

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka merupakan tinjauan atau perbandingan penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian sekarang. Hal itu menjadi referensi bagi penulis tentang bagaimana penelitian terdahulu baik dari segi alat pengukuran yang digunakan, pengolahan data, dan *tools* yang digunakan (Suwintari, 2012). Berikut merupakan beberapa pustaka terkait dengan penelitian ini :

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Bozorgi (2007) melakukan penelitian di maskapai penerbangan *Iran Aseman Airlines* (IAA). Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana tingkat kepuasan penumpang *Iran Aseman Airlines* (IAA) dan bagaimana pengelola dapat meningkatkan kualitas layanan mereka. Bozorgi mempelajari model berbeda dengan menggunakan pengukuran kualitas pelayanan dan model *Gronroos* yang komprehensif. Bozorgi mengembangkan dan mengadopsi model tersebut untuk mencakup berbagai aspek layanan penerbangan. Kuesioner yang dirancang berdasarkan literatur untuk menguji tujuh faktor kualitas pelayanan di *Gronroos model*. Hasilnya adalah penumpang IAA tidak puas dengan layanan yang dirasakan. Usulan yang diberikan kepada pengelola yaitu pengelola diharapkan dapat fokus pada harapan penumpang. Bukti nyata, jaminan, daya tanggap, kehandalan, empati, citra dan kualitas teknis tujuh fitur dari model yang digunakan

seluruhnya dirasakan penumpang tidak puas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengelola harus melatih karyawan, meningkatkan fasilitas visual dan mengkoordinasikan seluruh karyawan dalam departemen dan organisasi yang terlibat dengan layanan IAA. IAA juga harus mengukur kepuasan penumpang dan kualitas pelayanannya secara berkala untuk menjaga layanan kepuasan pelanggan.

Hadiyati (2009) melakukan penelitian untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan PT. Pos Indonesia (persero) Kantor Pos Lawang dengan menggunakan atribut *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap loyalitas pelanggan. Metode regresi linier berganda, F-test dan t-test digunakan untuk menganalisis data. Hasil membuktikan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dari kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang, baik secara simultan maupun parsial. Selain itu, variabel keandalan kualitas pelayanan diidentifikasi sebagai variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Purnamawati (2009) meneliti tentang indikator kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Surabaya. Tingkat segmentasi pelanggan diketahui menggunakan metode *SERVQUAL* yang meliputi 5 dimensi utama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dan *analytic hierarchy process*. Berdasarkan tingkat segmentasi pelanggan diperoleh hasil bahwa rata-rata tingkat harapan cluster 2 lebih

tinggi dari cluster 1. Dari hasil analisis *SERVQUAL* terbobot diketahui indikator yang harus ditingkatkan kualitas layanannya adalah *Lay Out*/tata letak ruangan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, luas ruangan yang memadai, jumlah loket yang tersedia, fasilitas ruang tunggu yang nyaman, keramahan, kesopanan, dan rasa bersahabat pihak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil terhadap pelanggan, karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik, karyawan dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan.

Cahyana et al. (2010), melakukan penelitian tentang pembuatan aplikasi penilaian kualitas jasa/layanan retail. Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan layanan/jasa retail adalah metode *Retail Service Quality* dan *Analytic Hierarchy Process*. Metode *Retail Service Quality* dirancang sesuai dengan karakteristik sifat dari jasa/layanan. Aplikasi yang dibuat mampu memberikan kemudahan dalam pengukuran tingkat kualitas jasa/layanan perusahaan maupun toko retail. Sistem dapat digunakan untuk membandingkan nilai kualitas layanan per aspek serta membandingkan nilai total kualitas layanan, serta dapat membantu manager untuk mengetahui posisi atau peringkat perusahaannya dibandingkan dengan posisi perusahaan lain serta membandingkan perolehan nilai kualitas layanan perusahaannya dengan nilai kualitas layanan perusahaan lain.

Aryani dan Rosinta (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana

kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan itu. Penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang dianalisis dengan *Structural Equation Modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dimensi, yaitu bukti fisik, empati, kehandalan, kecepatan, dan jaminan positif mempengaruhi kualitas pelayanan. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yulianti & Kurniawan, (2011), bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan seperti kefasihan, hormat, garansi, perhatian dan bukti riil serta mengetahui faktor-faktor dominan yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kerta Gaya Pusaka perusahaan ekspedisi cabang Banjarmasin. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kelancaran, hormat, garansi, perhatian dan bukti nyata secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kerta Gaya Pusaka perusahaan ekspedisi cabang Banjarmasin. Di sisi lain, yang paling dominan yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor bukti nyata dengan kepuasan pelanggan dengan jumlah korelasi parsial ( $r^2$ ) = 46,3%. Secara umum, pelaksanaan kelancaran, hormat, garansi, perhatian dan variabel bukti nyata perusahaan cukup baik, tetapi lebih baik jika perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu perusahaan juga

perlu memperbaiki kualitas layanan mereka sehingga pelanggan akan menjadi lebih loyal kepada perusahaan, mengingat persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan ekspedisi di Banjarmasin.

## **2.2. Penelitian Sekarang**

Penelitian yang dilakukan sekarang bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan di PT. Herona Express, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspedisi pengiriman barang di Yogyakarta. Perusahaan belum mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dari aspek bukti fisik, empati, daya tanggap, jaminan, dan kehandalan. Perusahaan juga belum mengetahui atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas pelanggan.

Jika terdapat kesenjangan, maka perusahaan berniat untuk meningkatkan pelayanannya sesuai dengan dimensi jasa yang dianggap penting bagi pelanggan. Pengujian kualitas jasa dilakukan dengan menggunakan metode *SERVQUAL*. Metode *SERVQUAL* digunakan untuk mengetahui apakah ada kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan ekspektasi pelanggan.

Setelah mendapatkan hasil perhitungan dari metode *SERVQUAL*, selanjutnya dilakukan pembobotan pada setiap atribut-atribut jasa PT. Herona Express. Pembobotan atribut-atribut tersebut menggunakan metode *Analytic hierarchy process (AHP)*. Hasil dari perhitungan ini menghasilkan nilai *SERVQUAL* terbobot.

Dari hasil perhitungan *SERVQUAL* terbobot akan terlihat apakah terdapat kesenjangan (*GAP*) antara pelayanan yang diberikan dengan ekspektasi konsumen. Selain itu, dapat juga dilihat atribut-atribut yang

memiliki kesenjangan (*GAP*) terbesar. Penentuan prioritas dilakukan dengan metode *AHP* dan *Importance-Performance Diagram*. *Importance-Performance Diagram* memberikan keterangan atribut apa saja yang dianggap konsumen penting namun kurang memuaskan, penting dan sudah memuaskan, tidak penting dan kurang memuaskan maupun *overskill*.

Hasil dari analisis data akan dibuat analisis sebab-akibat mengapa terjadi kesenjangan dengan menggunakan diagram *Fishbone*. Diagram ini membantu untuk mencari dan mengetahui penyebab terjadinya ketidakpuasan pelanggan PT. Herona Express. Selanjutnya dapat diberikan usulan perbaikan berdasarkan penyebab terjadinya ketidakpuasan pelanggan.