

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan indikator yang sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keeksian yang semakin ketat ini. menurut Kotler dalam Muhtosim kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat.¹⁸

b. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan *durabilitas*, *realibiliyas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk jga atribut produk lainnya.¹⁹

c. Indikator Kualitas Produk

Menurut Millins, Orville, Larrecher, dan Boyd indikator kualitas produk ada 7 yaitu²⁰:

¹⁸ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

¹⁹ Didik Harjadi dan Iqbal Arraniri, *Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (Kuningan, 2021).

²⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2004), 283.

- 1) Kinerja (*Performance*) spesifikasi produk yang dapat diperjual belikan
- 2) Keandalan (*Reability*) produk tersebut susah dipakai
- 3) Kesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) memiliki kaitan dengan karakteristik dan operasi yang sudah sesuai dengan standar yang diteapkan
- 4) Daya tahan (*Durbility*) memiliki kaitan berapa lama produk tersebut dapat bermanfaat dengan orang lain.
- 5) Estetika (*Asthetic*) produk memiliki peona yang baik terhdap panca indra.
- 6) Fitur (*Fetures*) fitur produk yang digunakan untuk menambah kesempurnaan terhadap fungsi produk yang lain.
- 7) Kesan kualitas (*Perceived Quality*) preseps konsumen dari yang didapat mulai dari harga, merk, iklan, reputasi dan juga negara asal.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra, kualitas pelayanan adalah sebagai tingkatan untuk menilai tingkat kualitas layanan yang diberikan mampu sesuai perkiraan atau harapan anggota ²¹

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono ²², ada 5 indikator kualitas pelayanan:

²¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 157.

²² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 59.

- 1) Daya tanggap (*Responsiveness*) adanya keinginan atau kemampuan karyawan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tanggap.
- 2) Jaminan atau kepastian (*Assurance*) kemampuan karyawan untuk memberikan kepercayaan dan keinginan anggota
- 3) Perhatian yang tulus (*Empathy*) perasaan yang memberikan tingkat kepedulian
- 4) Bukti fisik kemampuan (*Tangibles*) untuk memberikan pelayanan yang handal dan cepat.
- 5) Keandalan (*Reability*) kemampuan untuk meningkatkan atau memajukan layanan yang handal.

3. Kepuasan Anggota

a. Definisi Kepuasan Anggota

Menurut Philip dan Kotler kepuasan anggota merupakan perasaan seorang anggota baik senang maupun kecewa setelah mengevaluasi antara hasil keahlian yang didapatkan dengan apa yang diharapkan.²³

b. Manfaat Kepuasan Anggota

Menurut Kasmir, dalam memberikan kepuasan anggota akan ada pengaruh profitabilitas bagi sebuah perusahaan²⁴:

- 1) Terciptanya loyalitas anggota.
- 2) Adanya hubungan harmonis antara perusahaan dengan anggota.
- 3) Terjadinya pembelian ulang.

²³ Philip and Kotler *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Indeks 2005) 70

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2000), 238

c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Anggota

Menurut Rahma Luiyoadi terdapat 5 faktor yang harus diperhatikan perusahaan untuk memengaruhi kepuasan anggota :²⁵

- 1) Kualitas produk anggota merasa senang ketika mendapatkan produk dari perusahaan
- 2) Kualitas pelayanan anggota merasa puas ketika mendapat pelayannya dari perusahaan
- 3) Emosional anggota memiliki rasa bangga ketika memiliki produk yang bagus
- 4) Harga menawarkan produk yang berkualitas tapi harga lebih murah dengan yang lain
- 5) Biaya tidak ada tambahan biaya untuk produk yang lain.

d. Indikator Kepuasan Anggota

Menurut Irawan ada 3 indikator kepuasan anggota yaitu sebagai berikut: ²⁶

- 1) Kepuasan jasa secara menyeluruh anggota yang memiliki rasa puas terhadap kinerja pihak perusahaan
- 2) Merekomendasikan kepada pihak lain ketika anggota puas maka akan mempromosikan secara cuma-cuma
- 3) Menggunakan kembali jasa tersebut ketika anggota merasa puas maka akan melakukan pembelian kembali

4. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Anggota

Produk memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan, sebab itu perusahaan dituntut untuk menjaga kualitas produk agar anggota

²⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, ed. ke-3 (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 228.

²⁶ Swasta Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta:Liberty,2008) 38

merasa puas, produk yang berkualitas tinggi akan membentuk kesenangan anggota sehingga dapat mempertahankan kredibilitas perusahaan, kualitas produk tinggi secara tidak langsung akan memberikan kepuasan anggota, oleh karena itu kualitas produk memiliki peran dan hubungan pada kepuasan seorang konsumen ²⁷.

5. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Anggota

Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan anggota terhadap layanan akan mempengaruhi evaluasi atas sikap mereka dengan kesenangan atas pelayanan yang diterima, kepuasan biasanya berhubungan dengan peningkatan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan dan sebaliknya.²⁸ Kotler dan Keller menambahkan bahwa kualitas pelayanan adalah kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan anggota dimana kualitas yang lebih tinggi umumnya menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi²⁹

6. Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Anggota

Ketiga variabel ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan, karena kepuasan anggota dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat anggota itu puas, diantara faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan.³⁰

²⁷ Tjiptono *Pemasaran jasa* 150

²⁸ Tjiptono *Pemasaran jasa* 150

²⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. ke-12, terj. Benyamin Molan (Jakarta: Indeks, 2007).

³⁰ Handi Irawan, *Kepuasan Pelayanan Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2004), 37.

B. Kerangka Berpikir

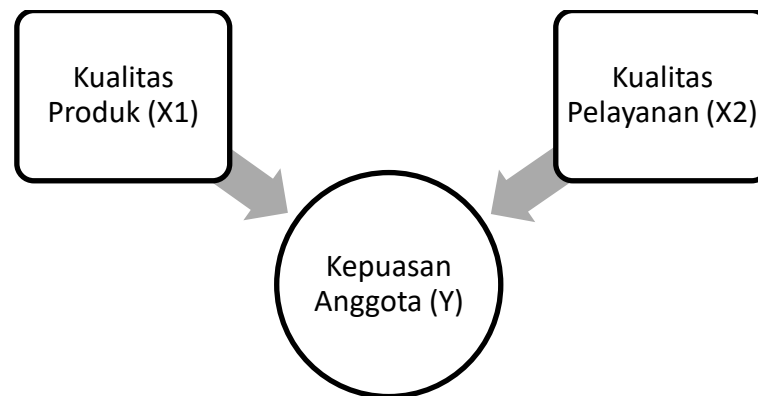
Kepuasan anggota merupakan salah satu indikator keberhasilan koperasi dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggotanya. Kepuasan ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi.

Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk koperasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan anggota, baik dari segi kinerja, kesesuaian spesifikasi, daya tahan, fitur, maupun aspek estetika. Produk yang berkualitas akan memberikan nilai guna yang tinggi bagi anggota sehingga mendorong munculnya rasa puas.

Selain itu, kualitas pelayanan juga berperan penting dalam membentuk kepuasan anggota. Pelayanan yang andal, tanggap, memberikan jaminan, menunjukkan perhatian yang tulus, serta didukung bukti fisik yang memadai akan menciptakan pengalaman positif bagi anggota dalam berinteraksi dengan koperasi.

Apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan koperasi sesuai atau melebihi harapan anggota, maka anggota akan merasa puas, bersedia merekomendasikan koperasi kepada pihak lain, serta memiliki keinginan untuk terus menggunakan jasa koperasi tersebut. Maka dari itu, disusunlah kerangka berpikir sebagai berikut untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Artha Mulya Solokuro Lamongan.

Tabel 2. 1 Kerangka Berpikir



C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian³¹. Oleh karena itu peneliti akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. H_0 : tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan
 H_a : terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota KSPS Artha Mulya
2. H_0 : tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPS Artha Mulya
 H_a : terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPS Artha Mulya
3. H_0 : tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPS Artha Mulya
 H_a : adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPS Arth Mulya.

³¹ Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif," *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2021): 96–102, <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.