

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Pada bagian ini penulis akan menyajikan beberapa teori terkait dengan variabel yang digunakan didalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2.1.1. Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman, et al. (1994) kualitas layanan merupakan penilaian dari pelanggan mengenai layanan yang harusnya didapatkan dari penyedia layanan tersebut. Dimana ini berkaitan dengan ekspektasi pelanggan mengenai layanan yang akan diberikan saat mendatangi tempat tersebut. Hal ini menyebabkan kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan bagi pelanggan dikarenakan ekspektasi dari pelanggan tersebut terpenuhi atau terlampaui (Titan & Suasana, 2023).

Berdasarkan Harazneh, et al. (2020) kualitas layanan memiliki peran yang penting dalam memperoleh pelanggan dan keuntungan dalam jumlah yang besar. Alasan tersebut yang menyebabkan kualitas layanan memegang peran penting di dalam perusahaan dan kepuasan pelanggan. Kualitas dari layanan adalah faktor penting untuk perusahaan dalam mengembangkan bisnis dan menambah pelanggan lebih banyak lagi (Flores, et al., 2020). Hal ini menyebabkan semakin tinggi tingkat persaingan bisnis maka harus juga dilakukan peningkatan pada kualitas layanan. Nyan, et al. (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa atau produk akan bergantung pada kemampuan dari penyedia jasa

atau produk untuk memenuhi harapan maupun keinginan dari pelanggan. Pandangan pelanggan terhadap suatu bisnis akan berpengaruh terhadap pengalaman kunjungan yang dimiliki sebelumnya, dimana apabila pelanggan tersebut memiliki pandangan yang positif terhadap kualitas layanan yang dimiliki oleh penyedia jasa atau produk tersebut maka akan mendorong pelanggan tersebut menggunakan penyedia jasa atau produk yang sama lagi begitu pula sebaliknya apabila pelanggan tersebut memiliki pandangan yang negatif.

2.1.2. Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya dalam menjalankan bisnisnya perusahaan akan berusaha untuk memperkuat hubungan, menumbuhkan dan meningkatkan kepuasan pelanggan dimana pelanggan yang memiliki pengalaman positif terhadap perusahaan akan mempromosikan perusahaan secara gratis kepada kenalan atau orang disekitarnya mengenai perusahaan tersebut (Harazneh, et al., 2020). Pelanggan yang tidak puas terhadap perusahaan bisa menjadi salah satu penghambat perusahaan dalam mendapatkan pelanggan yang akan menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut dikarenakan kepuasan pelanggan bisa mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Nyan, et al. (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja dalam kualitas layanan. Perusahaan yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan mengenai kualitas layanan yang diberikan akan membentuk kepuasan pelanggan dimana kepuasan ini akan membuat perusahaan memiliki pelanggan yang loyal serta mendatangkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan (Herokholiqi & Cahyana, 2018). Dimana pelanggan yang merasa puas akan produk atau jasa yang diberikan akan membuat

mereka membeli lebih banyak lagi dan mempromosikanya kepada orang lain melalui mulut ke mulut yang dimana hal tersebut akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Flores, et al., 2020).

2.1.3. Loyalitas Pelanggan

Menurut Harazneh, et al. (2020) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan tanpa memperhatikan harga dan perusahaan yang memiliki produk atau jasa yang sama. Pelanggan akan menjadi *loyal* jika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan dan sebaliknya jika tidak mendapatkan pelayanan yang baik maka sulit untuk menjadi pelanggan yang *loyal*. Pelanggan yang tidak *loyal* kepada perusahaan akan mencari alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya dan akan meninggalkan perusahaan yang sebelumnya produknya dibeli atau jasanya digunakan (Titan & Suasana, 2023). Pelanggan akan menjadi *loyal* jika nilai yang didapatkan lebih besar dari apa yang diharapkan pelanggan dari kompetitor, dimana loyalitas mencerminkan kembalinya pelanggan dan frekuensi pembelian produk atau jasa kepada perusahaan (Harazneh, et al., 2020). Berdasarkan Japariato dalam Flores, et al. (2020) terdapat faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut:

1. Kepedulian, dimana pelanggan yang merasa dipedulikan oleh pemberi jasa atau produk akan merasa terpuaskan dan akan membeli kembali produk atau jasa tersebut yang menjadikan pelanggan tersebut *loyal* kepada penyedia jasa atau produk tersebut.

2. Kepercayaan, dimana pada poin ini diperlukan proses yang panjang sehingga kedua belah pihak bisa menjadi saling percaya. Setelah kepercayaan satu sama lain terjalin maka akan mudah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut.
3. Perlindungan, dalam hal ini perlindungan yang diberikan oleh penyedia jasa atau produk adalah kualitas produk, kualitas layanan dan layanan pelanggan sehingga pelanggan bisa yakin bahwa perusahaan memberikan perhatian yang maksimal pada pelanggan.
4. Kepuasan secara keseluruhan dimana ini adalah nilai dari pembelian atau pengkonsumian produk atau layanan yang diberikan dalam suatu periode waktu.

2.1.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Jurnal	Variabel dalam Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>The Role of Satisfaction as Mediator of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty</i> Titan & Suasana (2023)	<i>Service Quality (X), Satisfaction (M) dan Customer Loyalty (Y)</i>	Metode sampling yang digunakan adalah <i>purposeful sampling method</i> . Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Bukalapak dengan jumlah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan secara positif dan

			responden sebanyak 104 orang.	signifikan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu kepuasan pelanggan juga dapat memediasi secara signifikan dampak dari kualitas layanan pada loyalitas pelanggan.
2.	<i>Analysing Customer Loyalty, Customer Satisfaction and Service Quality at DLF Mall of India</i> Sao, et al. (2023)	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>convenient sampling method</i> . Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung DLF Mall of India dengan responden sebanyak 290 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS dan SEM.	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan memiliki efek yang positif terhadap loyalitas pelanggan.
3.	<i>Customer Satisfaction Mediates the Influence of Service Quality on Customer Loyalty in Islamic Banks</i>	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Metode sampling yang digunakan adalah <i>simple random sampling</i> . Responden	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan

	Setyadi, et al. (2023)		dalam penelitian ini adalah nasabah bank islam cabang Palembang dengan responden sebanyak 150 orang. Alat analisis yang digunakan adalah The Smart PLS 3 Software.	pelanggan. Kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu kepuasan pelanggan tidak bisa memediasi pengaruh dari kualitas layanan pada loyalitas pelanggan.
4.	<i>Effect of Service Quality and Customer Satisfacation on Customer Loyalty : A case study of starbucks in Malaysia</i> Pérez-Morón, et al. (2022)	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Starbucks di Malaysia dengan responden sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah IBM SPSS Statistics Software Version 26.	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu hasil dari hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah positif dan signifikan.
5.	<i>Effects of Service Quality and Customer satisfaction on Loyalty of Bank Customer</i> Supriyanto, et al. (2021)	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Metode sampling yang digunakan adalah <i>purposive random sampling</i> . Responden dalam penelitian ini	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan memiliki efek yang negatif terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kepuasan pelanggan memiliki efek

			adalah nasabah jasa perbankan di Malang dan Surabaya dengan responden sebanyak 1190 orang. Penelitian ini menggunakan IBM SPSS statistics dan AMOS 24 Versions sebagai alat analisisnya.	yang positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
6.	<i>Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty</i> Shrestha (2021)	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Metode sampling yang digunakan adalah <i>convenient sampling method</i> . Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Nepal Telecom dengan jumlah responden sebanyak 395.	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan memiliki dampak positif signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
7.	<i>The Mediation Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty</i>	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>random sampling method</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan jika terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Namun

	Nyan, et al. (2020)		Responden dalam penelitian ini adalah pengguna ponsel di KNUST, Ghana dengan jumlah responden sebesar 105 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Hayes Process Macro Model 4 .	kepuasan pelanggan yang dipengaruhi kualitas layanan tidak secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.
8.	<i>The Effect of Service Quality on Customer Loyalty mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency</i> Surahman, et al. (2020)	<i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i>	Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan desa wisata di Kabupaten Badung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan PLS sebagai alat analisis.	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan memiliki efek yang negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sementara pada loyalitas pelanggan memiliki efek yang negatif tetapi tidak signifikan sedangkan kepuasan pelanggan memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu kepuasan pelanggan sepenuhnya dapat memediasi

				hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.
9.	<p><i>The Effect of Customer Satisfaction Mediation for the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty</i></p> <p>Flores, et al. (2020)</p>	<p><i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i></p>	<p>Metode sampling yang digunakan adalah <i>accidental sampling method</i>. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Timor Plaza, Hotel Novu Turizmo Resort & SPA dan Hotel Golgota di Deli dengan jumlah responden sebanyak 99 orang. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan sedangkan kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu kualitas layanan juga secara tidak signifikan berpengaruh pada loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan</p>
10.	<p><i>An Assessment of the Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty</i></p>	<p><i>Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Satisfaction</i></p>	<p>Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>snowball sampling method</i>. Responden dalam</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan loyalitas layanan dan kepuasan layanan memediasi hubungan antara kualitas layanan</p>

	Yadav & Rai (2019)		penelitian ini adalah nasabah Bank SBI, PNB, HDFC dan ICICI dengan responden sebanyak 400 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 20.	dan loyalitas pelanggan.
--	--------------------	--	--	--------------------------

Sumber: Jurnal Pada Penelitian Terdahulu

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Titan & Suasana (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan oleh Bukalapak dapat secara langsung berkontribusi untuk menaikkan loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Shrestha (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Nepal Telecom (NTC) memberikan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu dilakukan pula penelitian di Ghana oleh Nyan, et al. (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dirumuskan lah hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2.2.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pérez-Morón, et al. (2022) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian tersebut menampilkan bahwa Starbucks telah memuaskan pelanggannya dengan memberikan kualitas produk dan layanan yang tinggi. Selain itu terdapat hasil yang signifikan dari hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Yadav & Rai (2019). Penelitian lain juga dilakukan oleh Titan & Suasana (2023) menyimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dirumuskan lah hipotesis sebagai berikut:

H2: Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian pada jurnal utama menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Titan & Suasana, 2023). Pelanggan yang puas memiliki kemungkinan besar akan kembali lagi sedangkan pelanggan yang merasa tidak puas akan dengan mudah beralih ke pesaing lain. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Surahman, et al. (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan pada nasabah

bank di Malang dan Surabaya memiliki hasil bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Supriyanto, et al. (2021). Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut:

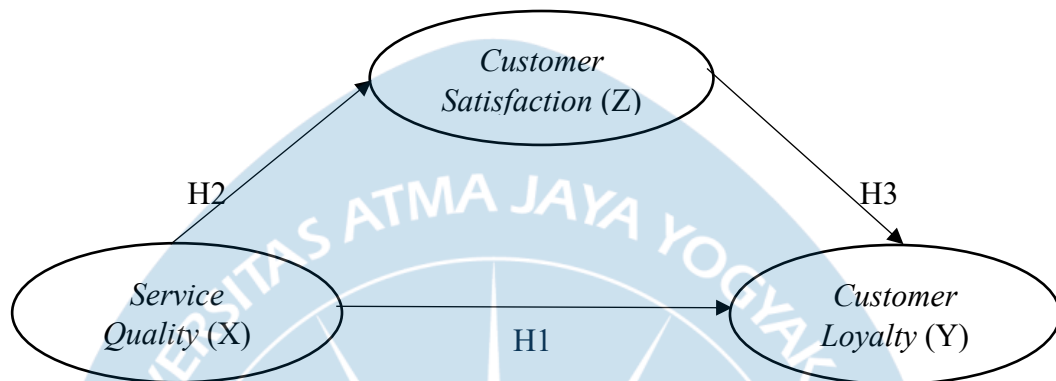
H3: Tingkat kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan

2.2.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Pengaruh Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Titan & Suasana (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi secara signifikan dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Surahman, et al. (2020) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat sepenuhnya memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Di mana untuk mendapatkan loyalitas pelanggan maka pelaku bisnis harus mampu untuk menciptakan kepuasan pelanggan terlebih dahulu. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Setyadi, et al. (2023) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak bisa memediasi pengaruh dari kualitas layanan pada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Flores, et al. (2020) dimana penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh mediasi yang signifikan terhadap hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut:

H4: Kepuasan pelanggan secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

2.3. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1. Kerangka Penelitian

Sumber: Diadaptasi dari Titan & Suasana (2023)