

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

Pada penelitian ini terdapat beberapa variabel independen dan juga dependen berdasarkan studi yang di tentukan. Kepuasan konsumen pada PT Global Benua Bajatama termasuk pada variabel dependen yang berfokus pada kepuasan konsumen. Untuk kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga persepsi konsumen merupakan variabel-variabel independen. Oleh karena itu, untuk memperdalam landasan-landasan pemahaman pada variabel independen dan juga dependen yang ada pada PT Global Benua Bajatama. Berikut teori-teori variabel independen dan dependen yang berguna untuk mendalami setiap variabel yang ada pada PT Global Benua Bajatama.

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Kepuasan Konsumen PT Global Benua Bajatama

Kepuasan konsumen PT Global Benua Bajatama merupakan sebuah hasrat ataupun perasaan yang muncul setelah melakukan keputusan pembelian, yang biasa di picu berdasarkan hasil dari produk tersebut sesuai dengan harapan nya dan juga pelayanan yang di berikan juga memuaskan sehingga memicu ada nya kepuasan dalam membeli sesuatu. Jadi kepuasan pembelian itu tidak di picu hanya dengan kualitas produk melainkan juga dengan ada nya kualitas pelayanan yang memicu persepsi konsumen senang dan puas membeli produk yang disediakan (Madiawati et al., 2021a)

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan konsumen PT Global Benua Bajatama merupakan perasaan bahagia ataupun tidak puas yang muncul ketika melihat atau membandingkan beberapa kinerja ataupun produk apakah sesuai dengan yang di harapkan ataupun bukan (Hilmi Saputra et al., 2019a)

Kepuasan pelanggan diukur melalui pengalaman pembelian sebelumnya yang berfaktor dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi konsumen PT Global Benua Bajatama ketika melakukan pembelian. Kepuasan terbentuk

dikarenakan ada nya dua kemungkinan, yaitu produk yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan atau melebihi ekspektasi pelanggan. Memuaskan kepuasan pelanggan terlihat mudah, akan tetapi fakta nya tidak semudah itu dikarenakan beberapa faktor tertentu.

2.1.1.2 Kriteria Mengukur Kepuasan Konsumen PT Global Benua Bajatama

Berikut kriteria mengukur kepuasan konsumen: (Abdul Gafur, 2019)

1. **Kualitas Pelayanan PT Global Benua Bajatama**
 Kualitas pelayanan menjadi sebuah tolakukur untuk menilai kepuasan konsumen PT Global Benua Bajatama. Salah satu nya bukti fisik, bukti fisik ini berkaitan dengan beberapa hal seperti penampilan dan juga fasilitas yang ada pada perusahaan. Daya tanggap juga menjadi sebuah penilaian penting karena dengan adanya kecepatan respon yang ada maka pelanggan akan merasa puas dengan respon yang cepat diberikan karena tidak semua pelanggan memiliki waktu yang terbatas. Jaminan juga menjadi sebuah cerminan kemampuan perusahaan juga menjadi sebuah patokan dalam memberi sisi kenyamanan karena ada nya kepercayaan antara perusahaan dengan pelanggan.
2. **Harga**
 Harga merupakan tolak ukur yang baik untuk menilai kepuasan konsumen. Contohnya, seandainya jika harga produk memiliki kualitas yang sepadan maka pelanggan akan merasa puas terhadap nilai dari produk yang ada di perusahaan.
3. **Kepuasan Konsumen PT Global Benua Bajatama**
 Kepuasan konsumen sendiri merupakan sebagai tolak ukur itu sendiri karena ada nya beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga harga yang diberikan sesuai dan melebihi dari ekspektasi pelanggan.

2.1.1.3 Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan PT Global Benua Bajatama

Berikut Indikator kepuasan pelanggan berdasarkan:(Malik Ibrahim, 2019)

1. **Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan**

Kepuasan pelanggan secara menyeluruh merupakan salah satu indikator dari kepuasan pelanggan yang menunjukkan tingkat dari kepuasan pelanggan terhadap sebuah kualitas produk dan juga kualitas pelayanan PT Global Benua Bajatama.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Dimensi kepuasan pelanggan merupakan dimensi yang meliputi produk atau layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di PT Global Benua Bajatama. Contohnya seperti memperhatikan hal-hal kecil seperti sikap dan kecepatan dari staf dan cara menyelesaikan masalah yang baik atau keluhan-keluhan yang muncul dari pelanggan dan juga *customer*.

3. Konfirmasi Harapan

Konfirmasi harapan merupakan menjadi nilai tolak ukur dalam menunjukkan tingkat mudahnya kemudahan akses pada pelanggan di PT Global Benua Bajatama seperti produk sampai tepat waktu berdasarkan jam operasional proses pembelian dan juga barang yang di pesan sesuai dengan dipesankan.

4. Pembelian Niat Beli Ulang

Dengan memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terbaik akan memungkinkan pelanggan merasa puas atas pelayanan dan juga pemberian produk yang diberikan oleh PT Global Benua Bajatama telah sesuai dengan harapan atau bahkan lebih dari harapan tersebut. Oleh karena itu, kemungkinan besar munculnya niat untuk membeli ulang di perusahaan yang lalu lagi.

5. Ketersediaan Bertujuan Dalam Merekomendasikan

Pemberian kualitas produk dan kualitas pelayanan terbaik dapat membuat ada nya perasaan pada pelanggan muncul untuk merekomendasikan produk kita ke kerabat atau kenala dekat dikarenakan produk atau layanan yang diberikan baik, sehingga konsumen memiliki perasaan untuk mengajak dan merekomendasikan produk kita ke kerabat atau kenalan terdekat nya.

2.1.2 Kualitas Produk

2.1.2.1 Kualitas Produk PT Global Benua Bajatama

Kualitas produk merupakan sebuah produk yang mengfokuskan pada keunggulan dan kemampuan produk yang baik, tidak hanya dari tampilan yang baik, tapi juga fungsi yang baik seperti keakuratan, perbaikan, ketahanan, keandalan, dan untuk mempermudah pengguna dalam kebutuhan konsumen PT Global Benua Bajatama. Sehingga dengan adanya kualitas produk yang memuaskan, ini menyebabkan kepuasan pelanggan karena produk yang ada diberikan sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi kemampuan pelanggan itu sendiri. (Ramadhani Suci, 2024)

Menurut Sabran, produk merupakan sesuatu yang ada pada pasar agar dapat memuaskan suatu keinginan yang terdiri dari produk fisik, pengalaman, orang dan juga jasa yang ada pada PT Global Benua Bajatama. Menurut Kotler & Armstrong, kualitas produk merupakan sebagai kemampuan yang ada pada produk yang memiliki fungsi-fungsi yang menarik dalam ketahanan dan ketepatan produk. (Suci Ramadhani et al., 2024) Menurut Wijaya. Kualitas produk merupakan sebuah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang menghasilkan bagian dari pemasaran, hasil dari produksi dan pemeliharaan tersebutlah menjadi produk yang dapat digunakan berdasarkan dengan harapan konsumen PT Global Benua Bajatama. (Malik Ibrahim, 2019)

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk PT Global Benua Bajatama

Dalam sebuah perusahaan, produk yang berkualitas merupakan salah satu faktor penting dalam menyesuaikan harapan pelanggan dan diperlihatkan adanya gambaran produk yang sesuai dengan daya tarik pada konsumen PT Global Benua Bajatama. Berikut ini ialah faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk PT Global Benua Bajatama: (Rachmawati, 2021)

1. Kualitas Produk PT Global Benua Bajatama

Kualitas produk yang buruk akan mempengaruhi kepuasan atau kebutuhan pelanggan PT Global Benua Bajatama. Menyediakan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan atau harapan pelanggan akan menciptakan rasa kepuasan pelanggan PT Global Benua Bajatama. Oleh karena itu, kualitas

produk yang baik dan berkualitas menjadi tolak ukur dari produk PT Global Benua Bajatama.

2. **Kecepatan Pengantaran PT Global Benua Bajatama**
Kecepatan pengantaran pada sesuai pemesan juga menjadi tolak ukur, dikarenakan jika pemesan yang dikirimkan terlambat terkadang membuat ada nya perasaan tidak enak yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Global Benua Bajatama. Oleh karena itu, diperlukanya pengantaran barang yang tepat waktu agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan PT Global Benua Bajatama.
3. **Kapabilitas Produk PT Global Benua Bajatama**
Kapabilitas produk juga menjadi salah satu faktor yang penting dan sangat mempengaruhi untuk pelanggan melakukan pembelian yang berkali-kali. Dengan kemampuan produk yang fungsi nya dapat berjalan secara maksimal, maka ini akan mempermudah pengoperasional dan juga menarik perhatian konsumen untuk menjadi pelanggan tetap PT Global Benua Bajatama.
4. **Keseluruhan Produk**
Keseluruhan produk ini lebih berfokus jika adanya kerusakan pada produk dan setiap pengiriman produk PT Global Benua Bajatama ke konsumen harus memastikan jika produk sesuai dengan kondisi yang baik.
5. **Harga Produk**
Harga produk menjadi nilai tolak ukur yang baik, harga yang ditawarkan PT Global Benua Bajatama harus sesuai dengan kualitas yang diberikan atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang diberikan dan menjadi pelanggan tetap dari kualitas produk PT Global Benua Bajatama.

2.1.2.3 Indikator-Indikator dari Kualitas Produk PT Global Benua Bajatama

Berikut ini ialah indikator-indikator dari kualitas produk:(Hilmi Saputra et al., 2019b)

1. **Bentuk Produk PT Global Benua Bajatama**

Kesamaan nilai dan bentuk produk PT Global Benua Bajatama sangat mempengaruhi keinginan pelanggan karena produk yang sebanding dengan harapan pelanggan akan diterima.

2. Fitur

Fitur ini meyakinkan bahwa pelanggan mempunyai opsi yang sama dengan referensi yang didasarkan pada fitur seperti ragam warna dan nilai yang dapat membangkitkan harapan pelanggan.

3. Kualitas

Bahan yang mempunyai tingkat tinggi dapat membangkitkan nilai dan ketahanan produk hingga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Fungsi

Fungsi tambahan memberikan tambahan ukuran pada produk dan menumbuhkan kepuasan.

5. Keawetan

Penilaian dalam kekuatan produk terhadap pemakaian yang kerap dan usia guna produk.

6. Perbaikan

Menilai keringanan dalam memulihkan produk jika terjadi kerusakan.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Kualitas Pelayanan PT Global Benua Bajatama

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang sangat penting dalam layanan manajemen yang tertuju pada layanan yang diberi dapat memenuhi harapan konsumen PT Global Benua Bajatama. Kualitas pelayanan ini juga mencakup beberapa penilaian konsumen dari berbagai aspek yang diterima yaitu tanggapan, bukti fisik, empati, kehandalan, dan jaminan. Kualitas pelayanan merupakan kualitas atau sebuah proses kerja yang dibuat agak dapat meningkatkan dan mempertahankan perbaikan kualitas yang di hasilkan oleh PT Global Benua Bajatama. Kualitas pelayanan yang baik itu merupakan salah menunjukan sebagaimana pelanggan menilai layanan seorang dalam PT Global Benua Bajatama.(Madiawati et al., 2021a)

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan sebuah usaha dalam kebutuhan serta keinginan konsumen dalam penyampaian nya yang baik dan sopan sehingga dapat menyeimbangkan harapan konsumen PT Global Benua Bajatama. Menurut Hermawan, kualitas layanan merupakan sebuah usaha dalam membentuk sebuah keistimewaan dari suatu pelayanan yang memberikan kemampuan untuk memuaskan keinginan pelanggan atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan PT Global Benua Bajatama. Selain itu, Kualitas pelayanan juga dapat dibagikan menjadi sebuah perbandingan antara harapan serta memberitahu fakta bahwa konsumen mengenai penting nya kualitas layanan PT Global Benua Bajatama.(Indah Fitriana et al., 2024)

Berdasarkan kesimpulan diatas kualitas pelayanan merupakan bentuk dari upaya dalam memenuhi harapan atau melebihi ekspektasi konsumen PT Global Benua Bajatama. Kualitas pelayanan ini dapat dilihat sebagai rangkaian produksi ataupun pelayanan dalam mencoba memenuhi harapan konsumen PT Global Benua Bajatama.

2.1.3.2 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan PT Global Benua Bajatama

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi penyebab buruknya kualitas pelayanan: (Malik Ibrahim, 2019)

1. Reabilitas (*Reliability*)
Ketidakmampuan dalam menyerahkan pelayanan yang baik dan ketidakmampuan dalam menepati sebuah janji yang telah diberikan kepada pelanggan PT Global Benua Bajatama.
2. Responsif (*Responsiveness*)
Tidak memiliki daya tanggap yang responsive dan sering mendapati keluhan dari pelanggan-pelanggan lain nya.
3. Jaminan (*Assurance*)
Ketidakmampuan nya karyawan PT Global Benua Bajatama dalam memberikan rasa nyaman atau percaya dengan pelanggan.
4. Empati (*Empathy*)

Karyawan tidak peduli dengan apa yang terjadi perusahaan PT Global Benua Bajatama, hanya peduli dengan sendiri sehingga kebutuhan dan keinginan individu pelanggan pun tidak baik sehingga membentuk sebuah kekecewaan pada pelanggan PT Global Benua Bajatama.

5. Nyata (*Tangible*)

Kurangnya penyediaan peralatan atau produk yang dikirimkan tidak sesuai dengan pesanan dari konsumen PT Global Benua Bajatama ataupun dikarenakan karyawan yang kurang mendukung dalam menunjukkan kualitas pelayanan yang baik; Seperti menunjukkan muka-muka tidak senang dan sebagainya.

2.1.3.3 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan PT Global Benua Bajatama

Berikut ini ialah indikator-indikator kualitas pelayanan: (Rahman et al., 2022)

1. Efisiensi

Keandalan ini sangat penting dalam menilai kualitas layanan PT Global Benua Bajatama dan berkaitan dengan ketepatan mencapai layanan. Dibutuhkan nya penilaian seberapa cepat efisiensi produk dalam memenuhi ekspektasi pelanggan PT Global Benua Bajatama.

2. Reliabilitas

Mengukur beberapa aspek pelayanan yang dapat dinilai dari pelanggan PT Global Benua Bajatama, yaitu alat, fasilitas, dan penampilan karyawan. Selain itu, ini juga memiliki dimensi yang membuat impresi kesan awal yang baik dalam kualitas pelayanan. Yang berarti, layanan yang diberikan harus sesuai dengan yang dijanjikan PT Global Benua Bajatama.

3. Pemenuhan (*Fulfilment*)

Menilai seberapa baik pelayanan PT Global Benua Bajatama yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Ini mencakup beberapa hal seperti ketersediaan produk atau layanan yang baik seperti produk datang lebih cepat atau tepat waktu PT Global Benua Bajatama.

4. Privasi

Staf PT Global Benua Bajatama selain harus memberikan pelayanan yang baik, staf juga harus melindungi data pribadi pelanggan PT Global Benua Bajatama, yang dimana ini termasuk dengan kebijakan dan tindakan yang perlu di tindak dalam menjaga keamanan informasi PT Global Benua Bajatama.

5. Kompensasi

Kompensasi atau jaminan merupakan ilmu dan sikap baik karyawan PT Global Benua Bajatama serta ilmu mereka untuk mengangkat rasa keberanian dan perlindungan pada konsumen PT Global Benua Bajatama. Jaminan juga tertuju pada kesopanan, kompetisi, dan kempuan dalam memberikan informasi.

2.1.4 Persepsi Konsumen

2.1.4.1 Pengertian Persepsi Konsumen PT Global Benua Bajatama

Persepsi konsumen PT Global Benua Bajatama merupakan bagaimana cara pelanggan mengetahui, menangkap, dan mengukur produk atau pelayanan yang didasari dari pengetahuan dan informasi mereka. Persepsi juga memiliki peran penting dalam proses pemungutan keputusan pembelian dan kepatuhan konsumen PT Global Benua Bajatama. Pandangan dari konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan terhadap penilaian yang akan diberikan pada konsumen PT Global Benua Bajatama. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari perbandingan ini menunjukan ada nya ekspetasi konsumen sebelum memutuskan pembelian produk pada suatu perusahaan PT Global Benua Bajatama. Dengan demikian perlu ada nya layanan atau produk yang berkualitas pada perusahaan agar dapat memenuhi atau melebihi ekspetasi dari konsumen. (Yanti & Rostini, 2019)

2.1.4.2 Indikator Persepsi Konsumen PT Global Benua Bajatama

1. Responsivitas

Responsivitas karyawan PT Global Benua Bajatama mengukur betapa pesat dan efektif karyawan PT Global Benua Bajatama melayani pertanyaan atau pembahasan pelanggan PT Global Benua Bajatama. Persepsi yang pesat dan

pengendalian masalah yang efisien merupakan pokok untuk mencukupi ekspektasi pelanggan dan menumbuhkan keahlian mereka. (Yanti & Rostini, 2019)

2. Fasilitas

Fasilitas dalam mengukur keadaan kebersihan lingkungan pelayanan seperti tempat tunggu PT Global Benua Bajatama. Pelanggan juga menjadi lebih nyaman dan suka dilingkungan yang bersih, dengan demikian kebersihan merupakan aspek penting dalam evaluasi mereka mengenai kualitas layanan PT Global Benua Bajatama. (Yanti & Rostini, 2019)

3. Kualitas interaksi

Bentuk karyawan dalam mengukur keakuran dan kesopanan karyawan dalam menjalin interaksi dengan pelanggan PT Global Benua Bajatama. Pelanggan akan lebih tertarik dengan karyawan yang ramah dan sopan karena sikap positif karyawan juga berpengaruh pada pengalaman mereka. (Yanti & Rostini, 2019)

4. Hasil layanan

Menilai level kepuasan pelanggan dari hasil layanan yang didapat. Akhir dari kepuasan pelanggan merupakan poin utama dari kualitas pelayanan, menggambarkan baiknya layanan PT Global Benua Bajatama dalam memenuhi harapan mereka. (Yanti & Rostini, 2019)

5. Kepuasan

Mengukur kepuasan pelanggan mengenai semua pengalaman mereka dengan layanan PT Global Benua Bajatama. Kepuasan ini melibatkan seluruh pandangan layanan dan berupa gambaran dari cara dalam memenuhi layanan ekspektasi pelanggan PT Global Benua Bajatama. (Yanti & Rostini, 2019)

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan sebuah penjelasan singkat berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu mengenai materi yang berkaitan dengan pengaruh kualitas

produk, kualitas pelayanan, dan persepsi konsumen pada PT Global Benua Bajatama:

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang ada pada artikel ini, diperlihatkan bahwa artikel ini menggunakan 105 responden yang di pilih melalui teknik deskriptif kuantitatif dengan metode sampling. Hasil uji t ditunjukan bahwa kualitas produk dan pelayanan nya memiliki hasil pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artikel pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *online store Guzzle* di media sosial memiliki hasil yang cukup baik dengan uji t dan uji f yang sesuai dengan persyaratan yang ada.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga berdasarkan kepuasan pelanggan ini mengunakan metode kuantitatif yang memiliki hasil signifikasi yang baik pada kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini memiliki 2 variabel X dan 1 variabel Y, yaitu kualitas pelayanan dan harga untuk variabel x dan kepuasan pelanggan untuk variabel Y.

Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memiliki peran yang baik dalam kepuasan konsumen dan juga relasi *marketing* yang di perkuat agar dapat memperbaiki aspek kualitas dan pelayanan pada konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi nilai, dan loyalitas terhadap kepuasan pelanggan di restoran lokal di Bandung Selatan. Nilai signifikasi nya mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pengelolaan persepsi nilai.

Peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan *e-commerce* berdasarkan inovasi *e-commerce* dan kualitas *e-service*. Hasil penelitian ini menunjukan meningkatnya kepuasan konsumen secara signifikan dan penting untuk mengadapatasikan inovasi dalam menjaga kepuasaan konsumen di era digital ini.

Hubungan antara persepsi kualitas pelayanan obstetri dengan tingkat kepuasan pasien di Kabupaten Bandung Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan pengaruh positif terhadap kepuasan pasien, dan peningkatan pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Master Cash & Credit* Kota Pinang. Hasil pada penelitian ini menunjukkan pentingnya menjaga kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan agar konsumen dapat memutuskan pembelian kembali.

Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di *Antarakata Coffee*, Semarang. Penelitian menemukan bahwa ketiga variabel tersebut secara signifikan sangat berperan penting dalam menjaga kepuasan pelanggan. Oleh karena itu pentingnya untuk *cafe* ini meningkatkan kualitas pelayanan dan produk nya untuk dapat mempertahankan kepuasan konsumen ini.

Mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan dari pengembang perumahan di Sumatra Barat. Hasil studi menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dan berperan penting dalam kepuasan konsumen sehingga dengan berkembang nya reputasi yang baik pada konsumen ini maka akan meningkatkan kepuasan konsumen menjadi lebih baik lagi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul/Penelitian	Akreditas	Variabel	Hasil Penelitian	Link
1	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada online Store Guzzle di media sosial. (Hilmi Saputra et al., 2019a)	Jurnal:Riset Manajemen dan Bisnis (Sinta 3)	Variabel X: Kualitas produk dan kualitas pelayanan Variabel Y: Kepuasan konsumen	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada online store guzzle	https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/2993?q=kepuasan

2	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. (Abdul Gafur, 2019)	Jurnal: Ris et Manajemen dan Bisnis (Sinta 3)	Variabel X: Kualitas produk dan harga Variabel Y: Kepuasan pelanggan	Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/2993?q=kepuasan
3	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui marketing relationship. (Rachmawati, 2021)	Jurnal: Manajemen dan Kewirausahaan (Sinta 3)	Variabel X: Kualitas pelayanan dan kualitas produk Variabel Y: Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/430?q=kepuasan
4	Effect of service quality, value perception and loyalty on customer satisfaction: case of a local restaurant in South Bandung, Indonesia (Madiawati et al., 2021)	Jurnal : Bisnis dan Manajemen (Sinta 2)	Variabel X: Kualitas pelayanan dan nilai persepsi konsumen Variabel Y: Kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan dan nilai persepsi konsumen sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen mengenai restoran lokal yang ada di Bandung, Indonesia	https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/824?q=satisfaction
5	Improving the Satisfaction and	Jurnal: Gadjah	Variabel X: Kualitas	Kualitas pelayanan dan	https://www.researchgate.net/publication/351111111

	Loyalty of Online Shopping Customers Based on E-Commerce Innovation and E-Service Quality (Rahman et al., 2022)	Mada International Journal of Business (Sinta 1)	pelayanan dan Inovasi Variabel Y: Meningkatkan Kepuasan Konsumen	inovasi pada e-commerce merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan	rchgate.net/publication/357875893
6	Relationship Of The Perception Of Quality Service Of Obstetrics With The Level Of Patient Satisfaction In West Bandung Regency Year 2018 (Yanti & Rostini, 2019)	Jurnal : International Journal of Scientific & Technology Research (Scopus)	Variabel X: Kualitas Pelayanan dan persepsi pasien/konsumen Variabel Y: Kepuasan pasien/konsumen	Kualitas pelayanan dan persepsi konsumen berpengaruh dalam kepuasan konsumen atau pasien di Bandung	https://www.academia.edu/97858011/
7	The Influence Of Service Quality, Product Quality, Price, And Customer Satisfaction On Consumer Purchasing Decisions At Master Cash & Credit Kotapinang	Jurnal : Management Studies and Entrepreneurship (Sinta 4)	Variabel X: Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan Variabel Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan	https://sinta.kemdikbud.go.id/journals

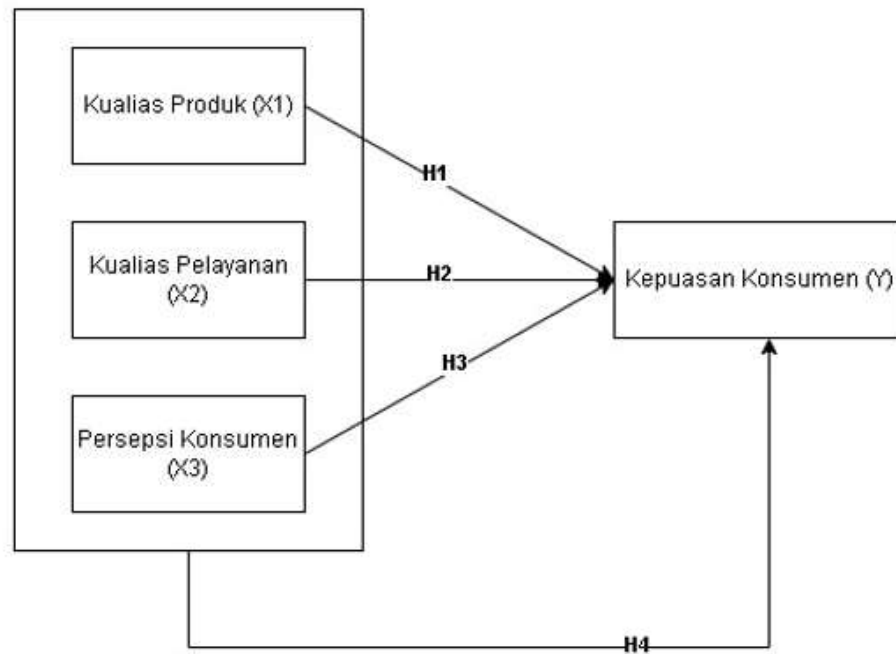
	(Suci Ramadhani et al., 2024)				
8	The Influence Of Service Quality, Product Quality And Price Perception On Customer Satisfaction (Study Of Antarakata Coffee Semarang Customers) (Indah Fitriana et al., 2024)	Jurnal: Managem ent Studies and Entreprene urship (Sinta 4)	Variabel X: Kualitas Produk dan Persepsi harga Variabel Y: Kepuasan customer	Kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Antarakata coffee Semarang	https://ija-seit.insig-htsociety.org
9	Customer Satisfaction towards Product and Service Quality of Housing Developers in West Sumatra Indonesia (Meilani et al., 2019)	Jurnal: Internation al Journal on Advanced Science Engineerin g Informatio n (Sinta 1) Technolog y	Variabel X: Kualitas produk dan Kualitas Pelayan Variabel Y: Kepuasan Pelanggan	Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di house developer di Sumatra	https://ija-seit.insig-htsociety.org/index.php

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan dan dipaparkan dinyatakan dalam berbagai bentuk rencana mengenai hubungan antar berbagai faktor penelitian. Berikut kerangka pemikiran pada penelitian ini yaitu pengaruh

kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi konsumen terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Sebagai susunan berikut kerangka pemikiran dan kajian teori diatas, berikut ialah hipotesis yang ditetapkan pada penelitian ini:

- H1:** Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Global Benua Bajatama
- H2:** Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Global Benua Bajatama
- H3:** Persepsi konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Global Benua Bajatama
- H4:** Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan PT Global Benua Bajatama