

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Kualitas Pelayanan**

###### **2.1.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wibowati, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan yang terbentuk dari penilaian pelanggan atas keunggulan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga pelanggan dapat menilai kualitas jasa tersebut apabila pelanggan merasa puas maupun tidak puas dengan membeli suatu pelayanan jasa tersebut (Ibrahim & Thawil, 2019).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan jasa yang nyata yang selama ini mereka peroleh dan rasakan dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka dambakan atau harapkan. Kata kualitas sendiri memiliki banyak definisi dan arti, kualitas dapat dibagi kedalam tiga elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

### **2.1.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut (Wibowati, 2020), berikut terdapat 5 (lima) indikator kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut.

1. *Tangible*, yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan prima bagi seluruh pelanggan secara aktual, yang berarti dapat dirasakan nyata oleh pelanggan.
2. *Reability*, yaitu dapat dipercaya, perusahaan wajib memberikan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan setiap pelanggan.
3. *Responsiveness*, yaitu respon cepat, pelayanan terbaik dan tanggapan sigap yang diberikan oleh perusahaan kepada setiap pelanggan yang menemui permasalahan.
4. *Assurance*, yaitu jaminan kepastian pelanggan atas hal yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan adanya *assurance* ini maka akan terjalin kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu perusahaan dapat memahami perasaan seorang pelanggan secara tulus seolah-olah dialah pelanggan yang akan membutuhkan jasa dari perusahaan tersebut.

### **2.1.2. Persepsi Risiko**

#### **2.1.2.1. Definisi Persepsi Risiko**

Persepsi risiko yaitu bentuk interpretasi dan penilaian terhadap situasi risiko berdasarkan pada pengalaman atau keyakinan yang dimiliki serta ketidakpastian atau konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin akan dirasakan karena pembelian suatu produk atau jasa (Rusilawati *et al.*, 2022).

### **2.1.2.2. Indikator Persepsi Risiko**

Persepsi risiko dikelompokkan menjadi beberapa dimensi menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fatah & Andayani, 2021) sebagai berikut.

1. *Financial risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan finansial yang bisa dialami sebagai konsekuensi dari pembelian suatu jenis jasa.
2. *Social risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan kecemasan pembeli jasa atas pembelian jasa..
3. *Performance risk*, yaitu risiko kinerja yang berkaitan dengan kecemasan pembeli jasa akibat keefektifan hasil yang diberikan oleh penyedia jasa.
4. *Time and convenience risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan kecemasan atas berkurangnya manfaat dari suatu jasa akan waktu pembelian jasa.
5. *Physical risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan kecemasan mengenai wujud produk atas pembelian jasa.
6. *Psychological risk*, yaitu risiko yang berimplikasi kepada kepribadian pelanggan atas pembelian jasa..

### **2.1.3. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan mengarah pada perasaan senang atau kecewanya seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu produk atau jasa dari apa yang telah mereka harapkan dan terima (Syahputra & Wibowo, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah sebuah konsep abstrak dimana kepuasan yang sebenarnya bervariasi dari individu terhadap jasa atau produk, tergantung pada sejumlah harapan individu (Gultom *et al.*, 2020).

### **2.1.3.1. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut penelitian (Anggriana *et al.*, 2017), ada empat indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Puas dengan kinerja/kemampuan sesuai harapan pelanggan.

Pelanggan yang membeli jasa akan merasa puas atau tidak puas setelah melakukan pembelian jasa.

2. Kepuasan informasi yang diberikan dari karyawan.

Informasi yang disampaikan oleh karyawan atas deskripsi jasa yang akan dibeli jelas dan sesuai dengan perkataan yang disampaikan, bukan hanya membicarakan hal-hal baiknya saja.

3. Kepuasan atas sikap hormat dan menghargai pelanggan.

Pelanggan akan merasa puas atau tidak puas atas sikap hormat dan sikap menghargai yang diberikan oleh karyawan penjual jasa.

4. Kepuasan pada kondisi fisik.

Pelanggan merasa puas atau tidak puas atas kondisi fisik barang yang akan dikirimkan termasuk kualitas dan kecanggihan teknologi yang digunakan.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Dominannya penelitian terdahulu ialah referensi dan perbandingan penelitian ini. Penelitian oleh (Salim *et al.*, 2018) dengan berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirtana di Cabang Medan Kota. Hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtana di Cabang Medan Kota.

Penelitian oleh (Hafizha *et al.*, 2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif dan Fasilitas Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Sumbawa Besar. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif dan fasilitas transportasi secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Raiyan & Siregar, 2019) dengan judul Pengaruh Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19. Hasil penelitian melampirkan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut penelitian yang diteliti oleh (Mulyapradana *et al.*, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal.

Penelitian yang diteliti oleh (Suharyadi, 2018) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Yoehan Wanaherang Bogor. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Yoehan Wanaherang Bogor.

Penelitian yang diteliti oleh (Siregar & Putri, 2020) dengan judul Studi Konsep Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Sebagai Perusahaan Penyedia Energi Listrik Monopoli. Hasil penelitian

menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang terakhir diteliti oleh (Faridah *et al.*, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Rudi Salim, Heri Kusmanto & Muryanto Amin, 2018. (Salim <i>et al.</i> , 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirtana di Cabang Medan Kota.	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	Hafizha dan HS Nuryani, 2019. (Hafizha <i>et al.</i> , 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif dan Fasilitas Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (J&T Express Sumbawa).	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif dan fasilitas transportasi secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	Muhammad Raiyan, M.Ridha Siregar, 2021. (Raiyan & Siregar, 2019)	Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19.	Analisis regresi linear berganda.	Persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4	Harnoto Harnoto, Ari Dwi Anjarini, Aria Mulyadana, 2020. (Mulyapradana <i>et al.</i> , 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal.	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5	Dedi Suharyadi, 2018. (Suharyadi, 2018).	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Toko Yoehan Wanaherang Bogor).	Analisis regresi linear sederhana.	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6	Widyana Verawaty Siregar, Syarifah Muthia Putri, 2020. (Siregar & Putri, 2020)	Studi Konsep Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Sebagai Perusahaan Penyedia Energi Listrik Monopoli.	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.
7	Faridah, Yayat Hidayat Amir, Basukiyatno, 2020. (Faridah <i>et al.</i> , 2020)	Studi Tentang Kualitas Pelayanan Ojek Online (OJOL) GrabBike dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Tegal.	Analisis regresi linear sederhana.	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **2.3. Kerangka Pemikiran**

### **2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut maka terwujudlah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, jika tingkat kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan bertambah (Alfajar *et al.*, 2021).

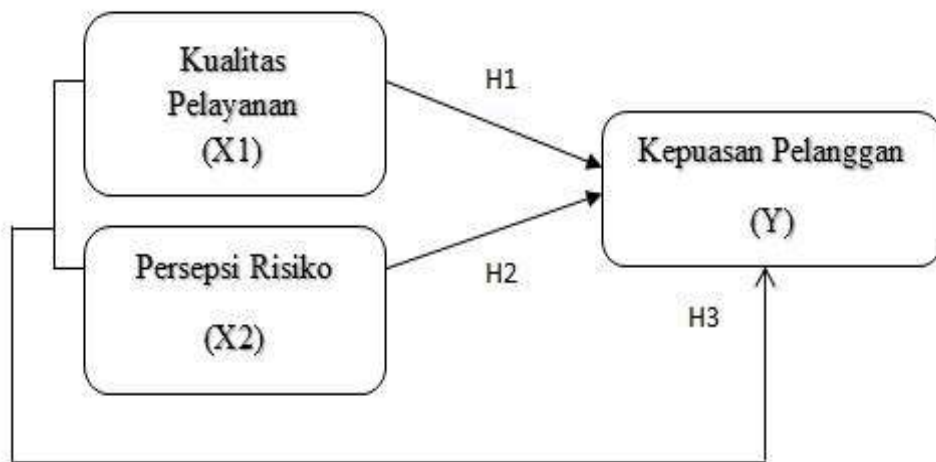
### **2.3.2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Emosi yang terkait dengan risiko seperti kekhawatiran atau kecemasan dapat berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Karenanya, fokus utama sebuah perusahaan adalah mengurangi persepsi risiko di benak konsumen dengan meningkatkan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan, salah satu caranya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya (Raiyan & Siregar, 2019).

### **2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan dan persepsi risiko mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan tingkat kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan, persepsi risiko yang rendah akan menimbulkan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan.





**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

#### **2.4. Hipotesis**

Berdasarkan pada kerangka konsep penelitian diatas maka hipotesis penelitian ini disusun sebagai berikut :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT.

Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

H2 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Lion

Parcel Mahkota 53 Batam.

H3 : Kualitas pelayanan dan persepsi risiko sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Lion Parcel Mahkota 53

Batam.