

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Jasa

Berlandaskan Ananda Rizki, 2020, Layanan adalah perwujudan, tidak terlihat dan mudah terlupakan, dirasakan dan bukan dimiliki, serta *costumer* memiliki keaktifan terlibat dari layanan yang ditawarkan, pelayanan dipertimbangkan dengan cermat, yaitu sesuatu yang tidak berbentuk.

1. Karakteristik jasa

Kepemilikan dengan modal 5 karakteristik layanan yang ada pada masing-masing atribut:

A. *Intangibility*

Layanannya yang kejelasannya kurang dan tidak masuk akal. Artinya, layanan itu sendiri tidak bisa kita lihat, merasakan, menandai, atau menyentuhnya.

B. *Heterogenitas*

Pelayanan ialah atribut suatu atipikal serta beda, maksudnya, layanan bersifat lebih personal walaupun jasanya sama tapi akan berbeda tiap individu.

C. *Ketidakterpisahan*

Pelayanan pada umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama sehingga orang yang menikmatinya berpartisipasi dalam proses tersebut, yang berarti bahwa jika itu adalah bagian dari layanan, diharapkan mereka keikutsertaan proses tersebut.

D. Mudah rusak

Pelayanan dapat dihentikan. Ini berarti jasa tidak bisa diadakan kembali, membeli ataupun memperjualkan pada individu yang lain, maupun membalikan pada penyedia.

E. Bervariasi

Ada berbagai pelayanan yang ditawarkan karena jasa melakukan penyesuaian pada kondisi dan pihak menawarkannya.

2. Bisnis jasa

Menurut Fadillah et al., 2020 Bisnis jasa adalah suatu badan usaha yang bergerak di bidang penyedia layanan jasa. Beberapa bisnis jasa diantaranya yakni Bank, Kontruksi, maupun pengacara.

2.1.2 Kepuasan

Menurut Fadillah et al., 2020 *Costumer* yang dengannya menerima manfaat dari supplaye maupun penyedia pelayanan sedangkan ketidakpuasan terjadi bila hasil tidak memenuhi harapan pengguna.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosional yang dirasakan setelah menikmati pelayanan yang diberikan. Ada 3 tingkat kepuasan konsumen. Artinya, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka harapan pelanggan akan kecewa, tetapi jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan tidak akan kecewa, dan jika pelayanan yang diterima melebihi harapan, adalah pelanggan. puas. Bagaimana perasaan individu dari performansi yang di dapatkan serta harapan yang digninakan. *Customer* enggan

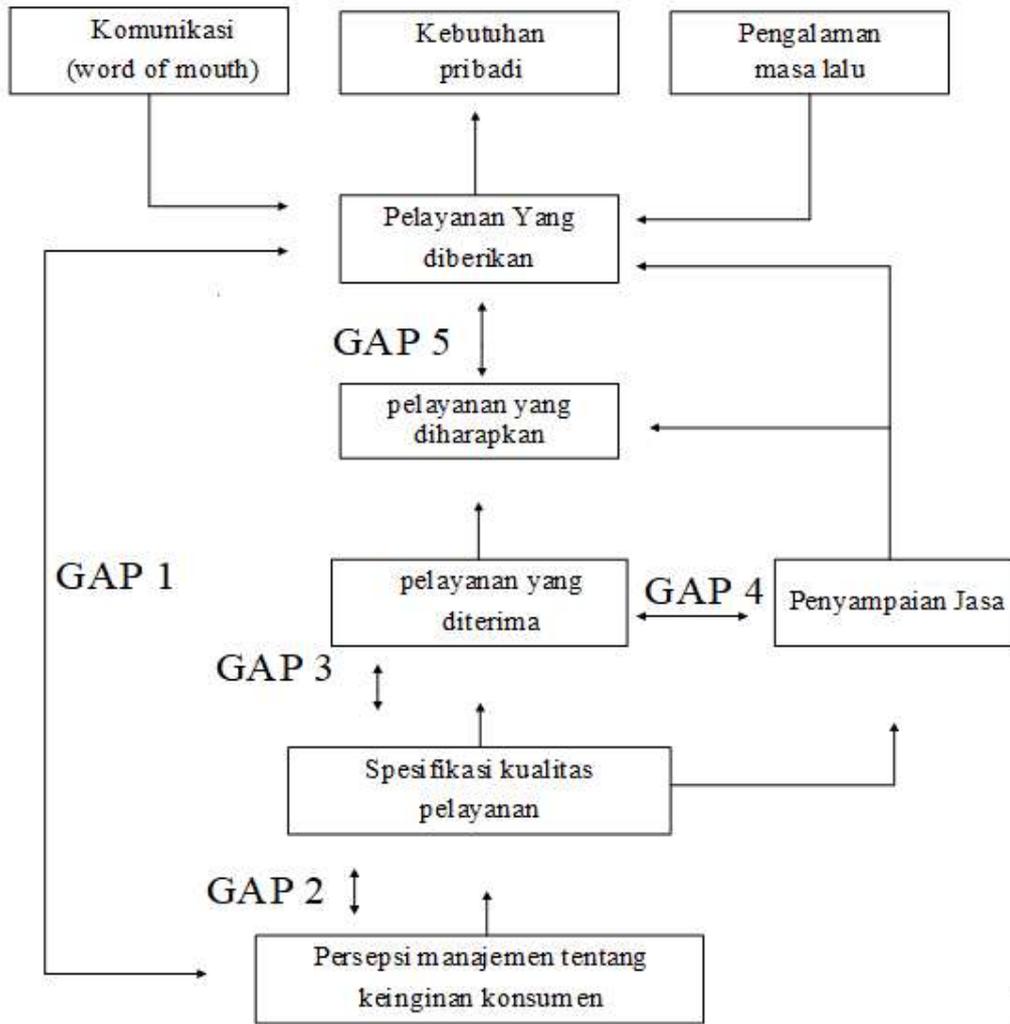
senang ketika performansi jauh dari *importance*. Pelanggan sangat senang atau puas ketika kinerja melebihi harapan. Kepuasan merupakan taraf emosional sesudah membandingkan kinerja yg dirasakan (atau hasil) menggunakan harapan. Kepuasan & kinerja merupakan disparitas antara kinerja yg dirasakan & kinerja yg diharapkan.

2.1.3 Model *Service Quality* (Servqual)

Kualitas layanan merupakan konsep yang abstrak dan sulit dipahami karena kualitas layanan properti tak berwujud, dapat diubah (variabel), tidak konstan (permeabilitas) dan produksi dan konsumsi layanan berlangsung secara bersamaan (tidak terpisahkan)

Model layanan mengacu pada kepuasan pelanggan terutama berdasarkan non-otentikasi atribut tersebut. Pelayanan adalah penilaian umum.

1. Pelayanan dinilai konsumen sulit dari pada barang.
2. Layanan yang dirasakan adalah hasil perbandingan antara harapan layanan dan kinerja.
3. Kualitas di nilai mencakup penelahan dari layanan yang dilakukan.



Gambar 2.1 Model konseptual *Servqual*

Pembukaan 1 kebutuhan pengusaha tidak memahami apa yang diinginkan pelanggan. Kesenjangan antara pelanggan dengan konsep manajemen pelayanan, dimana situasinya adalah apa yang pelanggan cari, apa yang diinginkan. kriteria yang mungkin untuk kurangnya komitmen terhadap kualitas oleh manajemen ditentukan. Penyimpangan ketiga berupa pelayanan yang menyimpang dari spesifikasi penyampaian jasa, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti

standar, misalnya harus menghabiskan waktu dengan pelanggan, namun tetap harus memenuhi harapan pelanggan dengan cepat. Kesenjangan keempat adalah perbedaan layanan yang ditawarkan, iklan, dan klaim atau janji perusahaan yang mempengaruhi pelanggan. Lubang kelima dianggap pantas. Cacat di mana pelanggan menganggap layanan memiliki ukuran yang berbeda.

Beberapa dimensi yang ada pada SERVQUAL yakni:

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Berdasarkan Tjiptono (2019) (materi) mencakup ruang nyata, peralatan, personil serta fasilitas. Bias yang berkaitan dengan tampilan ruang nyata bangunan serta lobi kantor, ketersediaan parkir, kesuksesan, kebersihan dan kenyamanan ruangan, Kesempurnaan perangkat komunikasi dan penampilan karyawan. Infrastruktur juga terkait dengan layanan pelanggan manajemen harus mempertimbangkan Perusahaan. Sebuah bangunan yang indah Peralatan Pendingin Udara (AC), Peralatan Telekomunikasi perabot kompleks atau kantor berkualitas dan sebagainya Pertimbangan konsumen dalam memilih produk Produk/layanan.

2. Keandalan (*reliability*)

Berdasarkan Tjiptono (2019), Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat dan memuaskan. Artinya perusahaan menawarkan layanannya sejak pertama kali (persis pertama kali). Selain itu, juga berarti bahwa perusahaan tersebut memenuhi janjinya, seperti memberikan layanannya sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.

Tenaga penjualan dibutuhkan di elemen yang mengadakan layanan dapat diandalkan. ahli cacat/cacat. Dengan kata lain, produk/jasa harus selalu baik.

Volume satuan Anggota perusahaan juga harus jujur memecahkan masalah untuk pelanggan jangan merasa tertipu. Selain itu, pemasar membutuhkan Berjanjilah tepat saat Anda menjanjikan sesuatu Pelanggan. Layak disebutkan lagi bahwa janji bukan sekedar janji, tapi janji Harus patuh. Oleh karena itu jadwalnya harus diatur dengan cermat.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Menurut Tjiptono (2019) Tanggung jawab (Bertanggung jawab) adalah keinginan Karyawan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Menyalakan Responsiveness dapat berarti reaksi atau kewaspadaan staf untuk membantu pelanggan dan menawarkan layanan cepat dan hanya itu termasuk kesediaan karyawan untuk melayani Pelanggan, staf bergegas masuk Penghubung dan pemrosesan transaksi Anggota perusahaan harus hati-hati dengan janji-janji khusus Pelanggan. Elemen lain juga penting Ini adalah elemen respon cepat Karyawan.

4. Jaminan (*assurance*)

Berdasarkan Tjiptono (2019) penjaminan (Asuransi). pengetahuan, keterampilan, sopan santun, dll keandalan pribadi; tanpa bahaya, risiko atau keraguan. Di saat persaingan semakin ketat, Lebih banyak mitra harus terlihat Kompeten berarti pengetahuan dan keahlian di bidangnya masing-masing. IBM sangat mementingkan faktor-faktor ini kepada teknisi yang sesuai Layanan instalasi dan pemeliharaan. Faktor keamanan, yaitu memberikan rasa aman dan percaya diri kepada pelanggan, adalah masalahnya yang bagaimanapun juga penting.

5. Empati (*emphaty*)

Menurut Tjiptono (2019), Empati (Empati) itu mudah dalam pemahaman keinginan pelanggan. Seluruh pekerja harus bisa mengontrol waktunya dengan menghubungi melalui telepon untuk bertemu tatap muka.

2.1.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Maksud dari IPA yakni untuk mengetahui kepentingan dan perfortmasi yang ada, teknik yang ada IPA sendiri yakni kuadran yang dibagi menjadi 4 Wijayanti, 2020. Kemudahan dalam IPA sendiri membuat teknik ini diterima secara luas Lusianti Dina, 2017. Fungsi dari IPA adalah untuk menampilkan informasi tentang objek layanan yang berdampak signifikan kepada pelanggan dan loyalitas pelanggan. Objek layanan mungkin perlu perbaikan karena statusnya belum memuaskan. Teknik ini menggambarkan kepuasan berdasarkan perasaan pelanggan.

Dengan perhitungan seperti di bawah ini:

$$Tk = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Rumus 2.1 IPA

Penjelasan:

Tk = kesesuaian antara kinerja serta harapan

X = hasil perhitungan nilai tingkat kinerja

Y = hasil perhitungan nilai harapan pelanggan

Mapping dari IPA yaitu membagi kuadran menjadi 4, dengan X yaitu performansi dan Y kepentingan Wibowo & Ardhi, 2018

$$X \frac{\sum Xi}{n}$$

Rumus 2.2 Rata-rata hasil kepuasan

$$Y \frac{\sum Yi}{n}$$

Rumus 2.3 Rata-rata hasil harapan

Keterangan:

X = Rata-rata hasil kepuasan

Y = rata-rata hasil harapan

n = Jumlah Pelanggan

Dari (Winarno & Absor, 2017) Bagan Cartesian adalah bagan yang dibagi menjadi 4 bagian dengan sumbu X dan Y dipisahkan, di mana X adalah titik kepuasan dan Y adalah harapan, rumusan sebagai berikut:

$$X \frac{\sum Xi}{k}$$

Rumus 2.4 Rata-rata dari rata-rata tingkat kinerja

$$Y \frac{\sum Yi}{k}$$

Rumus 2.5 Rumus rata-rata kepentingan

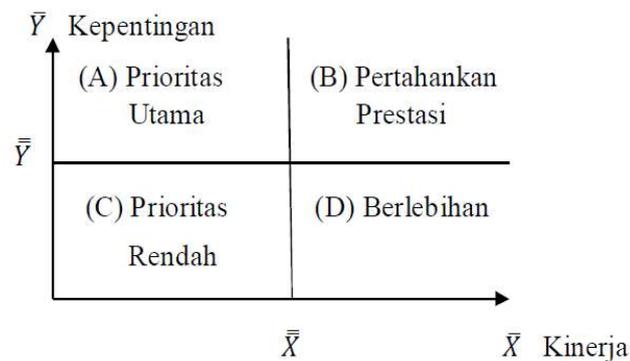
Ket:

\bar{X} = Rata-rata dari rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan

K = Jumlah atribut yang mempengaruhi pelayanan

Kuadra IPA seperti gambar di bawah:



Gambar 2.2 IPA

keterangan:

- Prioritas Utama (*Concentrate Here*) di kuadran 1 adanya pernyataan-pernyataan prioritas berdasar pelanggan, namun performansi organisasi dianggap kurang, akhirnya organisasi harus fokus pada menfokuskan daya dan upaya yang ada dalam menaikkan performansi di kuadran 1.
- Pertahankan Prestasi (*Keep Up the Good Work*) di kuadran 2 adanya pernyataan-pernyataan dalam perspektif pelanggan harus di pertahankan dan diharapkan oleh *customer*.
- Prioritas Rendah (*Low Priority*) di kuadran 3 adanya pernyataan-pernyataan tingkat yang aktualnya performansinya tinggi tinggi, yang kurang penting serta

tidak pelanggan harapkan, akhirnya sumber daya tidak perlu dialokasikan pada kuadran ini.

- d. Berlebihan (*Possibly Overkill*) kuadran 4 adanya pernyataan-pernyataan yang dengan alokasi tinggi namun tidak dianggap penting oleh customer sehingga organisasi tidak perlu pengalokasian sumberdaya pada kuadran ini.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis merujuk kepada penelitian-penelitian yang penulis jadikan referensi, yaitu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

1	Nama dan Tahun Penelitian	Wahyuniardi et al., 2018
	Judul Penelitian	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bauran Pemasaran Menggunakan Integrasi <i>Importance Performance Analysis</i> dan Model Kano
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	Berdasarkan penelitian, diidentifikasi beberapa karakteristik bauran pemasaran L'societe yang perlu diperbaiki. Untuk atribut harga, L'societe perlu mengecek harga produk. Verifikasi ini dilakukan dengan meneliti lebih lanjut harga produk dengan menganalisis harga produk dibandingkan dengan harga produk pesaing atau dengan mengoptimalkan biaya produksi. Untuk mempromosikan penjualan, L'societe dapat menyelenggarakan live music secara berkelanjutan. Selain itu, ada kemungkinan untuk menawarkan paket dengan potongan harga yang menarik bagi pelanggan pasangan, rombongan atau keluarga. Hal ini penting untuk diperhatikan, karena L'societe mengutamakan ruang yang nyaman bagi pelanggannya sehingga nuansa yang dirasakan berbeda dengan pesaingnya.
2	Nama dan Tahun Penelitian	Ishak et al., 2019
	Judul Penelitian	Analisis Indeks Kepuasan Karyawan terhadap Pengelolaan Fasilitas Gedung Dengan Menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> : Studi Kasus

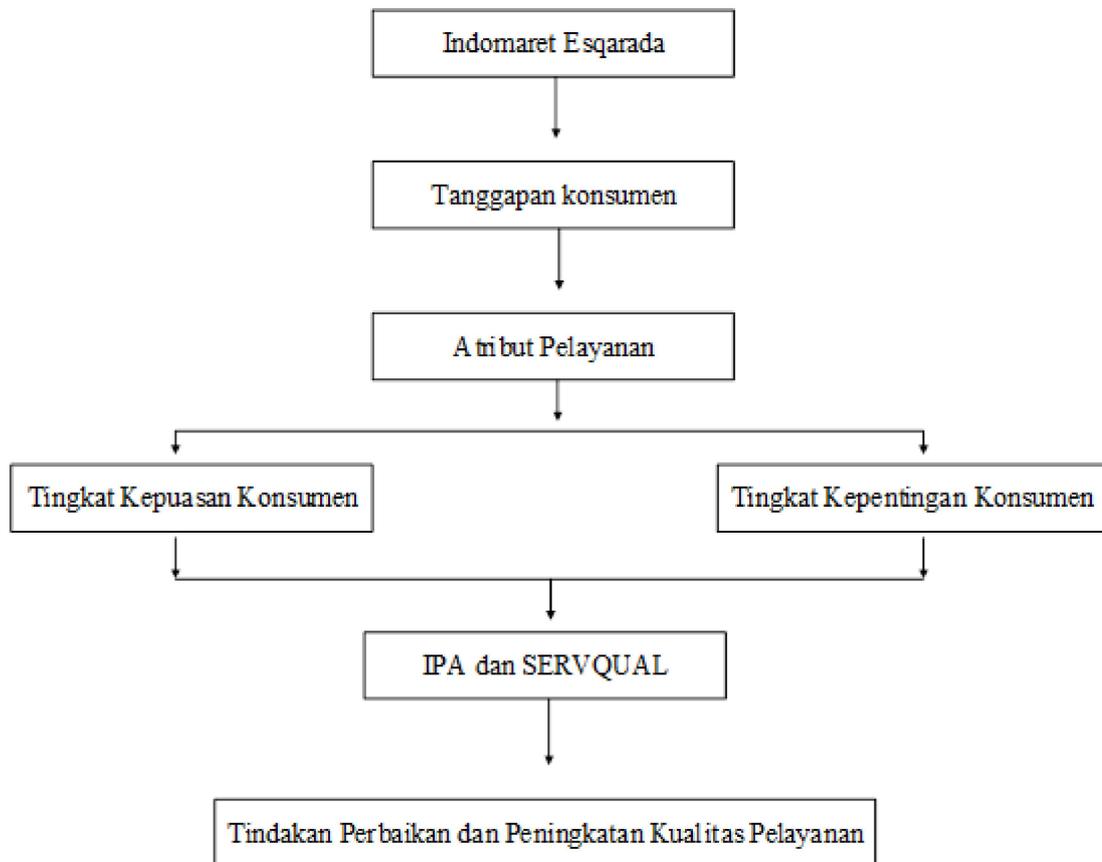
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	Dengan mengelola peralatan gedung, kepuasan mencapai 70,31%, nilai ini termasuk dalam kategori "Kepuasan". Kemudian gunakan Severity Performance Analysis untuk menganalisis hasil pengukuran. Berdasarkan analisis ini, delapan atribut pekerjaan manajemen fasilitas berada di kuadran A (prioritas utama), dengan organisasi mengambil tindakan korektif terlebih dahulu.
	Nama dan Tahun Penelitian	Dwi Ariska et al., 2018
	Judul Penelitian	Evaluasi Kualitas Layanan Website Portal Jurnal Universitas Brawijaya dan Website Student Journal Universitas Brawijaya Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan IPA (Importance Performance Analysis)
3	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	informasi diperoleh dari 100 responden dianalisis dengan IPA. Berlandas metode IPA perbaikan berdasarkan analisis kuadran IPA pada website Portal Jurnal. Yaitu pernyataan kuadran I (prioritas utama) dan kuadran III (prioritas rendah): U3, U4, SIQ21 dan U5, U6, U7, SIQ17, SIQ18, SIQ19, SIQ20.
	Nama dan Tahun Penelitian	(Patinong & Sumatika, 2022)
	Judul Penelitian	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk
	Metode Penelitian	IPA, CSI, SERVQUAL
4	Hasil Penelitian	Hasilnya digunakan sebagai data masukan untuk keperluan performance analysis (IPA) dan kemudian diketahui. Dari perhitungan SERVQUAL yang dilakukan, terlihat bahwa nilai kepuasan pelanggan adalah 95,2%, yang berada pada skala 81% hingga 100%. Artinya konsumen umumnya "sangat senang" dengan layanan mereka saat ini. Untuk nilai GAP, kita tahu bahwa atribut memiliki satu prioritas. Di atas segalanya, ada ruang untuk perbaikan. Akses menuju lokasi toko mudah dengan nilai gap -0,35.
	Nama dan Tahun Penelitian	Anindya & Iva Mindhayani, 2021.
5	Judul Penelitian	Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry Dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> Dan <i>Service Quality</i>
	Metode Penelitian	IPA dan SERVQUAL

	Hasil Penelitian	Hasilnya, ketika menggunakan metode indeks kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap De Laundry adalah 80%, dan ditemukan kepuasan pelanggan dengan pelayanan.
6	Nama dan Tahun Penelitian	Siyamto Yudi, 2017
	Judul Penelitian	Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Terhadap Kepuasan Nasabah
	Metode Penelitian	IPA dan CSI
	Hasil Penelitian	Hasil metode CSI (Customer Satisfaction Index) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 80,80%. Nilai ini berkisar antara 66 hingga 80,99%, sehingga nasabah umumnya puas dengan layanan yang diberikan Bank Surakarta.
7	Nama dan Tahun Penelitian	Andry et al., 2019
	Judul Penelitian	Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis to Evaluate E-Commerce Website
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	E-commerce adalah hasil dari aplikasi komputer yang memungkinkan transaksi antara produsen dan konsumen melalui Internet. Informasi tentang transaksi elektronik berarti transaksi yang terjadi melalui Internet, penyediaan layanan komersial, pembelian dan penjualan barang, layanan, dan informasi antara pihak yang bernegosiasi.
8	Nama dan Tahun Penelitian	Tri Amanda et al., 2021
	Judul Penelitian	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
	Metode Penelitian	Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis pada PT. PLN (Persero) Area Meulaboh
	Hasil Penelitian	IPA dan CSI
9	Nama dan Tahun Penelitian	Wilujeng & Rembulan, 2019
	Judul Penelitian	Perancangan Model Kualitas Pelayanan Puskesmas Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Quality Function Deployment (QFD)
	Metode Penelitian	IPA

	Hasil Penelitian	Jawaban teknis sangat penting bagi perawat dengan jelas menjawab tentang pengobatan yang diterima pelanggan, serta dokter Puskesmas lebih memperhatikan pemberian obat untuk sakit pasien sangat dibutuhkan.
--	------------------	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan contoh konseptual tentang teori yg berkaitan menggunakan banyak sekali faktor-faktor perkara penting. Kerangka pemikiran pula sebagai penerangan ad interim mengenai banyak sekali tanda-tanda yg sebagai objek penelitian Anindya & Iva Mindhayani, 2021.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran