CSI )dan <i>importance performance Analysis( IPA )</i>	Nilai diperoleh Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) 86 % atau 0,86 sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan mahasiswa atas layanan IIB Darmajaya untuk atribut – atribut yang diuji adalah kriteria sangat puas.
2	Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Pada Lovely Bee Day Care Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (IPA)	<i>customer satisfaction index</i> (CSI )dan <i>importance performance Analysis( IPA )</i>	Berdasarkan perhitungan CSI bahwa kepuasan pelanggan Customer Satisfaction Index berada di rentang skala puas dengan jumlah persentasi 66,85% berarti puas. Hasil perhitungan menggunakan Index Performance Analysis (IPA) sangat penting ada pada atribut reliability & responsiveness.
3	Analisis tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan poliklinik embun pagi RSUD DR. M DJAMIL padang dengan Metode IPA ( Mutiara laila	<i>customer satisfaction index</i> (CSI )dan <i>importance performance Analysis( IPA )</i>	berdasarkan nilai CSI sebesar 78,14 %. Berdasarkan hasil IPA, dapat diketahui indikator indikator yang harus dibenahi yaitu ada 9 atribut yang manjadi perhatian.

No	Judul	Metode	Hasil
	ramadhani, Yu dian tri asdi, Hazmir A yoza, 2019 )		
4	Analisis kepuasan pelanggan <i>Go-food</i> pada gojek di Bandar Lampung ( Intan Pratiwi, 2020 )	customer satisfaction index (CSI )dan importance performance Analysis( IPA )	Kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan Go-food pada Gojek di Bandar Lampung dalam kategori tidak puas dengan nilai index 33,57%, sedangkan kepuasan pelanggan atas kualitas produk dalam kategori tidak puas dengan nilai index sebesar 20,29%,
5	Analisis Kepuasan konsumen terhadap Kualitas pelayanan pada sabai rental mobil lampung	customer satisfaction index (CSI )dan importance performance Analysis( IPA )	berdasarkan perhitungan Analisis Data Yaitu Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) terdapat Hasil puas sebesar (70.39).

## 2.5 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**