

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

Salah satu model yang banyak digunakan dalam bidang kualitas layanan adalah *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990). *SERVQUAL* adalah model yang berfokus pada pelanggan untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan mereka. Model ini terdiri dari kuesioner yang menilai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dalam lima dimensi, yaitu: (Manunggal, B., & Afriadi, 2023).

1. **Tangibles** : Dimensi ini berkaitan dengan aspek fisik layanan, seperti kondisi fasilitas, peralatan, dan penampilan staf.
2. **Keandalan** : Keandalan merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten dan sesuai dengan janji yang telah disampaikan.
3. **Ketanggapan** : Dimensi ini mengukur sejauh mana penyedia layanan siap dan sigap dalam memenuhi kebutuhan serta menjawab pertanyaan pelanggan.
4. **Jaminan** : Jaminan mencakup pengetahuan, sikap ramah, dan kepercayaan yang dimiliki penyedia layanan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan.
5. **Empati** : Empati berkaitan dengan perhatian, kepedulian pribadi, serta pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan yang diterjemahkan dalam layanan yang lebih personal.

2.1.1 Logistics Service Quality

Logistics Service Quality merupakan penilaian pelanggan mengenai layanan yang disediakan oleh penyedia logistik, mencakup semua interaksi dan proses dalam pengiriman barang. Kualitas ini sangat krusial karena dapat berdampak pada kepuasan pelanggan serta pilihan pembelian di masa depan (Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, 2001).

Menurut Mentzer (2001) terdapat dua tahap yang perlu diperhatikan dalam mencapai kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan logistik. Tahap pertama adalah order placement, yang merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menerima pesanan dari konsumen. Tahap ini juga mencakup interaksi antara staf perusahaan dan konsumen saat proses pemesanan berlangsung. Kualitas interaksi ini sangat penting, karena dapat memengaruhi persepsi awal pelanggan terhadap layanan yang akan mereka terima. Tahap kedua adalah order receipt, yang mengacu pada proses di mana pesanan konsumen diterima dan diproses hingga sampai di tujuan dengan tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan. Pada tahap ini, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa semua detail pesanan terpenuhi, termasuk ketepatan waktu pengiriman dan kondisi barang saat diterima oleh pelanggan. Kedua tahap ini saling terkait dan berkontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa logistik yang ditawarkan.

2.1.2 *Service Quality Operational*

Menurut (Parasuraman, 1988), *Service Quality Operational* dapat didefinisikan sebagai kemampuan sebuah perusahaan atau lembaga untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan secara efektif. Ini meliputi semua aspek layanan mulai dari desain hingga penggunaannya, serta bagaimana layanan tersebut diproses dan disampaikan kepada pelanggan.

Logistik yang mampu memberikan kualitas layanan terbaik kepada pelanggan akan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan (Ibrahim, M., & Thawil, 2019). Dengan demikian, kualitas layanan yang tinggi tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Dam, S. M., & Dam, 2021).

2.1.3 Service Quality Personal

Service quality personal cukup penting untuk membangun kepuasan pada pelanggan. Pekerja yang berinteraksi langsung dengan pelanggan perlu dilatih dalam komunikasi yang efektif serta keterampilan interpersonal, sehingga mereka dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan serta memberikan *Service quality personal* yang baik. Selain itu, memberikan sesuatu dan pengakuan kepada pekerja yang memberikan layanan pelanggan yang luar biasa dapat memotivasi mereka untuk meningkatkan kualitas layanan. Untuk meningkatkan standar *Service quality personal*, perusahaan logistik sebaiknya fokus pada penyediaan layanan yang dipersonalisasi dan menyesuaikan penawaran mereka agar sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelanggan. Perusahaan dapat menyediakan opsi pengiriman yang fleksibel dan dapat disesuaikan, seperti pengiriman pada hari yang sama atau pada waktu tertentu, untuk memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Selain itu, penyedia layanan logistik harus merekrut karyawan yang terampil dan memberikan pelatihan serta sumber daya yang cukup untuk mendukung interaksi personal yang berkualitas (Lin & Masukujjaman, 2023).

Service quality personal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila penyedia jasa logistik meningkatkan kualitas pelayanan pegawai, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Sementara itu, variabel *Service quality personal* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, apabila penyedia jasa logistik meningkatkan *Service quality personal*, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat (Restuputri & Masudin, 2021).

2.1.4 Service Quality Technical

Service quality technical mencakup semua aspek yang berkaitan dengan apa yang diterima oleh pelanggan sebagai hasil dari layanan.

Meliputi ketepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta efisiensi dalam penyampaian layanan. *Service quality technical* dianggap sebagai elemen penting dalam membangun pandangan positif konsumen terhadap suatu layanan (Bitner & Gremler, 2010). Jika konsumen tidak diberikan *service quality technical* yang baik. Maka, mereka cenderung kesulitan untuk mengakui atau menerima adanya pengaruh signifikan antara kualitas layanan teknis dengan tingkat kepuasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman buruk atau kurangnya eksposur terhadap layanan teknis yang berkualitas dapat menghalangi pelanggan untuk mengaitkan aspek *service quality technical* dengan kepuasan mereka secara keseluruhan (Restuputri & Masudin, 2021). *Service quality technical* mencakup semua aspek yang berkaitan dengan apa yang diterima oleh pelanggan sebagai hasil dari layanan. Meliputi ketepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta efisiensi dalam penyampaian layanan. *Service quality technical* dianggap sebagai elemen penting dalam membangun pandangan positif konsumen terhadap suatu layanan (Bitner & Gremler, 2010).

Konsumen tidak diberikan *service quality technical* yang baik. Maka, mereka cenderung kesulitan untuk mengakui atau menerima adanya pengaruh signifikan antara kualitas layanan teknis dengan tingkat kepuasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman buruk atau kurangnya eksposur terhadap layanan teknis yang berkualitas dapat menghalangi pelanggan untuk mengaitkan aspek *service quality technical* dengan kepuasan mereka secara keseluruhan (Restuputri & Masudin, 2021).

2.1.5 Customer Satisfaction

Customer Satisfaction merupakan tingkat yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterimanya dengan harapannya. Hal ini menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil proses evaluasi yang dilakukan konsumen setelah menggunakan atau merasakan suatu produk atau jasa yang diberikan. Dengan itu, kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan sesuai dengan apa yang

sebenarnya diterima, sehingga menimbulkan pengalaman positif atau negatif bagi pelanggan. *Customer Satisfaction* ini sangat penting karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan keputusan untuk menggunakan produk atau layanan lagi atau tidak (Kotler, P. and Keller, 2016).

Customer Satisfaction atau kepuasan pelanggan atas produk atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa logistik memiliki dampak signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diperolehnya maka hal ini akan meningkatkan loyalitas mereka kepada penyedia jasa logistik. Pelanggan yang puas cenderung untuk menggunakan jasanya lagi dengan penyedia jasa tersebut. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka mereka mungkin akan mencari alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan transportasi dan logistik mereka. Dengan demikian, fokus pada meningkatkan customer satisfaction menjadi strategi penting bagi penyedia jasa logistik untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan mempromosikan reputasi positif perusahaan (El-Adly, 2019).

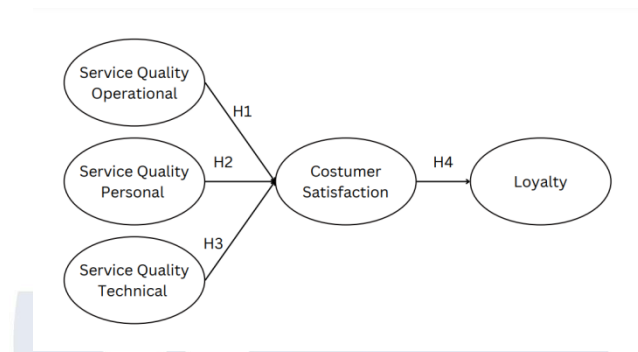
2.1.6 Loyalty

Loyalty pelanggan ialah komitmen pelanggan untuk membeli atau menggunakan kembali barang atau layanan yang dipilih tetap konsisten di masa mendatang. Dengan demikian, pemilihan *logistics service providers* atau LSP yang sama akan digunakan lagi, meskipun pengaruh dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan yang belum banyak diteliti dalam logistik kemanusiaan (Dam, 2021).

Tingkat pembelian yang tinggi karena *loyalty* pelanggan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, termasuk menciptakan citra

positif terhadap produk kita sehingga pelanggan akan menghargai produk kita kepada pelanggan lain, menukar produk lain, dan meningkatkan potensi *cross-buying* (Bruhn & Grund, 2000).

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Model penelitian ini merujuk pada model penelitian oleh (Juga, J., Juntunen, J., & Grant, 2010) yang berjudul “Service quality and its relation to satisfaction and loyalty in logistics outsourcing relationships” dengan variable *service quality operational*, *service quality personal*, *service quality technical*, *costumer satisfaction* dan *loyalty*.

2.3 Hipotesis

2.3.1 *Service quality operational* berpengaruh positif terhadap *Costumer satisfaction*

Pada penelitian (Natsir, 2015) “Pengaruh kinerja operasional terhadap kepuasankonsumen” menunjukkan bahwa *service quality operational* berpengaruh positif terhadap *costumer satisfaction*. Yang mana pada penelitian ini *Service quality operational* sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian “Operations in banking: the service quality and effects on satisfaction and loyalty” menunjukkan bahwa *service quality operational* berpengaruh positif terhadap *costumer satisfaction*. Pada penelitian bank ini kepuasan konsumen sangat bergantung terhadap

service quality operational. Pada penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS INDONESIA di kota Batam” menunjukkan bahwa *service quality operational* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Pada penelitian ini *service quality operational* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan POS.

H1 : *Service quality operational* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*

2.3.2 *Service quality personal* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*

Pada penelitian (Masudin, I., Safitri, NT, Restuputri, DP, Wardana, RW, & Amallynda, 2020) yang berjudul “The effect of humanitarian logistics service quality to customer loyalty using Kansei engineering: Evidence from Indonesian logistics service providers” menunjukkan bahwa *service quality personal* logistik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jadi, apabila *service quality personal* ditingkatkan, maka *customer satisfaction* akan meningkat. Pada penelitian (Restuputri, D. P., Indriani, T. R., & Masudin, 2021) yang berjudul “The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic” menunjukkan bahwa *service quality personal* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Pada penelitian (Lin, X., Mamun, A. A., Yang, Q., & Masukujjaman, 2023) “Examining the effect of logistics service quality on customer satisfaction and re-use intention” bahwa *service quality personal* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Ketika *service quality personal* meningkat, pelanggan cenderung lebih puas dengan layanan logistik yang diterima.

H2 : *Service quality personal* berpengaruh positif terhadap *Costumer satisfaction*

2.3.3 *Service quality technical* berpengaruh positif terhadap *Costumer satisfaction*

Pada penelitian (Restuputri, D. P., Indriani, T. R., & Masudin, 2021) dengan judul “The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic” bahwa *service quality technical* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *costumer satisfaction*. Pada penelitian ini mengatakan semakin tinggi *service quality technical* semakin tinggi pula *costumer satisfaction*. Pada penelitian (Masudin, I., Safitri, NT, Restuputri, DP, Wardana, RW, & Amallynda, 2020) dengan judul “The effect of humanitarian logistics service quality to customer loyalty using Kansei engineering: Evidence from Indonesian logistics service providers” menyatakan bahwa *service quality technical* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *costumer satisfaction*.

H3 : *Service quality technical* berpengaruh positif terhadap *Costumer satisfaction*

2.3.4 *Costumer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*

Pada penelitian (Masudin, I., Safitri, NT, Restuputri, DP, Wardana, RW, & Amallynda, 2020) dengan judul “The effect of humanitarian logistics service quality to customer loyalty using Kansei engineering: Evidence from Indonesian logistics service providers” menunjukkan bahwa bahwa *Costumer satisfaction* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *Loyalty*. Adanya korelasi yang relevan antara logistik komersial dan logistik kemanusiaan, yaitu kepuasan pelanggan mempengaruhi *loyalty* pelanggan. Pada penelitian (Miguel-Dávila, J. Á., Cabeza-García, L., Valdunciel, L., & Flórez, 2010) ” Operations in banking: the service quality

and effects on satisfaction and loyalty” menyatakan bahwa *Costumer satisfaction* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *Loyalty*.

H4 :*Costumer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
1	Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2010).	Logistics Service Quality as a Segment-Custo-mized Process.	Definisi Logistics Service Quality
2	Parasuraman, Berry, Leonard, & Zeithaml, (1988)	A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.	Definisi Service Quality Operational
3	Saura, I. G., Frances, D. S., Contri, G. B., & Blasco, M. F.	Logistics service quality: A new way to loyalty. Industrial management & data systems.	Definisi Service Quality Operational
4	Lin X, Mamun AA, Yang Q, Masukujjaman M (2023)	Examining the effect of logistics service quality on customer satisfaction and re-use intention	Definisi Service Quality Personal
5	Dian Palupi Restuputri, Tri Ratna Indriani & Ilyas Masudin, (2021)	The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID 19 pandemic.	Definisi Service Quality Personal
			Service quality personal berpengaruh positif terhadap Costumer satisfaction
			Service quality technical

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
			berpengaruh positif terhadap Customer satisfaction
6	Ilyas Masudin, Nika Tampi Safitri, Dian Palupi Restuputri, Rahmad Wisnu Wardana & Ikhlusul Amallynda, (2020)	The effect of humanitarian logistics service quality to customer loyalty using Kansei engineering: Evidence from Indonesian logistics service providers	Definisi Service Quality Technical
			Service quality personal berpengaruh positif terhadap Customer satisfaction
			service quality technical menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap customer satisfaction
			bahwa Customer satisfaction menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap Loyalty
7	Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J. (2000)	Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm	Definisi Service Quality Technical
8	Kotler, P., & Keller, K.L. (2016)	Marketing Management	Definisi Customer Satisfaction
9	El-Adly, M. I. (2019)	Modelling the relationship between hotel perceived	Definisi Customer Satisfaction

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
		value, customer satisfaction, and customer loyalty.	
10	Bruhn, M., & Grund, M. A. (2000).	Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS)	Definisi Loyalty
11	Oliver, R. L. (1999)	Whence consumer loyalty? Journal of Marketing	Definisi Loyalty
12	Lin X, Mamun AA, Yang Q, Masukujjaman M (2023)	Examining the effect of logistics service quality on customer satisfaction and re-use intention	Service quality personal berpengaruh positif terhadap Customer satisfaction
13	Muhammad Natsir	Pengaruh kinerja operasional terhadap kepuasan konsumen	Service quality operasional berpengaruh positif terhadap Customer satisfaction
14	Al Amin	Pengaruh kualitas pelayanan dan standar operasional prosedur terhadap kepuasan pelanggan pada PT POS INDONESIA di kota Batam	Service quality operasional berpengaruh positif terhadap Customer satisfaction
15	Miguel-Dávila, J. Á., Cabeza-García, L., Valdunciel, L., & Flórez, M. (2010).	Operations in banking: the service quality and effects on satisfaction and loyalty	Service quality operasional berpengaruh positif terhadap Customer satisfaction
			Costumer

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
			satisfaction menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap Loyalty
16	Sri Lestari Ramadhani Nasution , Ermi Girsang , Ali Napiyah Nasution, Heris Dwityo Pelawinta	Analyzed the Quality of Services Unit Outpatients BPJS Insurance in the Hospital of Kolonel Abunjani Bangko	Service quality technical berpengaruh positif terhadap Costumer satisfaction
17	Stank, T. P., Goldsby, T. J., Vickery, S. K., & Savitskie, K. (2003).	Logistics service performance : estimating its influence on market share	Costumer satisfaction menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap Loyalty

