

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

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

###### **2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Handoko, (2017: 64) kualitas pelayanan merupakan bisnis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Kualitas pelayanan yang diperuntukkan pada pelanggan atau pengguna jasa juga bernilai manfaat teruntuk perusahaan penghasil jasa dikarenakan keberadaan pelanggan atau pengguna jasa ialah aset perusahaan sebab pengguna jasa telah membayar jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Menurut Jacklin dan Mandey (2019: 433) yang dimaksud kualitas pelayanan ialah tingkatan pelayanan perusahaan yang mana bisa mencukupi harapan *customers*. Kualitas pelayanan tersebut juga dapat disimpulkan sebagai segala yang berkaitan dengan pelayanan baik itu positif maupun negatif.

Menurut Syaifullah (2018: 87) Kualitas pelayanan merupakan ekspektasi dari tingkat keunggulan dan penguasaan tingkat keunggulan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Sementara itu Khairani, (2019: 130) ciri keseluruhan produk atau layanan memengaruhi kecapannya guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang sudah mapan dan implisit.

Kualitas pelayanan berdasarkan Dharma (2017: 351) dengan kata lain, bagi penyedia layanan, hal ini harus dilakukan. Kualitas pelayanan juga sangat

membantu dalam menciptakan diferensiasi, *positioning* dan strategi bersaing kompetitif dalam organisasi pemasaran manapun.

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan menurut para peneliti terdahulu di atas dapat disimpulkan kualitas pelayanan terfokus di pencukupan kebutuhan dan harapan konsumen berikut syarat-syarat pengiriman yang mengabdikan harapan konsumen.

#### **2.1.1.2. Kriteria Kualitas Pelayanan**

Relevan dengan standar kualitas dalam jasa pelayanan tertera dari tolak ukur berikut menurut (Sofiyan, 2018: 181) :

1. *Reliabilities*
2. *Responsiveness*
3. *Competences*
4. *Access*
5. *Courtesy*
6. *Communication*
7. *Credibilities*
8. *Securities*
9. *Understanding the customers*
10. *Tangibles*

#### **2.1.1.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan**

Menurut (Soebakir, 2018: 3845) ada lima kesenjangan kualitas pelayanan dalam pemberian dalam layanan yaitu:

1. Antara ekspektasi konsumen dan konsep manajemen.

2. Antara persepsi manajemen terhadap konsumen dan standar kualitas layanan.
3. Antara spesifikasi kualitas layanan dan pemberian layanan.
4. Antara pemberian layanan dan komunikasi eksternal.
5. Antara layanan yang diinginkan dari yang diharapkan.

#### **2.1.1.4. Indikator kualitas pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan penelitian ini berdasarkan pada sudut pandangan Handoko, (2017: 64) ialah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik) yakni kemahiran perusahaan guna menampilkan keberadaan pada pihak eksternal.
2. *Reability* (subjek) yakni keterampilan perusahaan saat memerikan layanan yang akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (tanggung jawab) yakni kesediaan untuk membantu pengguna jasa dengan memerikan informasi jelas serta pelayanan yang cepat/tanggap dan tepat.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yakni pemahaman, kesopanan dan kemampuan karyawan perusahaan guna melahirkan kepercayaan dari pemakai jasa perusahaan, termasuk komunikasi, reputasi, keselamatan dan kemampuan.
5. *Empathy* (empati) yakni memerikan kepedulian yang nyata pada pengguna layanan dengan sebisa mungkin mengerti akan kebutuhan mereka.

#### **2.1.2. Ketepatan Waktu Pengiriman**

##### **2.1.2.1. Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman**

Menurut Aminah, (2017: 50) ketepatan waktu merupakan “Kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dalam *batch* minim. Lalu mulai pengevaluasian berdasarkan jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi mereka serta kemahiran historis pekerja untuk mengirimkan tepat waktu”. Kemudian menurut Sakti dan Mahfudz (2018: 3) ketepatan waktu sangat penting, mengingat ketepatan pengirim produk pesanan akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Yuniati, (2018: 2) ketepatan waktu digunakan sebagai standar yang telah ditentukan, dan kendaraan datang, pergi atau lewat pada tempat dan waktu yang telah ditentukan. Ketepatan waktu juga merupakan faktor penting dalam memberikan informasi yang relevan.

Menurut Hafizha, (2019: 2) tandaskan bahwa ketepatan waktu yakni saat pelanggan berbelanja produk hingga produk itu sampai ke pelanggan. Ketepatan waktu dalam pengiriman bisa untuk memenuhi permintaan pelanggan adalah satu-satunya variabel yang berguna dalam menaikkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut sehingga konsumen akan merasakan keinginan dan harapannya untuk menggunakan jasa tersebut terpenuhi, maka akan timbul rasa kepuasan oleh pelanggan tersebut.

Berdasarkan pemahaman peneliti diatas, maka dapat ditarik disimpulkan bahwa pengertian ketepatan waktu ialah bahwa suatu proses pengiriman yang telah dilakukan harus sesuai dengan tanggal dan hari yang ditentukan, agar tidak menjadi pemicu pelanggan untuk komplain.

### **2.1.2.2. Faktor-faktor Ketepatan Waktu**

Menurut Lisnasari (2016: 33) ada dua faktor ketepatan waktu yaitu:

1. Saat memilih layanan transportasi, pengiriman tepat waktu adalah salah satu hal terpenting.
2. Ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh metode transportasi melalui laut, udara dan darat.

### **2.1.2.3. Dimensi Ketepatan Waktu**

Menurut Hafizha (2019: 2) adapun dimensi ketepatan waktu pengiriman yaitu:

1. Ketepatan layanan pengiriman.
2. Tentukan akurasi harga.
3. Tentukan Ketepatan waktu.

### **2.1.2.4. Indikator Ketepatan Waktu**

Indikator ketepatan waktu yang tertera pada penelitian ini yakni menurut Juniariska (2020: 148) ialah:

1. Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan.
2. Ketepatan waktu pengiriman barang yang akan dikirim.

## **2.1.3. Fasilitas**

### **2.1.3.1. Pengertian Fasilitas**

Fasilitas mengacu pada penyediaan peralatan fisik untuk memudahkan aktivitas atau aktivitas pelanggan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan perusahaan (Pantilu 2018: 3725). Fasilitas yakni sumber daya fisik yang mana

hadir sebelum memerikan layanan kepada pelanggan. Ini diperuntukkan sebagai metode pendukung untuk berbagai kegiatan olahraga perusahaan dan dapat digunakan untuk semua konten aktivitas internal perusahaan (Hafizha, 2019: 2).

Fasilitas ialah syarat-syarat pokok yang perlu dipenuhi pengelola jasa pengiriman demi kelancaran kegiatan pengiriman seperti alamat yang tertera dan ketepatan waktu. Semua hal yang dapat memfasilitasi upaya dan mempercepat penyampaian untuk mencapai tujuan tertentu (Lestari 2018: 42). Menurut Maydiana (2019: 446) fasilitas adalah “semua perlengkapan fisik pendukung dan nyaman disediakan oleh perusahaan jasa pelanggan”. Sehingga dimasa depan serta memiliki umur atau masa manfaatnya yang relatif permanen.

Menurut Sorayanti Utami (2017: 132) fasilitas merupakan arti untuk mempromosikan dan memfasilitasi kinerja fungsi. Fasilitas adalah berbagai faktor produk dan dapat dengan mudah ditingkatkan atau kurangi tanpa mengubah kualitas dan model layanan.

Berdasarkan penelitian pada ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti rasa nyaman bagi pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan jasa memelihara fasilitas yang cukup guna meringankan pemakai jasa saat memakai jasanya dan melahirkan rasa nyaman saat memakai jasanya, yang mana memengaruhi pembelian jasa pelanggan.

#### **2.1.3.2. Hal-hal Dalam fasilitas Jasa**

Menurut Emmywati (2016: 187) apa yang perlu dikomunikasikan dalam fasilitas layanan:

1. Keutuhan, kebersihan, serta kerapian fasilitas yang tersedia.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang tersedia.
3. Keringanan memakai fasilitas yang tersedia.
4. Kelengkapan alat yang dipakai.

### **2.1.3.3. Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas Jasa**

Menurut Umayya (2017: 31) berikut faktor-faktor yang memengaruhi fasilitas:

1. Sifat dan misi organisasi.
2. Ketersediaan lokasi.
3. Fleksibilitas.
4. Estetika.
5. Komunitas dan lingkungan.
6. Biaya pengiriman.

### **2.1.3.4. Indikator Fasilitas**

Menurut Aditya Wijaya (2018: 8), indikator fasilitas yang tertera pada penelitian ini yakni:

1. Pertimbangan / perencanaan ruang.
2. Perencanaan ruangan.
3. Aksesoris / furniture.
4. Pencahayaan dan warna.
5. Unsur pendukung.

## **2.1.4. Kepuasan Pelanggan**

### **2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan ialah evaluasi dari pilihan yang setidaknya melebihi harapan pelanggan. Dengan situasi perusahaan menyediakan produk yang dirancang untuk memenuhi harapan pelanggan (Sakti dan Mahfudz, 2018: 3). Berdasarkan Rasyid, (2017: 211) kepuasan pelanggan yakni sebuah kesenangan yang mana pelanggan bias memuaskan kebutuhan atau keinginannya, mestipun membutuhkan usaha atau pengorbanan untuk mendapatkan kepuasan.

Menurut Saputra dan Mulyantini (2019: 5) kepuasan pelanggan mengacu pada bagaimana anggapan konsumen sehabis memadankan kinerja yang dirasakan. Jadi dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan yakni perbedaan antara situasi yang diidamkan dan situasi yang diberikan. Menurut Hafizha (2019: 2) kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahwa perbandingan kinerja produk atau hasil dari diharapkan mengakibatkan seseorang merasa puas atau kecewa. Kepuasan adalah tingkat persepsi di mana orang menyatakan kinerja produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan hasil yang diharapkan.

Menurut Meftahudin (2018: 283) kepuasan pelanggan yakni keutuhan sikap yang ditampilkan konsumen sehabis mereka memperoleh dan memakai barang dan jasa, sehingga orang berkenan dengan produk/jasa utama dan pada saat yang sama memadankan hasilnya dengan tingkat rata-rata yang diharapkan.

Relevan dengan beberapa pengertian dari para ahli diatas, disimpulkan konsep kepuasan pelanggan merupakan respon seorang pelanggan mengenai kebutuhannya yang terpenuhi, dengan perasaan yang memuaskan dan menyenangkan.



#### **2.1.4.2. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan pendapat Saputra dan Mulyantini, (2019: 5), beberapa metode guna menakar kepuasan konsumen yakni:

1. Kualitas pelayanan, jika konsumen memperoleh pelayanan terbaik atau terpenuhi harapannya maka mereka akan puas.
2. Sistem pengaduan dan saran, yaitu perusahaan perlu memberikan peluang guna mengutarakan saran dan pengaduan pelanggan.
3. Loyalitas, setia berkenaan produk ataupun jasa sehingga selalu memakai produk ataupun jasa itu kembali.

#### **2.1.4.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Menurut Sudaryana (2020: 449) terdapat beberapa manfaat kepuasan pelanggan diantaranya:

1. Perusahaan memiliki hubungan yang harmonis dengan pelanggannya.
2. Memberikan landasan yang baik untuk digunakan kembali.
3. Bisa memotivasi loyalitas pelanggan.
4. Bentuk saran dari mulut untuk meningkatkan rekomendasi reputasi perusahaan di antara pelanggan.

#### **2.1.4.4. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini didasarkan pada sudut pandang Panjaitan dan Yuliati (2016: 271) yaitu:

1. Konsistensi kualitas pelayanan dan tingkat harapan.
2. Kepuasan bila dipadankan dengan yang serupa.
3. Tidak terlahir keluhan.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Dominannya penelitian terdahulu ialah referensi dan perbandingan penelitian ini. Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu yang dipaparkan bisa memerikan rangsangan pada teori terdahulu. Penelitian oleh Hafizha, (2019: 3) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. Teknik analisis data pada penelitian ini ialah penggunaan pengujian alat penelitian, pengujian hipotesis klasik, analisis regresi berganda serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kecepatan transportasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian oleh Saputra dan Mulyantini, (2019: 7) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, (Produk Paket Pos Ekspres) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Bandung 40000. Teknik analisis yang dipakai ialah analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda, uji f dan uji t parsial, hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aminah, (2017: 53) dengan judul Ketepatan Waktu Pengiriman Produk Dan Pengaruh Faktor Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik yang dipakai yakni analisis data kualitatif maupun kuantitatif. Hasil pengiriman ketepatan waktu serta kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE Pangkal Pinang.

Berikutnya penelitian yang diteliti oleh Sakti dan Mahfudz, (2018: 3) dengan judul Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini memakai jenis data kuantitatif dengan hasil kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap J&T Express Di Kota Semarang.

Penelitian terdahulu berikutnya yakni penelitian oleh Juniariska, Rachman, dan Primanto dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. Analisa memakai regresi linier berganda dan tertera bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kecepatan pengiriman juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia.

Sedang penelitian berikutnya yang diteliti oleh Bagus Handoko yang mengangkat judul Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di JNE Medan Express Depository. Analisis datanya ialah analisis regresi berganda yang mana hasil penelitian melampirkan promosi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Maxim Houseware Medan.

Penelitian terdahulu yang terakhir ialah oleh Farid Tiza dan Febsri Susanti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 2.1** Penelitian Pendahuluan

No	Nama / Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Hafizha,2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Dan Fasilitas Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express.	Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Transportasi	Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tariff dan fasilitas secara bersama menghasilkan kepuasan pelanggan pengaruh positif dan signifikan.
2.	(Saputra dan Mulyantini, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, (Produk Paket Pos Ekspres) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Bandung 40000.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk pos ekspres PT. Pos Indonesia (Persero).
3.	(Aminah, Rafani dan Hariyani, 2017) menganalisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepercayaan Pelanggan	Pengiriman barang yang tepat waktu dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Pangkal Pinang.
4.	(Sakti dan Mahfudz, 2018) menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim, Fasilitas	Kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas keamanan J&T Express Di Semarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	(Asyraf Afthanorhan, 2019) <i>The effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Three Campus of UniSZA</i>	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tiga Kampus UniSZA.
6.	(Bagus Handoko, 2017) Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada JNE Medan Express.	Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan	Promosi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Maxim Houseware Medan Indonesia.

7.	(Efendi Panjaitan, 2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan JNE Cabang Bandung Terhadap Kepuasan Konsumen.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Di saat yang sama, Kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8.	(Attamimi, Hufron, Dan Rahman, 2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (JNE Kota Malang riset konsumen).	Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan Waktu	Kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Kota Malang.
9.	(Harna Adianto, 2018) Menganalisis Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Produk	Ketepatan waktu pengiriman, adanya pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

(Lanjutan Tabel 2.1)

### 2.3. Hubungan Antar Variabel

#### 2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tiza dan Susanti (2019: 6) melaksanakan penelitian yang menampilkan bahwa kualitas pelayanan JNE Cabang Ulak Padang ada pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menguji adanya kualitas pelayanan dapat dipakai sebagai evaluasi atas komprehensif terhadap keunggulan layanan serta menampilkan kualitas pelayanan sangat perlu ketika memaksimalkan kepuasan pelanggan.

#### 2.3.2. Hubungan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Jaya Sakti (2018: 7) melaksanakan penelitian yang menampilkan pengiriman tepat waktu berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan

pelanggan J&T di kota Semarang. Penelitian tersebut meyakinkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memudahkan pelanggan dalam memperoleh jasa yang pelanggan inginkan.

### **2.3.3. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan**

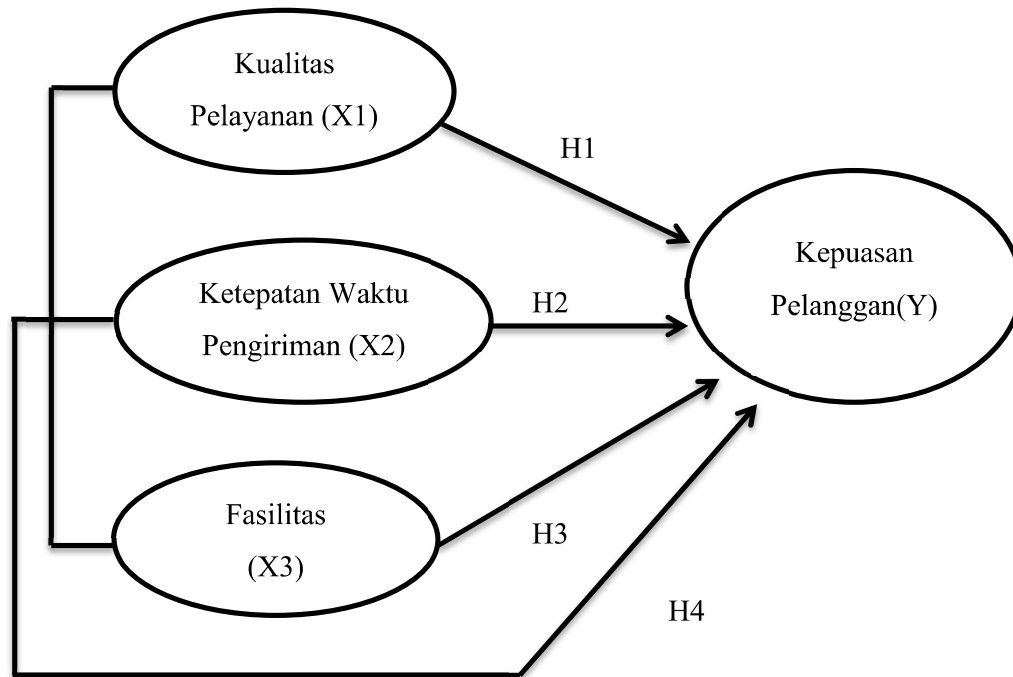
Menurut Sriyani dan Hidayat (2017: 38) melaksanakan penelitian yang menampilkan bahwa fasilitas ada pengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel dan Conference Center. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas sangat perlu bagi meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **2.3.4. Hubungan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan pelanggan.**

Berdasarkan hasil penelitian menurut Jaya Sakti (2018: 9) kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas ada pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

## **2.4. Kerangka Pemikiran**

Relevan penjabaran hubungan antar variabel diatas, maka kerangka dari penelitian ini ialah pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran

(Sumber : Data Penelitian, 2020)

## 2.5. Hipotesis

Relevan landasan teori serta kerangka pemikiran yang telah terlampir, ditetapkanlah hipotesis penelitian ini yakni:

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

H2 : Pengiriman tepat waktu akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

H3 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.

H4 : Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas juga memengaruhi kepuasan pelanggan ekspedisi Lion Parcel Di Batam.