

Tinjauan Literatur Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

AKHMAD SETIOBUDI¹ FANDY AGUM GUMELAR ALI AKBAR²

^{1,2}Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Nasional Bandung

Email : agumfandy@mhs.itenas.ac.id

ABSTRAK

Mendapatkan landasan teori mengenai masalah-masalah terkait dengan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan, tinjauan literatur ini menggunakan metode survey sekunder dengan cara menelaah dokumen dan literatur jurnal, serta penelitian terdahulu. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, produk, kualitas layanan, keyakinan / jaminan, serta biaya dan kemudahan, sementara variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan, pelanggan

ABSTRACT

Gaining a theoretical basis on issues related to service quality and customer satisfaction, this literature review uses a secondary survey method by reviewing journal documents and literature, regulations, and previous research. The variables used are independent variables consisting of physical evidence, product, service quality, confidence/guarantee, and cost and convenience, while the dependent variable used is customer satisfaction.

Keywords: Service quality, satisfaction, customer

1. PENDAHULUAN

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan merupakan suatu usaha untuk mengurus menyiapkan apa yang diperlukan orang lain. Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan agar dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, Indrasari (2019). Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran yang mampu mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Hal yang dapat memuaskan pelanggan adalah produk pelayanan yang berkualitas, Adhari (2019). Menurut Tjiptono (dalam Putri, 2017) menyatakan bagi para pelanggan kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus untuk menjali ikatan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, oleh karenanya kualitas pelayanan sangat berkait erat dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Parasuraman (1988) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Pengukuran

kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman menggunakan *SERVQUAL* yang dapat digunakan untuk mengukur harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Terdapat lima metode yang dikembangkan oleh Parasuraman (1988) yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keyakinan / jaminan, dan empati. Pada penelitian terdahulu dari Widyanthi (2013) dalam mengetahui tingkat kepuasan konsumen pasar agung dan mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen dilihat dari aspek sosial demografi ditemukan 5 variabel bebas yang digunakan yakni produk, proses, orang, bukti fisik, dan harga. Pada penelitian terdahulu dari Zuardi (2016) dalam mengetahui pengaruh fasilitas fisik dan fasilitas non fisik terhadap kepuasan pelanggan di Pasar JBBC Medan Johor, dan juga menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berbelanja di Pasar JBBC Medan Johor, variabel bebas yang digunakannya adalah variabel fisik dan non fisik.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang ataupun kecewa dari seseorang yang timbul setelah perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan maka akan menimbulkan perasaan tidak puas dari pelanggan. Jika kinerja memenuhi harapan maka akan menimbulkan perasaan puas dari pelanggan, Kotler (dalam Syah, 2021). Menurut Handayani (2012) konsumen secara harfiah adalah "seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa" atau "seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu ataupun menggunakan jasa tertentu" atau juga "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang", ada juga arti lain yaitu konsumen merupakan "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara".

2. METODOLOGI

Tinjauan literatur ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menelaah dokumen dan literatur yang bersumber dari jurnal dan penelitian terdahulu terkait variabel yang digunakan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. HASIL PEMBAHASAN

Variabel bebas merupakan variabel yang dapat berdiri sendiri tanpa ada pengaruh dari variabel lain. Variabel bebas juga merupakan variabel yang mempengaruhi adanya variabel lainnya yang terkait. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan. Mengambil beberapa faktor dari penelitian terdahulu untuk melihat variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengukuran kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman menggunakan *SERVQUAL* yang dapat digunakan untuk mengukur harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Terdapat lima metode yang dikembangkan oleh Parasuraman (1988) yaitu:

1. Bukti fisik ; fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel.
2. Keandalan ; untuk melakukan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
3. Daya tanggap ; untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
4. Keyakinan / jaminan ; pengetahuan kesopanan, kemampuan karyawan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati ; individual Responsiveness: untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, harus menyimpan catatan yang akurat perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Sementara variabel yang digunakan dalam penelitian terdahulu yang pertama dari Widyantih (2013), ditemukan 5 variabel bebas yang digunakan yaitu:

1. Produk
2. Proses
3. Orang
4. Bukti fisik
5. Harga

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, variabel proses, dan variabel harga merupakan variabel yang paling dominan dalam kepuasan pelanggan sementara pelanggan belum puas terhadap variabel orang dan bukti fisik.

Variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu yang kedua dari Zuardi (2016). Variabel bebas yang digunakannya adalah variabel fisik dan non fisik, variabel fisiknya antara lain variabel kebersihan dan variabel fasilitas fisik. Sementara variabel non fisik pada penelitian ini mengacu pada variabel yang dikembangkan oleh Irawan (2004) yaitu:

1. Kualitas produk
2. Harga
3. *Service quality*
4. *Emotional faktor*
5. Biaya dan kemudahan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa fasilitas fisik dan fasilitas non fisik berpengaruh sebesar 45,2% terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja di Pasar JBBC Medan Johor sedangkan 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut. Faktor yang memberi pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja di Pasar JBBC Medan Johor adalah faktor fasilitas fisik. Dari penelitian terdahulu variabel yang diambil adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Bukti Fisik (X_1)	<ol style="list-style-type: none">1. Fasilitas2. Peralatan3. Fisik kios/toko4. Penampilan personel	<ul style="list-style-type: none">• Fasilitas pasar bagus dan lengkap.• Memiliki peralatan yang lengkap.• Terlihat bersih dan rapi.• Pedagang berpakaian berpenampilan rapi dan bersih.
Produk (X_2)	<ol style="list-style-type: none">1. Keragaman produk2. Keandalan3. Kesesuaian4. Ketahanan5. Garansi6. Kemasan	<ul style="list-style-type: none">• Memiliki produk yang beragam.• Produk yang dijual memuaskan.• Sesuai dengan standar yang diinginkan.• Produk yang dijual memiliki ketahanan yang baik.• Memiliki garansi pada setiap produk• Produk dikemas dengan baik.

Variabel	Sub Variabel	Indikator
<i>Service Quality</i> (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> Layanan yang akurat dan andal Membantu pelanggan Layanan yang cepat Layanan yang sopan dan ramah 	<ul style="list-style-type: none"> Dapat diandalkan. Membantu pelanggan yang kesulitan. Cepat dalam melayani pelanggan. Memberikan pelayanan yang sopan dan ramah.
Keyakinan/ Jaminan (X_4)	<ol style="list-style-type: none"> Kemampuan pedagang untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan 	<ul style="list-style-type: none"> Pelanggan harus dapat mempercayai pedagang. Pelanggan harus merasa aman dalam bertransaksi dengan pedagang toko.
Biaya dan Kemudahan (X_5)	<ol style="list-style-type: none"> Perbandingan harga dengan pasar lain Potongan harga khusus Tawar menawar harga Mudah dalam mendapat produk dan layanan 	<ul style="list-style-type: none"> Harga produk lebih murah dibanding dengan produk yang sama yang dijual di pasar lain. Mendapatkan diskon khusus. Harga barang bisa di tawar. Pelanggan mudah dalam mendapatkan produk dan layanan.

Sumber : (Parasuraman, 1988), (Widyanthi, 2013), (Zuardi, 2016)

Menurut Parasuraman (1988) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan. Dari beberapa literatur disimpulkan menjadi 5 variabel untuk mengukur kualitas pelayanan (X) di Pasar Gedebage Bandung, yaitu bukti fisik, produk, *service quality*, keyakinan/jaminan, serta biaya dan Kemudahan.

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, dalam penelitian ini di pengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat juga disebut sebagai variabel terpengaruh. Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan (Y) adalah sebuah perasaan yang timbul setelah kesan atau persepsi terhadap kinerja yang diharapkan berupa senang maupun kecewa. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan puas, dan jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, Kotler dalam Syah (2021).

4. KESIMPULAN

Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka diperlukan tinjauan dari berbagai literatur, dari beberapa literatur diambil kesimpulan variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Parasuraman (1988), Widyanthi (2013), dan Zuardi (2016), setelah menelaah dari literatur tersebut maka diambil kesimpulan variabel bebasnya adalah bukti fisik, produk, *service quality*, keyakinan/jaminan, serta biaya dan kemudahan. Sementara variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Adhari, I. Z. (2019). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Handayani, S. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta*, Vol. 4, No.1, 2-65.

- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Parasuraman, A., & Dkk. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12-40.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Kabupaten Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putri, Y. L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, Vol. 10, No. 19, 70-90.
- Widyanthi, A. M. (2013). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pasar Agung Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 2, No. 2, 108-126.
- Zuardi, M. (2016). Pengaruh Fasilitas Fisik dan Fasilitas Non Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pasar JBBC Medan Johor. *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, Vol. 16, No. 2, 101-111.