

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

Dalam suatu upaya yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, Perusahaan diwajibkan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang berubah dalam waktu singkat. Kepuasan konsumen pada umumnya tergantung dari kinerja pegawai dalam melakukan penawaran dan selanjutnya konsumen membandingkan dengan harapannya. Sehingga, dalam hal ini kepuasan pelanggan dapat didefinisikan dengan tingkat perasaan seseorang sesudah membandingkan suatu hal yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, hal tersebut bisa berupa hasil produk atau kinerja pegawai. Pengertian harapan pelanggan dalam hal ini mempunyai peranan penting dan memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan tingkat kualitas dari suatu produk yang berupa barang atau jasa. Sebagai penilaian kepuasan pelanggan, pelanggan akan menggunakan harapannya secara pribadi sebagai standar. Sehingga yang dapat melatarbelakangi mengapa dua Perusahaan atau instansi pada bisnis yang sama bisa mendapatkan penilaian atau *feedback* yang berbeda dari seorang pelanggan (Sunyoto, 2013).

2.1.2. Metode Service Quality

SERVQUAL merupakan metode yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan berdasarkan hasil nilai *gap* antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan. Kepuasan konsumen pada umumnya tergantung dari kinerja pegawai dalam melakukan penawaran dan selanjutnya konsumen membandingkan dengan harapannya. *Service Quality* pada umumnya digunakan dengan pemilihan skala yang ringkas tetapi mempunyai tingkat dan kebenaran yang terbilang tinggi yang bisa digunakan oleh manajemen perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Terdapat lima *gap Service Quality* yang menjadi penyebab kegagalan dalam menyampaikan jasa yaitu :

1. *Gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen perusahaan. Kebanyakan manajemen tidak mengetahui dengan pasti tentang apa yang diinginkan oleh pelanggan
2. *Gap* antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen biasanya bisa mengetahui keinginan konsumen dengan pasti, tetapi tidak menentukan standar kinerja yang spesifik
3. *Gap* antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Karyawan biasanya tidak melewati masa *training* dengan baik atau mengemban pekerjaan dengan jumlah yang banyak sehingga tidak ingin untuk memenuhi standar.
4. *Gap* antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan biasanya dipengaruhi oleh pernyataan melalui iklan perusahaan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan
5. *Gap* antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. *Gap* yang terjadi bila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan menggunakan cara yang berbeda dan salah dalam penilaian (*misperceive*) kualitas jasa (Reza Nugraha dkk., 2023)

Menurut Parasuraman, et. al dalam Sunyoto (2013:46) terdapat 5 dimensi kualitas pokok yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas jasa berdasarkan harapan konsumen yaitu :

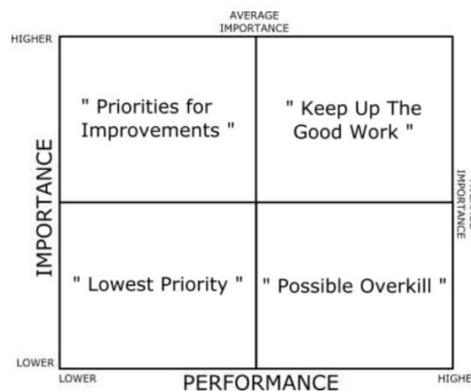
1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu berupa fasilitas fisik seperti kebersihan Gedung dan ruangan, perlengkapan peralatan yang digunakan dalam berkomunikasi dan penampilan pegawai
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan jasa yang dijanjikan dengan akurat, terpercaya dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu meliputi kecakapan pegawai dalam memberikan pelayanan dengan respon yang cepat dan tanggap kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dalam pelayanannya.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, kepribadian yang dapat dipercaya sehingga memberikan rasa kepercayaan pada konsumen sehingga tidak menimbulkan rasa keragu-raguan.
5. *Empathy* (empati), yaitu meliputi kemudahan berkomunikasi dengan pelanggan dengan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen dan membangun komunikasi yang

baik dengan konsumen sehingga dapat memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Lopez Garcia (2019) dan Lou dkk (2020) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. Beberapa indicator utama dalam kualitas layanan yaitu keandalan, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik (García dkk., 2019; Lou & Xie, 2021).

2.1.3. Metode Importance Performance Quality

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari suatu produk atau pelayanan yang paling diperlukan dari suatu pengembangan guna penghematan biaya yang dimungkinkan tanpa kerugian yang signifikan terhadap kualitas secara menyeluruh. IPA memadukan antara pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang dapat memudahkan penjelasan data dan menemukan usulan praktis. Dalam mengeinterpretasikan grafik IPA dengan cara dapat membagi grafik menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance Performance*. Dalam hal itu dimana atribut *performance* digambarkan sepanjang sumbu X, sedangkan atribut *Importance* (kepuasan dan kualitas pelayanan) digambarkan sepanjang sumbu Y. Gambar dan penjelasan setiap kuadran sebagai berikut :



Gambar 2.1. Kuadran IPA

Sumber : (Fernando dkk., 2022)

a) Kuadran pertama :

merupakan faktor yang sangat penting tetapi masih belum memuaskan dalam kondisi saat ini sehingga harus diperhatikan oleh pihak manajemen guna mengalokasikan sumber daya yang memadai.

- b) Kuadran kedua :
merupakan faktor yang menunjang kepuasan pelanggan sehingga manajemen harus memastikan kinerja perusahaan bisa mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
- c) Kuadran ketiga :
merupakan faktor yang memiliki tingkat kepuasan yang rendah dan dianggap kurang penting oleh pelanggan sehingga manajemen tidak perlu untuk memprioritaskan faktor tersebut
- d) Kuadran keempat :
Merupakan hal yang dianggap berlebihan karena berdasarkan tingkat harapannya rendah tetapi tingkat kepuasannya tinggi sehingga merupakan hal yang tidak terlalu penting sehingga manajemen dapat mengalokasikan sumber daya yang dimaksud dengan faktor-faktor dimaksud kepada faktor-faktor lain yang lebih membutuhkan untuk ditingkatkan penanganannya (Prananda dkk., 2019).

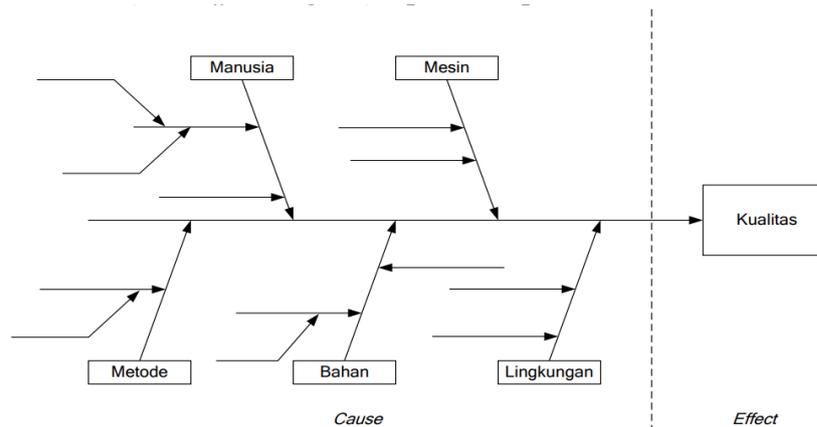
2.1.4. Diagram Sebab Akibat (*Fishbone Diagram*)

Fishbone Diagram merupakan suatu metode yang berguna untuk membuat hipotesis tentang rantai penyebab dan akibat serta dapat menyeleksi potensi penyebab dan mengorganisasikan hubungan antar variabel. Fungsi utama dari diagram *fishbone* adalah untuk menganalisis timbulnya akibat yakni dengan mencari dan menggambarkan faktor-faktor yang menjadi penyebab dari suatu permasalahan. Dalam upaya menentukan faktor-faktor yang bisa menjadi penyebab yang memiliki pengaruh dalam suatu permasalahan, terdapat 5 faktor penting yang perlu diperhatikan :

- a. *Man* (manusia) : dapat meliputi minimnya ilmu pengetahuan yang bisa berupa kurangnya pengalaman sehingga kurang terbiasa dan terlatih, minimnya keterampilan dasar yang berhubungan dengan mental dan fisik, kelelahan, stress, dan lain-lain
- b. *Machine* (mesin-mesin) : dapat meliputi *preventive maintenance* pada mesin-mesin produksi, fasilitas dan peralatan lain, tidak dikalibrasi, mesin yang kelebihan panas, dan lain-lain
- c. *Methods* (metode kerja) : meliputi kurangnya ketertiban terhadap SOP atau bahkan belum dibuatnya SOP sehingga tidak memiliki standar pada saat operasi

berlangsung

- d. *Materials* (bahan baku) : seperti tidak adanya spesifikasi dari kualitas bahan baku yang digunakan, terdapat bahan baku yang tidak sesuai dengan standar kualitas bahan baku yang telah ditetapkan
- e. *Environment* (lingkungan) : meliputi keadaan ruangan kerja karyawan atau ruang produksi yang kurang nyaman yang dapat disebabkan oleh kelembapan, suhu ruangan, dan lain-lain



Gambar 2.2. Diagram Fishbone
Sumber : (Reza Nugraha dkk., 2023)

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam jurnal yang mempunyai judul “Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis *E-Commerce* Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis *Servqual* dan IPA” oleh (Fuji Rahayu Wilujeng, dkk., 2019). Penelitian ini bertujuan dalam menganalisis kualitas pada pelayanan *e-commerce* Tokopedia dan Bukalapak, dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian dengan menggunakan *e-commerce* tersebut. Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode *Servqual* untuk menemukan gap antara harapan pelanggan terhadap atribut jasa dan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, selanjutnya menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berguna dalam penentuan kategori dari suatu atribut sehingga dapat ditentukan prioritas perbaikan guna mencapai kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan oleh Tokopedia dan Bukalapak yaitu potongan harga atau kupon yang harus sering dilakukan, deskripsi yang harus sesuai dengan barang yang diterima oleh

konsumen, konsumen menerima barang yang rusak maka barang tersebut akan dikembalikan, apabila barang rusak atau tidak sampai maka dilakukan pengembalian dana, menyediakan fasilitas perlindungan data konsumen, melayani keluhan yang diterima, aplikasi yang memiliki desain dengan nilai estetika yang tinggi, menyediakan stok yang lengkap sesuai dengan yang dipasarkan, memfasilitasi gratis ongkos kirim guna meringankan konsumen, durasi pengiriman sesuai dengan estimasi, dan menyediakan *call centre* 24 jam.

Penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan menggunakan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA)” oleh (Dirga Febrian Hidayat, dkk., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap gap kinerja dan harapan pelanggan selanjutnya tingkat kesesuaian berdasarkan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan PDAM Tirta Tuah Benua dengan menggunakan metode *Servqual* dan IPA. Hasil yang diperoleh adalah nilai kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan karena hasil dari skor kualitas (Q) dihitung <1 dengan skor rata-rata kualitas layanannya adalah 0,94782. Sedangkan hasil yang didapatkan dari diagram kartesius dengan prioritas utama dan harus ditingkatkan pada kuadran A adalah atribut A yaitu karyawan memberikan informasi layanan dengan jelas pada awal pemasangan PDAM dengan nilai kesenjangan -0,26, atribut 2 yaitu informasi karyawan tentang peluang menggunakan layanan bisa dimengerti dengan nilai kesenjangan -0,28, atribut 3 yaitu karyawan memberikan layanan sesuai dengan waktu untuk memproses keluhan yang diterima dari pelanggan dengan nilai kesenjangan -0,24, dan atribut 4 yaitu ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan berdasarkan permintaan konsumen dengan nilai gap -0,27. Sehingga diberikan rekomendasi upaya perbaikan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kinerja karyawan dan menambah jumlah karyawan pada bagian *customer service* guna meningkatkan keefektifan dalam merespon keluhan yang diterima dari pelanggan PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur.

Penelitian lain yang berjudul “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode *Servqual* dan Model *Importance Performance Analysis*” oleh (Angga Reza Nugraha, dkk., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek yang dapat berpengaruh pada penilaian pelanggan berdasarkan keluhan

pelanggan pada pelayanan J&T *Express* cabang Antapani, mengetahui atribut oekayanan jasa yang memerlukan perbaikan, peningkatan dan yang perlu dipertahankan untuk mengurangi keluhan pelanggan terhadap pelayanan J&T *Express* cabang Antapani, memberikan usulan berupa upaya perbaikan guna meningkatkan kualitas layanan J&T *Express* cabang Antapani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Servqual* dan model IPA sehingga menghasilkan 9 prioritas utama yang perlu diberikan usulan perbaikan yaitu estimasi pengiriman paket yang dijanjikan sesuai hingga sampai ke konsumen, biaya pengiriman yang bisa dijangkau, kemampuan karyawan dalam menghadapi konsumen apabila terdapat keluhan, barang sampai dalam keadaan sesuai dengan deskripsi, kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik, perusahaan mempunyai cara dalam standar keamanan packing barang guna mengurangi kerusakan barang, karyawan yang bersedia menginfokan keterlambatan barang, kebersihan ruang tunggu dan penampilan karyawan yang rapi dan professional. Selanjutnya diberikan usulan perbaikan berdasarkan hasil diagram Fishbone.

Jurnal lain yang berjudul “Desain Peningkatan Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Metode *Servqual* dan IPA di *Underpass Café*” oleh (Achmad Suyitno dan Indung Sudarso, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan mengetahui faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta memberikan rekomendasi upaya perbaikan berdasarkan kualitas pelayanan di *Underpass Café*. Hasil dari penelitian yaitu nilai gap indicator terendah yaitu kenyamanan ruang pelayanan dengan gap sebesar -0,32. Sedangkan gap indicator yang telah melebihi persepsi konsumen yaitu aspek lokasi dengan nilai 0,14. Jaminan yang diberikan oleh pihak café terkesan berlebihan sehingga perlu dikaji kembali. Selain itu terdapat tiga indicator yang berlebihan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Indeks kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan didapatkan sebesar 73,56%. Namun, masih ditemukan gap antara harapan dan persepsi pelanggan yang diterima, gap tersebut ditemukan sebagai akibat tidak terpenuhinya harapan pelanggan. Gap tersebut terdapat pada kuadran A diagram kartesius yang merupakan item prioritas utama.

Penelitian lain yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* pada PDAM Kabupaten Cianjur” oleh (Widy Setyawan, dkk., 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM Kabupaten Cianjur dengan hasil penelitian adalah pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan gap antara jasa yang diharapkan konsumen dan dirasakan secara langsung oleh konsumen masih terdapat kesenjangan sehingga pihak PDAM harus melakukan perbaikan pelayanan kepada pelanggan dan masih terdapat tingkat kepuasan konsumen yang rendah di PDAM Tirta Dharma.

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No	Studi Kasus	Metode	Judul & Peneliti	Hasil
1	Tokopedia dan Bukalapak	<i>Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	“Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis <i>Servqual</i> dan IPA” oleh (Wilujeng dkk., 2019)	<p>Berdasarkan analisis <i>servqual</i> ditemukan nilai <i>gap</i> antara harapan dan kepuasan konsumen dari setiap atribut.</p> <p>Berdasarkan analisis dengan metode IPA, didapatkan bahwa Tokopedia mempunyai enam atribut, sedangkan Bukalapak mempunyai dua atribut yang butuh penanganan dari manajemen.</p>
2	PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur	<i>Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	“Analisis Kualitas Pelayanan menggunakan Metode <i>Servqual</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> ” oleh (Hidayat dkk., 2023)	<p>Nilai kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan karena hasil dari skor kualitas (Q) dihitung <1 dengan skor rata-rata kualitas layanannya adalah 0,94782.</p> <p>Sedangkan hasil yang didapatkan dari diagram kartesius dengan prioritas utama dan harus ditingkatkan pada kuadran A adalah atribut A yaitu karyawan memberikan informasi layanan dengan jelas pada awal pemasangan PDAM dengan nilai kesenjangan -0,26, atribut 2 yaitu informasi karyawan tentang peluang menggunakan layanan bisa dimengerti dengan nilai kesenjangan -0,28, atribut 3 yaitu karyawan</p>

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No	Studi Kasus	Metode	Judul & Peneliti	Hasil
				<p>memberikan layanan sesuai dengan waktu untuk memproses keluhan yang diterima dari pelanggan dengan nilai kesenjangan -0,24, dan atribut 4 yaitu ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan berdasarkan permintaan konsumen dengan nilai gap -0,27.</p> <p>Sehingga diberikan rekomendasi upaya perbaikan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kinerja karyawan dan menambah jumlah karyawan pada bagian <i>customer service</i> guna meningkatkan keefektifan dalam merespon keluhan yang diterima dari pelanggan PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur.</p>
3	J&T Express Cabang Antapani	<i>Servqual</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	“Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode <i>Servqual</i> dan Model <i>Importance Performance Analysis</i> ” oleh (Reza Nugraha dkk., 2023)	Menghasilkan 9 prioritas utama yang perlu diberikan usulan perbaikan yaitu estimasi pengiriman paket yang dijanjikan sesuai hingga sampai ke konsumen, biaya pengiriman yang bisa dijangkau, kemampuan karyawan dalam menghadapi konsumen apabila terdapat keluhan, barang sampai dalam keadaan sesuai dengan deskripsi, kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No	Studi Kasus	Metode	Judul & Peneliti	Hasil
				<p>konsumen dengan baik, perusahaan mempunyai cara dalam standar keamanan packing barang guna mengurangi kerusakan barang, karyawan yang bersedia menginfokan keterlambatan barang, kebersihan ruang tunggu dan penampilan karyawan yang rapi dan professional. Selanjutnya diberikan usulan perbaikan berdasarkan hasil diagram Fishbone.</p>
4	<i>Underpass Cafe</i>	<i>Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	<p>“Desain Peningkatan Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Metode <i>Servqual</i> dan IPA di <i>Underpass Café</i>” oleh (Achmad Suyitno & Indung Sudarso, 2019)</p>	<p>Hasil dari penelitian yaitu nilai gap indicator terendah yaitu kenyamanan ruang pelayanan dengan gap sebesar -0,32. Sedangkan gap indicator yang telah melebihi persepsi konsumen yaitu aspek lokasi dengan nilai 0,14. Jaminan yang diberikan oleh pihak café terkesan berlebihan sehingga perlu dikaji kembali. Selain itu terdapat tiga indicator yang berlebihan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Indeks kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan didapatkan sebesar 73,56%. Namun, masih ditemukan gap antara harapan dan persepsi pelanggan yang diterima, gap tersebut ditemukan sebagai akibat tidak terpenuhinya harapan pelanggan. Gap tersebut terdapat pada kuadran A diagram kartesius yang</p>

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No	Studi Kasus	Metode	Judul & Peneliti	Hasil
				merupakan item prioritas utama.
5	PDAM Tirta Dharma Kabupaten Cianjur	<i>Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode <i>Service Quality dan Importance Performance Analysis</i> pada PDAM Kabupaten Cianjur” oleh (Setyawan dkk., 2017)	Hasil penelitian adalah pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan gap antara jasa yang diharapkan konsumen dan dirasakan secara langsung oleh konsumen masih terdapat kesenjangan sehingga pihak PDAM harus melakukan perbaikan pelayanan kepada pelanggan dan masih terdapat tingkat kepuasan konsumen yang rendah di PDAM Tirta Dharma.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini dilakukan di Perusahaan Daerah Air Minum Kab. Banggai Sulawesi Tengah. Penelitian ini akan menganalisa kualitas pelayanan PDAM Kab. Banggai dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan dengan tingkat persepsi dan harapan konsumen dalam pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.. Dalam hal ini, belum ada peneliti yang melakukan penelitian yang sama di PDAM Kab. Banggai.

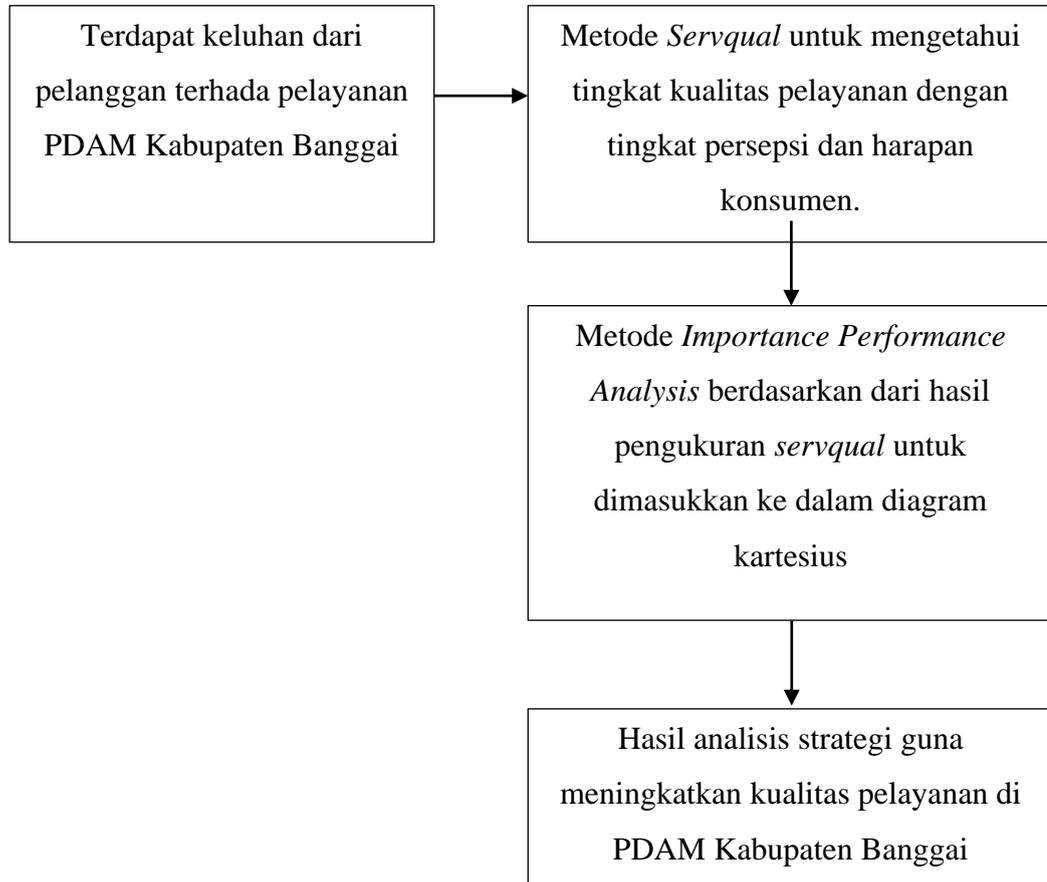
Tabel 2.2 Posisi metode penulis

No.	Peneliti	Studi Kasus	Metode		
			Servqual	IPA	<i>Fishbone Diagram</i>
1.	(Wilujeng et al., 2019)	<i>E-commerce</i> Bukalapak & Tokopedia	√	√	
2.	(Hidayat et al., 2023)	PDAM Kutai Timur	√	√	
3.	(Reza Nugraha et al., 2023)	J&T Express	√	√	√
4.	(Achmad Suyitno & Indung Sudarso, 2019)	<i>Underpass Cafe</i>	√	√	
5.	(Setyawan et al., 2017)	PDAM Cianjur	√	√	
6.	(Penulis, 2024)	PDAM Kabupaten Banggai	√	√	√

Sumber : data diolah penuli

2.3. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 2.3. Kerangka berpikir