

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Teori dasar

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk yakni keahlian produknya didalam merealisasikan manfaatnya mencakup *durability*, *reliability*, kepastian dan rasa mudah saat mengoperasikan produk serta kelengkapan yang lain (Azhari et al., 2020: 41).

Kualitas produk ialah keseluruhan penggabungan ciri khas produk mencakup penjualan, perancangan, produksi serta *service* yang menjadikan produk bisa mencukupi harapan tiap konsumen (Zakaria & Suwitho, 2019: 4).

Kualitas produk berkaitan begitu eratnya dengan kepuasan konsumen, yang mana memerlukan sebuah motivasi pada konsumen agar terjalannya eratnya kaitan pada perusahaan didalam jangka yang cukup lama (Hartadi & Husda, 2020: 35).

Berdasar definisi kualitas produk dari para ahli, disimpulkan kualitas produk yakni kemampuan perusahaan saat memberi ciri khusus pada tiap produknya, dengan tujuan supaya pelanggan bisa membedakan dengan produk pesaing.

2.1.1.2 Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk terpengaruhi faktor (Andreyani et al., 2019:150) yakni :

1. Pemasaran
2. Keuangan
3. Pengaturan
4. Pekerja

5. Dorongan
6. *Raw materials*
7. Alat dan pekerja
8. Teknik informasi moderen
9. Spesifikasi prosesi produksi

2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk (Andreyani et al., 2019:150) ialah :

1. Kinerja (*performance*), kinerja pada ciri khusus operasi yang terutama.
2. Fitur (*feature*), sejumlah keragaman yang menjadi pelengkap bahan utama.
3. Keandalan (*reliability*), kemungkinannya terjadinya kegagalan atau malfungsi.
4. Ketahanan (*durability*), umur dari penggunaan sebuah produk.
5. Kemampuan diperbaiki (*servicebility*), mudahnya memperbaiki serta cepatnya, sopannya, serta tepatnya waktu pekerja.
6. Estetika (*aesthetics*), penampilan keindahan sebuah produk.
7. Kesesuaian spesifikasi (*comformance to specifaction*), posisi produk didalam pemenuhan kestandar produksi.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yakni sesuatu yang memerikan layanan pada pihak lainnya mencakup kecepatan, rasa nyaman, tanggap dengan empati, dan memelihara penampilan yang menarik (Fahmi & Suwitho, 2019:4).

Kualitas pelayanan ialah mencerminkan penilaian tentang kinerja atas jasa yang dihasilkan dan dianggapnya hasil yang diberikan sesuai ekspektasi, karena merupakan faktor guna mengawasi keberlangsungan hidupnya suatu perusahaan didalam waktu panjang (Kristianti & Rivai, 2018:130).

Kualitas pelayanan yakni bentuk aktivitas yang tidak tetap atau kegiatan dari pihak yang satu/lebih yang berkaitan dengan misi untuk bisa memerikan rasa puas pada pihak lainnya yang berkaitan atas produk dan layanan yang didistribusikan padanya (Azhari et al., 2020:41).

Berdasar definisi kualitas pelayanan, disimpulkan kualitas pelayanan yakni tingkatan unggulnya harapan hasil kerja perusahaan yang bisa memerikan pelayanan paling memuaskan pada pelanggan hingga membuat mereka merasakan kepuasan relevan dengan kebutuhan sebagai pemakai.

2.1.2.2 Faktor Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dipengaruhi faktor (Andreyani et al., 2019:150) yakni :

1. Ambiguistas peran
2. Konflik peran
3. Teknologi
4. Kontrol dari atasan
5. Kerjasama Tim

2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator memengaruhi tingkatan kualitas layanannya (Fahmi & Suwitho, 2019:4) ialah :

1. *Reliability*, dinyatakan dengan memberikan tepatnya layanan.

2. *Responsiveness*, dinyatakan dengan keinginan cepatnya melayani pelanggan. Hal ini bisa menambah rasa puas pelanggan atas pelayanannya.
3. *Assurance*, dinyatakan dengan tingkatan perhatiannya atas tingkah laku didalam memerikan pelayanan.
4. *Empathy*, dinyatakan dengan keinginan dalam menelusuri kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles*, dinyatakan dengan menyediakan sumber daya yang memadai. Hal ini akan menandakan eksistensi kepada pihak lain seperti kompetitor serta konsumennya.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yakni tingkatan rasa pelanggan baik kepuasan atau tidak karena evaluasi antar produk atau pelayanan yang diharapkan dengan produk atau layanan yang mereka terima (Kristianti & Rivai, 2018:130)

Kepuasan pelanggan yakni perbandingan harapan dengan layanan yang diterima serta produk dan kinerja yang mendukung produk/jasa itu sendiri (Noviyanti, 2018:24).

Kepuasan pelanggan diprioritaskan pada situasi seseorang, yang mana kepuasan pelanggan dipengaruhi situasi-situasi perasaan hati ketika konsumen mengonsumsi, yang mana suasana hati seseorang akan memperkuat kepuasan dari konsumen (Fahmi & Suwitho, 2019:4).

Berdasar pemahaman para ahli terkait kepuasan pelanggan disimpulkan kalau kepuasan pelanggan adalah keadaan yang dirasakan oleh pelanggan dengan baik

maupun tidak baik yang layanannya diharapkan produk dan jasa yang diberikan karyawan melalui membandingkan kinerja diberikan dengan ekspektasi yang pelanggan harapkan.

2.1.3.2 Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dipengaruhi faktor (Andreyani et al., 2019:151):

1. Kualitas Produknya
2. Harganya
3. Kualitas Pelayanannya
4. Faktor Emosionalnya

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan (Fahmi & Suwitho, 2019:5) yakni:

1. Pembelian kembali, pelanggan pastinya berkunjung untuk melangsungkan pembelian berulang atas produk/jasanya.
2. Membangun citra merek, bisa menurunnya jumlah pelanggan yang memerhatikan merek serta iklan pesaing.
3. Membangun *word of mouth*, konsumen membicarakan sesuatu yang baik positif terkait perusahaan pada lainnya yang disebabkan loyalitasnya.
4. Menentukan membeli pada perusahaan sama, konsumen yang membelanjakan sebuah produk, namun membeli diperusahaan yang sama.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti / Tahun	Judul penelitian	Alat Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Sunarsih & Nurtjahjani, 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko sepatu <i>invisible</i> malang.	Analisis linier berganda	Kualitas Pelayanannya dan Kualitas Produknya memengaruhi kepuasan pelanggannya
2.	(Fahmi & Suwitho, 2019)	Pengaruh <i>experiential marketing</i> , kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Analisis linier berganda	<i>Experiential marketing</i> dan kualitas produknya berpengaruh sedangkan kualitas pelayanannya tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggannya.
3.	(Andreyani et al., 2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kotak telur pada PT Mega Sari Agung Sejahtera Medan.	Analisis linear berganda	Kualitas produknya dan kualitas pelayanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
4.	(Zakaria & Suwitho, 2019)	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.	Analisis regresi linier berganda	Kualitas pelayanannya, kualitas produknya dan harganya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
5.	(Kristianti & Rivai, 2018)	Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Upnormal Semarang.	Analisis regresi berganda	Persepsi harganya, kualitas produknya, kualitas layanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
6.	(Noviyanti, 2018)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Usaha Mandiri Jakarta Selatan.	Analisis linear berganda	Kualitas produknya dan kualitas pelayanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
7.	(Ismail Razak, 2019)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	Analisis linear berganda	Kualitas produknya memengaruhi kepuasan pelanggan.

8.	(Azhari et al., 2020)	Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Vinila <i>Textile</i> dan <i>Accessories</i> .	Analisis regresi linear berganda	Kualitas produknya, kualitas pelayanannya, dan harganya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
9.	(Hartadi & Husda, 2020)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung uncang Batam.	Analisis linier berganda	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
10.	(Rimawan et al., 2017)	<i>The influences of product quality, service quality and trusted on customer satisfactions and its impact on customers loyalty.</i>	<i>Descriptive research</i>	<i>The influence of Product Quality, Quality Service and Trust does not affect on Customer Satisfaction or Customer Loyalties.</i>

2.3 Kerangka Pemikiran

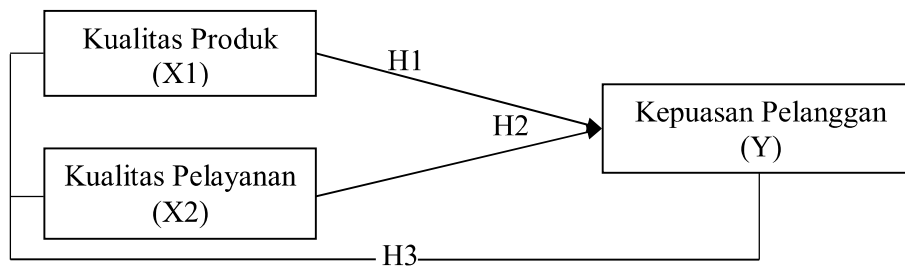
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produknya memengaruhi kepuasan pelanggannya. Tingginya kualitas produknya tentunya meningkatnya rasa kepuasan pelanggannya. Kualitas produknya itu memengaruhi pelanggannya didalam memuaskan konsumennya. Relevan (Hartadi & Husda, 2020: 35) “Kualitas produknya berkaitan dengan kepuasan konsumennya, yang mana memerikan sebuah motivasi pada konsumen agar terjalannya eratnya kaitan pada perusahaan didalam jangka yang cukup lama”. Jadi yang dimaksud kualitas yakni pengukuran seberapa jauhnya produknya sepadan dengan keinginan pelanggannya.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kuatnya hubungannya kualitas pelayanannya dengan kepuasan pelanggannya, yakni memberikan motivasinya pada pelanggannya saat menjalankan kuatnya kaitan dengan perusahaan. Relevan dengan (Fahmi & Suwitho, 2019:6) bahwa berpengaruh signifikan kualitas pelayanannya terhadap kepuasan konsumennya.

Bagan dari kerangka berpikir didalam penelitian yakni:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir
(Sumber : Data Penelitian 2021)

2.4 Hipotesis

Berdasar kerangka pemikiran, dirumuskanlah hipotesisnya:

H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* di kota Batam.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* di kota Batam.

H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *smartphone Realme* di kota Batam.