

BAB II

TINJUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian dari peneliti terdahulu yang relevan akan digunakan sebagai acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan beberapa acuan penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik yang akan diteliti. Tinjauan penelitian terdahulu yang digunakan:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	Panjaitan & Yulianti (2016)	Variabel Independen 1. Kualitas Pelayanan Variabel Dependen 2. Kepuasan Konsumen	Populasi: Konsumen yang menggunakan jasa pengiriman JNE cabang Bandung. Sampel: 350 konsumen. Alat analisis: Analisis regresi linier berganda	Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
2	Tiza & Susanti (2019)	Variabel Independen: 1. Kualitas layanan Variabel Dependen: 2. Kepuasan Pelanggan	Populasi: seluruh pelanggan JNE cabang ulak karang. Sampel: 80 orang. Alat Analisis: Analisa regresi linear berganda	Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
3	Hendayana & Andryana (2021)	Variabel Independen: 1. Kepercayaan Konsumen 2. Kualitas Layanan Variabel Dependen 1. Kepuasan Pelanggan	Populasi: konsumen yang menggunakan jasa JNE Express di Pondok Gede. Sampel: 96 konsumen Alat Analisis: analisis regresi, korelasi dan uji hipotesis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4	Handayani & Putri (2023)	Variabel Independen: 1. Kualitas Pelayanan 2. Kepercayaan 3. Harga Variabel Dependen: 1. Kepuasan Pelanggan	Populasi: Mahasiswa prodi manajemen angkatan 2018 universitas pelita bangsa. Sampel: 95 orang. Alat analisis: Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena semakin tepat dan sesuai dengan yang di harapkan konsumen dalam penentuan harga dan kualitas yang sesuai manfaat jasa yang di berikan maka akan meningkatkan

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				kepuasan pelanggan.
5	Prihandoyo (2019)	Variabel Independen : 1. Kualitas Pelayanan Variabel Dependen : 2. Kepuasan Pelanggan	Populasi: orang-orang yang pernah melakukan pengiriman barang menggunakan jasa ekspedisi JNE Balikpapan. Sampel: 100 orang. Alat Analisis: Analisis regresi berganda	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh signifikan dan simultan terhadap kepuasan pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.1 di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu terdapat perbedaan antara satu peneliti dengan peneliti yang lain. Dari penelitian terdahulu di atas tentunya mempunyai perbedaan dari beberapa aspek yaitu objek, hasil penelitian, waktu penelitian dilaksanakan, populasi, sampel, serta hasil penelitiannya. Dari perbedaan setiap peneliti disimpulkan bahwa pada setiap penelitian tentu saja akan menghasilkan hasil yang berbeda-beda untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang ada.

B. Landasan teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2016) bahwa kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan para konsumen, Sedangkan Tjiptono & Candra (2012) mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan hasil yang diperoleh konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan dari pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi (Hilaliyah et al, 2017), Kepuasan pelanggan merupakan dapat diartikan sebagai tanggapan evaluasi yang dirasakan konsumen sesudah mendapatkan atau menggunakan produk atau jasa apakah dapat terpenuhi bagi konsumen itu sendiri, jika tidak terpenuhi konsumen akan memberikan nilai kepuasaan apa yang dirasakan oleh konsumen dengan memberikan nilai buruk terhadap produk atau jasa yang digunakan.

b. Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Irawan, 2002) sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk atau Jasa

Pelanggan akan merasa puas jika produk atau jasa yang digunakan memiliki kualitas yang baik.

2) Harga

Pelanggan yang sensitif biasanya akan melihat dari faktor ini, biasanya mereka akan merasa puas jika barang atau jasa yang mereka dapatkan harganya murah tetapi kualitas yang di peroleh tinggi.

3) Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan sangat tergantung terhadap pada manusia, sistem, dan teknologi. Manusia yang memegang peran penting terhadap faktor ini karena sulit untuk di tiru.

4) Faktor Emosional

Persepsi pelanggan sangat penting karena adanya nilai emosional yang di beri oleh brand tertentu

5) Kemudahan Mendapatkan Produk atau Jasa

Para pelanggan akan merasakan kemudahan jika barang atau jasa yang di inginkan para pelanggan relatif mudah di dapatkan.

6) Pelanggan akan merasakan kepuasan jika produk atau jasa yang di inginkan relatif mudah di dapatkan

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen memiliki indikator. Irawan (2009) menyebutkan ada empat indikator pada kepuasan konsumen yaitu:

a. Selalu membeli produk

Pelanggan akan mengkonsumsi atau menggunakan produk secara terus menerus apabila tercapainya apa yang mereka inginkan.

b. Kepuasan jasa secara menyeluruh

Merupakan ungkapan perasaan konsumen yang sudah diberikan pelayanan oleh perusahaan sesuai dengan yang konsumen inginkan.

c. Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen akan merekomendasikan kepada pihak lain jika mereka merasa puas menggunakan produk atau jasa yang telah mereka gunakan

d. Akan menggunakan jasa kembali

Merupakan sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2012) kualitas layanan merupakan gambaran tingkat harapan konsumen mengenai harapan konsumen mengenai barang atau jasa terhadap realita yang diberikan perusahaan. Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan

perusahaan guna untuk memenuhi harapan konsumen (Ridwan & Muhajirin, 2021).

Pelayanan yang berkualitas sangat berpera penting terhadap keuntungan bagi perusahaan. Semakin berKualitas Pelayanan yang di berikan, maka kepuasan yang akan di rasakan semakin tinggi (Panjaitan & Yuliati, 2016).

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan memiliki dimensi yang merupakan sebagai mengukur Kualitas Pelayanan yang dapat mengetahui jarak antara ekspektasi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima. Menurut Parasuraman et.al (1988) terdapat beberapa dimensi dari Kualitas Pelayanan diantara lain:

1) Berwujud (*tangible*).

Yaitu fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel. Para konsumen akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai sesuatu pada Kualitas Pelayanan.

2) Keandalan (*reliability*)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Pada dasarnya kinerja harus sesuai dengan harapan para konsumen ini seperti ketepatan waktu yang sudah dijanjikan, dan pelayanan terhadap semua pelanggan tanpa membuat kesalahan dan juga menunjukkan rasa sifat yang menarik.

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketersediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

4) Jaminan (*assurance*)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya, bebas dari resiko, keraguan, dan bahaya. Mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam mengenai pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

5) Empati (*empathy*)

adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Dapat disimpulkan bahwa kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Mowen & Minor (2012), kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Pendapat lainnya menurut Kotler & Keller (2016) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Di mana kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor

interpersonal dan antarorganisasi seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebaikan.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat dipahami bahwa kepercayaan merupakan gambaran singkat mengenai kepercayaan yang diciptakan melalui hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Terciptanya sebuah kepercayaan tentu saja ada faktor yang menjadi dasar tersebut.

b. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan memiliki beberapa indikator, menurut Casalo et.al (2011) adalah sebagai berikut:

1) *Ability* (kemampuan)

Merupakan sekelompok, keterampilan, kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan suatu pihak memiliki pengaruh dalam beberapa domain tertentu.

2) *Benevolence* (kebajikan)

Dimana pengertian di atas dapat disederhanakan bahwa *benevolence* (kebajikan atau kebaikan hati) merupakan sejauh mana perusahaan diyakini ingin berbuat baik kepada konsumen.

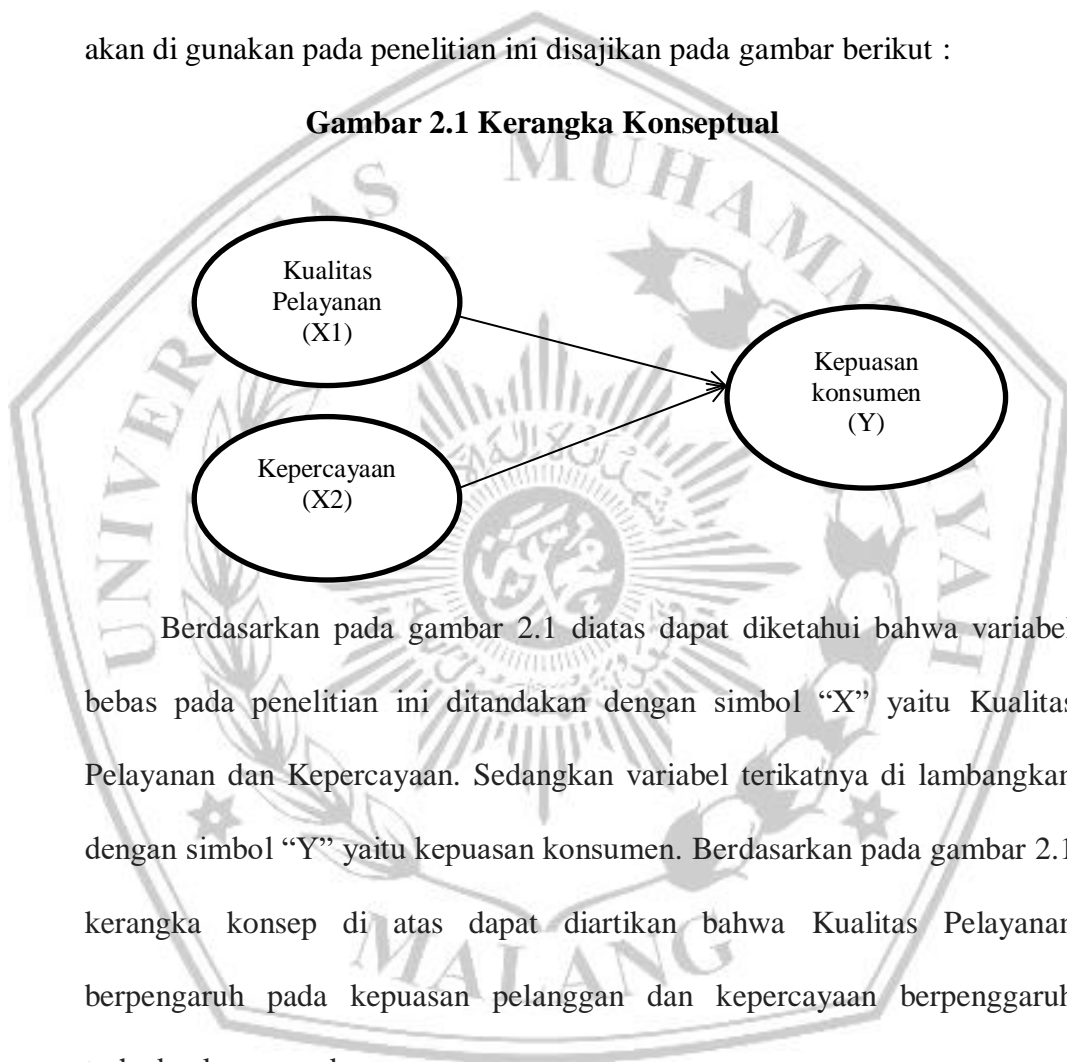
3) *Honesty* (kejujuran)

Kejujuran dalam konteks perusahaan adalah kejujuran yang melekat pada manusianya dalam memberikan informasi dan layanan yang dibutuhkan para pelanggan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Model konsep yang akan digunakan pada penelitian ini disajikan pada gambar berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Berdasarkan pada gambar 2.1 diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas pada penelitian ini ditandakan dengan simbol “X” yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan. Sedangkan variabel terikatnya di lambangkan dengan simbol “Y” yaitu kepuasan konsumen. Berdasarkan pada gambar 2.1 kerangka konsep di atas dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitiannya biasanya disusun

dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan rumusan masalah pada teori-teori dikemukakan hipotesis, yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu diantara lain Panjaitan & Yulianti (2016), Tiza & Susanti (2019), Hendayana & Andryana (2021), dan Prihandoyo (2019) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terciptanya kualitas layanan yang tinggi maka konsumen akan merasakan kepuasan yang tinggi tetapi ketika kualitas layanan yang diberikan rendah maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga rendah, berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE cabang Kota Blitar

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu diantara lain Hendayana & Andryana (2021), dan Handayani & Putri (2023) Dari beberapa penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ketika perusahaan dapat menimbulkan rasa kepercayaan yang didapat oleh konsumen tinggi maka kepuasan konsumen yang didapatkan konsumen juga akan tinggi, ketika sebaliknya tingkat kepercayaan konsumen rendah maka kepuasan yang di rasakan oleh konsumen juga

akan rendah. Berdasarkan penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis oleh peneliti sebagai berikut:

H2 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE cabang Kota Blitar

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti yaitu Hendayana & Andryana (2021), Handayani & Putri (2023). Menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka diajukan hipotesis oleh peneliti sebagai berikut:

H3 : Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE cabang Kota Blitar