

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Konsep Kepuasan Pelanggan**

##### **1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang pelanggan setelah ia mengalami sesuatu tindakan atau hasil dari tindakan yang sesuai dengan harapan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dimana faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Definisi kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.<sup>1</sup>

Menurut Engel, kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.<sup>2</sup>

Untuk memahami kepuasan, kita harus memahami bagaimana orang membentuk harapannya. Harapan dibentuk atas dasar pengalaman masa lalu seseorang dengan situasi yang sama, pernyataan dari teman atau

---

<sup>1</sup> Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2016, 5.

<sup>2</sup>

kerabat yang lainnya, dan pernyataan dari perusahaan dimana pelanggan memesan. Jadi dapat/ tidaknya perusahaan memuaskan pelanggan-pelanggannya tidak hanya ditentukan oleh kinerjanya, tetapi juga oleh harapan yang diciptakannya. Jika sebuah perusahaan menciptakan harapan yang terlalu tinggi, maka kemungkinan ia akan tidak memuaskan pelanggan. Jadi dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum memakai jasa layanan yang diberikan perusahaan dengan hasil yang telah dirasakan oleh pelanggan dari kinerja atau manfaat yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kepuasan adalah perasaan senang seseorang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja dan harapan-harapannya

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah tingkat perasaan seseorang setelah mampu memabndingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Berdasarkan definisi tersebut dapat menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan yang akan ditinjau berdasarkan dari sisi yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan lalu akan dbandingkan dengan pelanggan harapkan dari pelayanan. Sedangkan

untuk ketidakpuasan pelanggan ditimbulkan dari hasil yang diberikan tidak memenuhi harapan mereka. Kepuasan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa adalah sesuatu yang harus diperhatikan perusahaan dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan harus memiliki sebuah teknologi berupa aplikasi yang mampu menjaga pelayanan sesuai harapan pelanggan sehingga dapat menjaga kualitas pelayanan yang memuaskan.<sup>3</sup>

Menurut Oliver dalam Barnes menyatakan bahwa "kepuasan pelanggan adalah tanggapan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang dan jasa memberikan sesuai dengan harapan ataupun tidak kepada para pelanggan ." Definisi lain menurut Kotler dan Keller adalah "perasaan bahagia ataupun kecewa setelah merasakan hasil kinerja yang diharapkan." Sedangkan menurut Chandra, Tjiptono mendefinisikan "kepuasan pelanggan adalah tanggapan terhadap penilaian ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang dirasakan setelah merasakannya.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. seperti yang diungkapkan oleh Kotler "Kepuasan Pelanggan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan

---

<sup>3</sup> Ngakan Made Bayu Aditya dan Joy Nashar Utama Jaya, Penerapan Metode PIECES Framework Pada Tingkat Kepuasan Sistem Informasi Layanan Aplikasi Myindihome (*Jurnal JSON*, Vol 3, No 3, 2022) 326. <https://www.ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/JSON/article/view/3964>, Diakses pada tanggal 16 Juli 2022

dengan harapannya. Dengan demikian kebutuhan penerima layanan harus dipenuhi agar mereka dapat memperoleh kepuasan yang sesuai.”

Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) merupakan kondisi psikis yang muncul karena emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dijumlahkan dengan perasaan yang terbentuk melalui pengalaman berbelanja dan mengkonsumsi. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pelanggan menggunakan suatu produk atau jasa, serta apakah produk tersebut dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Penting bagi organisasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan.

Pada saat realita sama atau bahkan lebih tinggi dari harapan, maka pelanggan akan mendapatkan perasaan puas, dan pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk akan setia pada produk tersebut dan melakukan pembelian ulang secara terus-menerus, melakukan promosi dari mulut ke mulut, akan mempertimbangkan melakukan pembelian pada produk dimana pelanggan tersebut merasa puas.<sup>4</sup>

Perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap harga, mengurangi

---

<sup>4</sup>Fuji rahayu wilujeng, G., et. Al, Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Dua Bisnis E-Commerce Tersebar Di Indonesia Dengan Menggunakan Analisis Servqual Dan IPA, ( *Jurnal UMJ*, 2019), 3.

biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Kepuasan pelanggan sangat penting dalam dunia modern ini untuk menjaga loyalitas pelanggan agar pelanggan tetap setia membeli produk atau layanan. Bagi kepuasan pelanggan sebagai penilaian seseorang atas sebuah produk dalam hasil harapan dari pelanggannya. Dan kepuasan atau ketidakpuasan akan dibandingkan antara hasil yang terwujudkan terhadap hasil yang diharapkan.

Apabila realisasi di bawah target yang harapan maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya jika hasil berada memenuhi dengan harapan tersebut maka dapat disimpulkan pelanggan itu akan puas atas hasilnya (Murdianto, Rochmawati, & Perdanakusuma. Dan kepuasan pelanggan juga mencakup atas perbandingan antara ekspektasi dan efisiensi yang diperolehkan. Hal tersebut terukur karena pelanggan sebagai orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang, maka pelanggan inilah yang menentukan atas kualitas produk atau layanannya.

Tingkat kepuasan perusahaan PT. Anta Utama Kediri melalui sistem pada aplikasi antautama.co.id telah mencapai kategori memuaskan, hal ini terlihat dari jawaban para pelanggan yang mengatakan bahwa pelanggan telah merasa puas dengan perusahaan hanya saja ada beberapa hal yang kurang di perbaiki seperti pendistribusian produk dan sistem

server jaringan yang selalu terganggu dalam menggunakan aplikasi antautama.co.id.

Menurut pengertian Kotler dan Keller, Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang.<sup>5</sup> Dimensi kualitas produk terdiri dari bentuk yaitu ciri –ciri produk, kinerja, kesesuaian, daya tahan, keandalan, kemudahan perbaikan ,gaya.

Adapun dimensi kepuasan menurut Irawan yang disesuaikan dengan kondisi dilapangan, antara lain :

1) Harga (*price*)

Untuk pelanggan yang gemar membandingkan hasil dan upah, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen dari harga ini adalah tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

2) Kualitas Pelayanan ( *service quality*)

Sangat bergantung dari beberapa hal yaitu sistem teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behavior yang sering

---

<sup>5</sup> Lina Fatimah Lishobrina, Ne. at et., Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada Produk Ferronickel PT. Antam, Tbk Tahun 2012-2017, *e-Proceeding of Applied Science*, 2018.

dengan keinginan perusahaan bukan lah pekerjaan mudah. Pembinaan harus dilakukan dari proses rekrutmen, training, dan budaya kerja.

3) Kualitas Produk (*product quality*)

Para Pembeli akan puas setelah menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk baik.

4) Faktor Emosional

Adalah ditunjukkan kepada konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dari menggunakan produk atau jasa dengan menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

5) Kemudahan

Mudah dalam memperoleh produk atau jasa tersebut serta pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas. Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Dutka dalam Saidani dan Arifin, Terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan konsumen secara universal yaitu:

- a) *Attributes relate to product* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
- b) *Attributes relate to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan,

proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.

- c) *Attributes relate to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.<sup>6</sup>

## 2. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada tiga untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Menampung keluhan dan saran, Banyak cara yang dilakukan dalam hal ini. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, membagikan formulir tanggapan/ komentar kepada konsumen tertentu, membentuk unit/ tim pengaduan, membentuk komite pengawas karyawan, dan lain-lain.
- 2) Menyelenggarakan evaluasi untuk membahas hal-hal yang sudah baik dan kekurangan-kekurangan.
- 3) Menyelenggarakan survei kepuasan pelanggan, cara ini merupakan pelengkap bagi cara-cara lain tersebut di atas. Cara ini dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan.

Dengan menggunakan tiga cara mengukur kepuasan pelanggan ini dapat membantu pihak perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanannya kepada pelanggan. Pihak PT. Anta Utama Kediri dapat

---

<sup>6</sup> Cynthiawati Suci Suryani, R., at et., Pengaruh perceived quality terhadap kepuasan pengunjung di museum mandala wangsit siliwangi, (*The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 8, No. 2, 2018), 82. <https://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/view/13741/7978>, Diakses pada tanggal 15 Juni 2022..



mengevaluasi dan memperbaiki pelayanan apa yang dianggap kurang dari saran-saran pelanggan.

## **B. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam**

Dalam Islam, sesuatu yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar Syariah. Kepuasan pelanggan dalam perdagangan Syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai Syariah dengan kenyataan yang diterima.<sup>7</sup>

Menurut pendapat Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:<sup>8</sup>

### **1. Sifat Jujur**

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda Nabi SAW, yang artinya : “Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi orang muslim, apabila iya berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.” (HR. Ahmad dan Thobrani).

Memulai pekerjaan dengan menyelaraskan pikiran dan hati nurani, bekerja keras dalam bagian dari otak, sedangkan berkerja ikhlas dalah

---

<sup>7</sup> Dwiyanti, Evita, *Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pelanggan mie instan indomie serta ditinjau menurut sudut pandangan islam*, 2019, 3. <http://digilib.yarsi.ac.id/id/eprint/7251>, Diakses pada tanggal 11 Juli 2022.

<sup>8</sup> Wahyuni, R., et al., *Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaraan (Jurnal Kajian Hukum Islam, Vol.4, No.2, 2019 )*, 184-192.

bagian dari hati. Apapun aktifitas dan pekerjaan kita, hendaknya bermodalkan kejujuran. Karena semua agama sesungguhnya mengajarkan kejujuran di dalam berkerja.

## 2. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hal apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun yang lainnya.

Dalam berdagang di kenal istilah “ menjual dengan murah”. Artinya penjual menjelaskan ciri-cirinya, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya, berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dijual kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

## 3. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atau nama Allah SWT berfirman yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ  
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai penumpang-penumpang yang bertawakkal kepadaNya.” (Q.S. Al-Imran [3]: 159).*

Dalam hadist mutafaq’alaih dari hakim bin Hamz yang artinya: Penjelasan perlu diketahui penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.<sup>9</sup>

Adapun maksud dari benar ini adalah tidak adanya dusta dalam berkomitmen memberikan pelayanan baik produk/ jasa kepada pelanggan. Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

الصَّادِقِينَ مَعَ وَكُونُوا لِلَّهِ اتَّقُوا آمَنُوا الَّذِينَ آيُّهَا يَا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”*

---

<sup>9</sup> Sumadi, T., et al., Pengaruh Pelayanan Dengan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Pasien Umum Rawat Jalan ( *Jurnal Ilmia Ekonomi Islam Vol.7, No.3, 2021*). <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3663>, Diakses pada Tanggal 12 Juli 2022.

Dari ayat di atas maka pelayanan harus bersifat benar artinya suatu hal yang sudah pasti benar terjadi dalam memberikan pelayanan baik produk/ jasa kepada pelanggan.

#### 4. Berbuat Baik Terhadap Sesama dan Tidak Saling Membedakan

Konsep Islam mengajarkan bahwa kita sebagai umat muslim harus berbuat baik kepada sesama. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat AlQashash ayat 77, yang menyatakan bahwa:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ  
وَأَحْسِنْ ۗ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ  
اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: *“Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”*

Dari ayat di atas mengajarkan kepada kita untuk berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, ataupun hartanya, dapat juga disamakan dengan berbuat baik dalam pelayanan yang diberikan. Dalam masalah pelayanan juga dapat diartikan melayani dengan rendah hati dan tidak sombong.