

Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan: Literature Review

Hengki Siswo Utomo¹⁾, Mardani²⁾, Tubagus Regiasa Fajar³⁾

Universitas Primagraha^{1,2,3)}

hengkis.utomo@gmail.com¹, mardani.1906@gmail.com², regiasafajar@primagraha.ac.id³

ABSTRAK

Riset terdahulu atau riset yang relevan sangat penting dalam suatu riset atau artikel ilmiah. Riset terdahulu atau riset yang relevan berfungsi untuk memperkuat teori dan fenomena hubungan atau pengaruh antar variabel. Artikel ini mereview faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan suatu studi literatur Manajemen Pemasaran. Hasil artikel literature review ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci

Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

Previous or relevant research is fundamental in a study or scientific article. Prior or relevant research strengthens the theory and phenomenon of the relationship or influence between variables. This article reviews the factors that influence customer satisfaction in a study of the Marketing Management literature. The results of this literature review article are Service Quality affects Customer Satisfaction.

Keywords

Service Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kewajiban sebagai mahasiswa pada akhir tugas perkuliahan pastinya akan melakukan riset baik dalam bentuk skripsi, tesis maupun disertasi dan papers atau jurnal ilmiah. Begitu juga bagi para dosen aktif melakukan riset dan membuat artikel ilmiah yang di publikasi pada jurnal-jurnal ilmiah. Karya ilmiah merupakan sebagai salah syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi pada sebagian besar Perguruan Tinggi di Indonesia. Ketentuan ini berlaku hampir untuk level jenjang pendidikan S1, S2 dan S3. Berdasarkan pengalaman empirik banyak mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel pendukung untuk karya ilmiahnya sebagai penelitian terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang di teliti, untuk melihat hubungan antar variable dan membangun hipotesis, juga sangat diperlukan pada pembahasan hasil penelitian. Artikel ini membahas pengaruh kualitas pelayanan, terhadap Kepuasan pelanggan, suatu studi literatur Manajemen Pemasaran.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami harapan pelanggan atas produk yang dihasilkan atau jasa/layanan yang diberikan. Menurut Parasuraman, dalam Tjiptono (2006:70) terdapat lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas jasa pelayanan, yaitu: Bukti fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Emphaty).

Kepuasan pelanggan ditentukan setelah pembeli melakukan pembelian dan memakai atau menikmati produk atau jasa yang didapatkannya, jika dengan diharapkannya. Adanya kualitas produk kebutuhan dan keinginan konsumen akan terpenuhi. Jika kualitas produk memenuhi diatas standar ataupun standar, maka produk mendapatkan nilai berkualitas (Hanila & Hidayat, 2019). Purnamasari (2015) proses pembelian konsumen dalam melakukan mempertimbangkan kualitas produk. Konsumen memilih membeli produk berkualitas tinggi dibandingkan dengan produk yang berkualitas rendah. Harga yang terjangkau diikuti dengan penilaian kualitas suatu produk yang baik oleh konsumen dalam pembelian yang selanjutnya. Kualitas produk yang baik akan dipertimbangkan dalam melakukan pembelian dengan tujuan

untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk yang berkualitas membuat minat beli dalam keputusan pembelian.

Pada riset ini merumuskan pembahasan artikel literature review apakah kualitas pelayanan memiliki hubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan atau Service quality (SQ) adalah ketidaksesuaian antara harapan (E) sebuah layanan dengan kinerja (P) $SQ = P - E$. Sebuah Bisnis dengan Kualitas Pelayanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan konsumen sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Peningkatan kualitas pelayanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Tujuan ini dapat dicapai dengan memahami dan meningkatkan proses operasional mengidentifikasi masalah-masalah dengan cepat dan sistematis membangun pengukuran kinerja pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan serta mengukur Kepuasan Konsumen dan hasil kinerja lainnya Lovelock dan Wirtz (2011, p. 48) banyak pelayanan membutuhkan interaksi langsung antara konsumen dan pelaku usaha, perbedaan cara pelayanan antar satu penyedia pelayanan dengan yang lain sering terlihat dari sikap dan keahlian karyawannya (Kotler 2012). Giovana Asti¹, Avianti Ayuningtyas (2020).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut diatas kualitas pelayanan merupakan bentuk sudut pandang penilaian dari konsumen terhadap layanan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Karena kualitas merupakan sudut pandang yang harus diwujudkan oleh perusahaan dalam menarik klien baru atau untuk mempertahankan klien lama agar tidak berpindah terhadap perusahaan pesaing. Menurut (Steven Darwin, et al., 2014) mengungkapkan ada 22 faktor penentu service quality yang dirangkum ke dalam lima indikator dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible.

1. Reliability. Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga.
2. Responsiveness. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.
3. Assurance. Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi.

4. *Emphaty*. Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi.
5. *Tangible*. Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan hasil dari penilaian produk/pelayanan memberikan kenikmatan pemenuhan yang dirasa bisa memenuhi keinginannya. Kepuasan Pelanggan feeling pembeli perasaan yang memenuhi harapan. Kepuasan Pelanggan perilaku setelah pembelian sikap puas maupun tidak pada konsumen, kepuasan pelanggan fungsi harapan pembeli jasa yang dirasakan Terdapat beberapa dari Indikator kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2011: 229). Yaitu: a) Kesesuaian harapan jasa. b) Persepsi kinerja jasa dan c) Penilaian konsumen

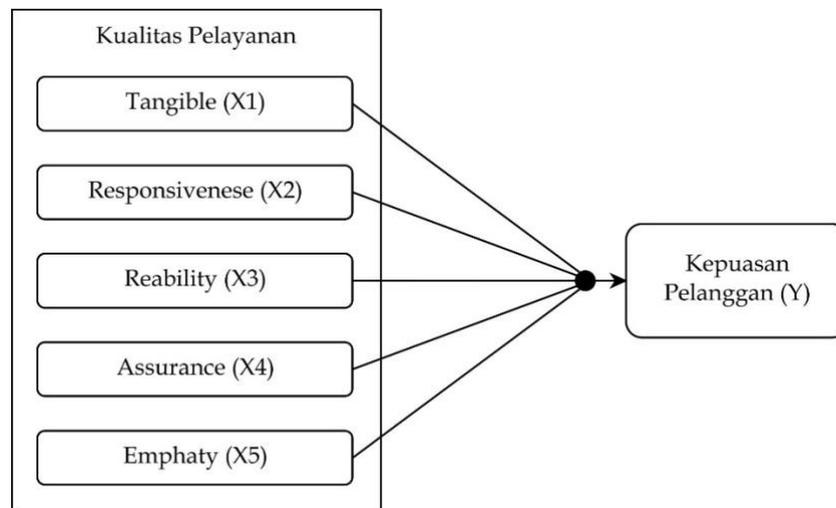
METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan studi literature atau Library Research. Mengkaji Buku-buku literature sesuai dengan teori yang di bahas khususnya di lingkup Manajemen Pemasaran. Disamping itu menganalisis artikel-artikel ilmiah yang bereputasi dan juga artikel ilmiah dari jurnal yang belum bereputasi. Semua artikel ilmiah yang di citasi bersumber dari Mendeley dan Scholar Google. Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Limakrisna, 2013).

Selanjutnya dibahas secara mendalam pada bagian yang berjudul "Pustaka Terkait" (Related Literature) atau Kajian pustaka "Review of Literature", sebagai dasar perumusan hipotesis dan selanjutnya akan menjadi dasar untuk melakukan perbandingan dengan hasil atau temuan-temuan yang terungkap dalam penelitian, (Ali & Limakrisna, 2013).

Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah penulisan artikel ini dan kajian studi literature review di peroleh kerangka artikel di bawah ini.



Gambar 1. Conceptual Framework

Berdasarkan kajian teori dan review hasil dari artikel yang relevan serta gambar dari conceptual framework, maka: kualitas Pelayanan (Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance dan Empathy) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari para peneliti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut: Parasuraman et al (1988) menyatakan Kepuasan Pelanggan terdiri 5 dimensi yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. Tangible (Berwujud) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, anggota dan materi komunikasi. Tangible merupakan kualitas pelayanan yang dapat dirasakan oleh panca indera manusia. Faktor Tangible merupakan salah satu aspek yang menjadi penilaian kepuasan pelanggan. Reliability (Keandalan) yaitu kemampuan untuk memenuhi Pelayanan yang dapat diandalkan dan akurat. Responsiveness (Daya Tanggap) yaitu kemampuan kerelaan dalam membantu konsumen dan memberikan Pelayanan yang cepat. Assurance (Jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki pegawai dan kemampuan menimbulkan kepercayaan orang lain dan diri sendiri. Empathy (empati) kepedulian terhadap kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penelitian Siswadi et al (2020) terdapat pengaruh positif kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hapzi Ali, Nanda Limakrisna & Djamalluddin Said (2016) juga menemukan kualitas pelayanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Riki Kristomi Agung Wibowo, Hapzi Ali & Rani Purwanti Kemalasari (2016) juga menemukan bahwa kualitas pelanggan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu Baruna Hadibrata, Chree Dasri Buchori, Nuryanti & Hapzi Ali (2018) juga menemukan kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya.

KESIMPULAN

1) Tangible berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. 2) Responsiveness berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. 3) Realibility berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. 4) Assurance berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan 5) Empathy berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

REFERENSI

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13-24.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Chaidir, J. (2022). Algorithm Design in the Procurement of Manpower with a Specific Time Work Agreement (Case Study at PT. Professional Indonesia Lantera Raga). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 10304-10315.
- Gong, T., & Yi, Y. (2018). The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. *Psychology & Marketing*, 35(6), 427-442.
- Huang, P. L., Lee, B. C., & Chen, C. C. (2019). The influence of service quality on customer satisfaction and loyalty in B2B technology service industry. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(13-14), 1449-1465.
- Kania, D., & Mudayat, M. (2022). Kinerja karyawan hotel bintang 4 dan bintang 5 di Bandung Raya. *Jurnal Integrasi Sumber Daya Manusia*, 1(1), 1-20.
- Lena, E. M., Mursito, B., & Hartono, S. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Pelayanan Pada Outlet 3 Second Surakarta (Consumer Purchase Interest Assessed From The Atmosphere Store, Location, And Word Of Mouth Case Study On Solo Boutique). *Jurnal Ekbis*, 22(1), 55-68.
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality.

Technology in Society, 64, 101487.

- Maddern, H., Maull, R., Smart, A., & Baker, P. (2007). Customer satisfaction and service quality in UK financial services. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(9), 999-1019.
- Nandan, S. (2010). Determinants of customer satisfaction on service quality: A study of railway platforms in India. *Journal of public transportation*, 13(1), 97-113.
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102414.
- Ooi, K. B., Lin, B., Tan, B. I., & Yee-Loong Chong, A. (2011). Are TQM practices supporting customer satisfaction and service quality?. *Journal of Services Marketing*, 25(6), 410-419.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10).
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Shokouhyar, S., Shokoohyar, S., & Safari, S. (2020). Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102139.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15-25.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297-318.
- Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021). Service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intention in restaurants: An integrated structural model. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 22(4), 447-475.