

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Konsep Kepuasan Pelanggan

Tujuan utama setiap bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain penting untuk kelangsungan bisnis jangka panjang, memenuhi permintaan pelanggan dapat meningkatkan daya saing. Pelanggan yang menyatakan kepuasan terhadap produk dan layanan yang mereka peroleh lebih cenderung melakukan pembelian selanjutnya dan menggunakan penyedia yang sama di masa mendatang jika kebutuhan mereka sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian berulang, yang memiliki dampak besar pada volume penjualan perusahaan, sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Ekspektasi dan persepsi konsumen memiliki dampak signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan. transaksi, penggunaan barang atau jasa sebelumnya, rekomendasi dari teman yang telah menggunakannya, dan dampak iklan adalah beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen saat melakukan

pembelian.⁶ didefinisikan sebagai tingkat dialami oleh melakukan perbandingan antara apa yang diterima dan harapan yang dimiliki. Konsumen cenderung.⁷

Gagasan tentang kepuasan pelanggan ini digunakan dalam penelitian karena objek penelitiannya diwakili oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁸

Mulai dari netralitas, antusiasme, atau kesenangan hingga kemarahan, kekecewaan, dan frustrasi; kepuasan adalah keadaan emosional. Karena memiliki hubungan langsung dengan loyalitas konsumen dan pendapatan, tidak mengherankan jika bisnis menjadi terobsesi dengan kebahagiaan pelanggan.⁹ Persepsi seseorang terhadap kinerja suatu produk , khususnya seberapa baik produk tersebut

⁶ Indrasari Meithiana, “Pemasaran dan kepuasan pelanggan” (Unitomo Press, 2021).

⁷ John I Risinger et al., “Gene expression profiling of microsatellite unstable and microsatellite stable endometrial cancers indicates distinct pathways of aberrant signaling,” *Cancer research*, 65.12 (2018), 5031–37.

⁸ Valarie A Zeithaml, Mary Jo Bitner, dan Dwayne D Gremler, “Services marketing strategy,” *Wiley international encyclopedia of marketing*, 2019.

⁹ Puji Ratnasari, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Kaki Empat Pet Care Desa Kaliombo Kota Kediri)” (IAIN Kediri, 2020).

memenuhi harapan mereka , dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Menurut definisi yang telah disebutkan di atas, seseorang dapat dianggap puas jika emosi ini memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka.¹⁰ Berikut adalah lima elemen penting yang perlu diperhatikan oleh bisnis saat menilai kepuasan pelanggan :

a) Kualitas Produk

Pelanggan cenderung merasa puas jika mereka menilai bahwa produk yang digunakan memiliki kualitas yang memadai.

b) Kualitas Pelayanan

Aspek ini sangat krusial dalam industri jasa; apabila pelanggan menerima pelayanan berkualitas tinggi atau sesuai dengan kebutuhan mereka, hal ini akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

c) Emosi

Saat menggunakan produk dari merek tertentu, konsumen akan merasa yakin bahwa akan mengagumi mereka. Kepuasan ini

¹⁰ Naia Fingkani Solin, Mardiah Oktaviani, dan Wan Nurjanah, “Aspek Pemasaran,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3.2 (2025), 450–63.

dihasilkan dari nilai sosial intrinsik merek tersebut serta kualitas produknya.

d) Harga

Produk dengan kualitas yang setara tetapi dijual dengan harga lebih rendah akan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

e) Biaya

Mengarahkan lebih banyak usaha untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu cenderung lebih bahagia dengan produk atau jasa tersebut.¹¹

2. Pengertian Kepuasan

Kamus Bahasa Indonesia mendefinisikan kepuasan sebagai keadaan puas, senang, lega, dan sebagainya. Perasaan senang, gembira, dan lega seseorang setelah menggunakan barang atau jasa dan mendapatkan layanan dikenal sebagai kepuasan.

Ketika individu mengevaluasi kinerja (hasil) suatu produk dibandingkan dengan harapan yang dimiliki, mereka dapat merasakan kepuasan atau kekecewaan. dapat digunakan untuk mengukur kepuasan. terutama kinerja layanan puas standar Di sisi lain, klien akan sangat senang jika kinerja melampaui harapan.

¹¹ Meithiana.

Pengalaman sebelumnya, komentar dari anggota keluarga, jaminan, dan informasi dari sumber lain semuanya dapat memengaruhi harapan pelanggan. Loyalitas jangka panjang, sensitivitas harga yang berkurang, dan peringkat perusahaan yang positif adalah semua atribut pelanggan yang puas.

Salah satu cara untuk memahami tingkat kepuasan adalah sebagai fungsi dari perbedaan antara ekspektasi dan kinerja yang dirasakan . Konsumen akan tidak senang jika kinerja , terutama dalam hal layanan , tidak sesuai harapan. Pelanggan akan puas jika kinerja sesuai harapan. Di sisi lain, klien akan sangat senang jika kinerja melampaui ekspektasi. Ekspektasi konsumen dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya , komentar dari teman , dan informasi atau jaminan dari berbagai media . Pelanggan yang senang dengan suatu bisnis cenderung lebih lama menggunakan layanan tersebut , kurang pilih - pilih soal harga , dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Dapat dikatakan bahwa ekspektasi pelanggan , baik yang berkaitan dengan harga , layanan, kenyamanan, atau elemen lain yang secara langsung mengarah pada kepuasan , adalah hal yang pada akhirnya menentukan tingkat kesenangan mereka.

Pelanggan akan mencari barang lain atau bahkan merusak reputasi perusahaan jika ekspektasi ini tidak terpenuhi sesuai dengan kebutuhan mereka .

Bisnis perlu melakukan empat tindakan untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan :

- a. Menentukan kliennya
- b. Mengenali standar kualitas yang dituntut pelanggan
- c. Mengenali strategi kualitas untuk layanan pelanggan
- d. Mengenali siklus umpan balik dan pengukuran untuk kepuasan pelanggan.

Bisnis harus mengidentifikasi kliennya karena memenuhi kebutuhan , keinginan, dan harapan mereka akan menghasilkan kebahagiaan pelanggan.¹²

3. Kualitas Pelayanan

Dalam ajaran Islam, memberikan pelayanan kepada sesama merupakan salah satu bentuk penerapan nilai kebaikan dalam kehidupan. Pelayanan tidak semata-mata berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pihak yang dilayani, tetapi juga berkaitan dengan sikap dan perlakuan yang diberikan, seperti keadilan,

¹² Abdul Gofur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan,” Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4.1 (2019), 37–44.

kebaikan, serta kepedulian terhadap kebutuhan orang lain. Prinsip tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. An-Nahl ayat 90.

الْفَحْشَاءِ عَنِ وَيَنْهَى الْقُرْبَىٰ ذِي وَإِيتَاءِ وَالْإِحْسَانِ بِالْعَدْلِ يَأْمُرُ اللَّهُ إِنَّ
تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعِظُكُمْ ۖ وَالْبَغْيِ وَالْمُنْكَرِ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. An-Nahl [16]: 90).

Pelayanan Suatu tindakan lebih tepatnya, tindakan memenuhi kebutuhan klien atau orang lain. Proses memenuhi kebutuhan melalui tindakan langsung orang lain disebut pelayanan.¹³

Standar kualitas tinggi dan kemampuan yang konstan, akurat (andal) untuk selalu mengikuti perubahan kebutuhan klien dengan penekanan pada kepuasan pelanggan merupakan ciri layanan yang baik atau sangat baik.¹⁴ Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan melalui kinerja. Ini menyiratkan bahwa

¹³ Moenir, “*Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*,” 2019, hal. 651.

¹⁴ Annisa Nuraddina, “Annisa Nuraddina-Fdk,” 2016, hlm 1-96.

peningkatan kualitas layanan melalui kinerja meningkatkan kepuasan konsumen terhadap transmisi (transportasi umum) dan menumbuhkan kepercayaan layanan.

Berbagai makna telah dijelaskan di atas. Penulis mendefinisikan kualitas layanan sebagai semua jenis penyampaian layanan yang sangat baik yang ditawarkan oleh suatu bisnis dengan setiap keunggulan untuk memenuhi tuntutan dan harapan klien. Indikator kepuasan pelanggan meliputi:

- a. Kesesuaian Keselarasan ekspektasi mengacu pada tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dan kinerja yang sebenarnya dirasakan oleh pelanggan, yang meliputi :
 - 1) Produk memenuhi atau melampaui harapan.
 - 2) Karyawan mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapan mereka atau bahkan lebih baik.
 - 3) Fasilitas pendukung yang disediakan memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi.
- b. Ketersediaan untuk kembali atau membeli produk terkait lagi disebut sebagai niat untuk berkunjung kembali, dan meliputi :

- 1) Keinginan untuk kembali disebabkan oleh kepuasan terhadap pelayanan staf.
 - 2) Alasan ingin kembali karena nilai serta keunggulan produk yang ditawarkan.
 - 3) Motivasi untuk kembali dikarenakan adanya fasilitas bantuan yang memadai.
- c. Kesiediaan konsumen dalam merekomendasikan produk yang telah mereka gunakan kepada orang lain, seperti teman atau keluarga, disebut sebagai rekomendasi. Ini meliputi:
- 1) Mengajak teman atau anggota keluarga membeli barang berkat pengalaman pelayanan yang memuaskan.
 - 2) Mendorong teman atau keluarga memilih produk tersebut karena dukungan fasilitas yang baik.
 - 3) Menyarankan agar teman atau keluarganya membeli barang atau jasa tertentu berdasarkan nilai dan manfaatnya.¹⁵

¹⁵ Kasinem Kasinem, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat," Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17.4 (2020), 329

4. Pelayanan pembekalan sebelum keberangkatan dalam Perjalanan ibadah Umroh

Tindakan atau aktivitas seseorang atau organisasi untuk menyenangkan klien atau rekan kerja disebut sebagai layanan. Layanan adalah jenis bantuan yang diberikan kepada klien atau konsumen. Upaya untuk memenuhi kebutuhan orang lain disebut layanan. Pada intinya, layanan adalah aktivitas yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki yang diberikan kepada pelanggan atau klien.

Setiap tindakan, seperti senyuman atau sambutan, yang diberikan oleh suatu pihak kepada pelanggan atau klien dengan maksud untuk membuat mereka senang dengan layanan yang diberikan dianggap sebagai layanan. Standar untuk karena penyampaian layanan dapat diukur. Layanan adalah sebuah proses karena pada dasarnya merupakan rangkaian tindakan. Layanan adalah proses yang terjadi secara teratur dan terus-menerus selama seluruh kehidupan sosial seseorang. Standar manajemen memungkinkan untuk mengatur, melaksanakan, mengawasi, dan menilai

tindakan layanan untuk menjamin bahwa produk akhir memenuhi kebutuhan klien.¹⁶

Tugas-tugas berikut merupakan bagian dari layanan ibadah Umrah:

a. Manajemen

Dimulai dari proses pendaftaran, pembayaran, dan pengurusan dokumen imigrasi, administrasi merupakan keseluruhan proses operasional. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan semua karyawan di perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi.

b. Konsultasi tentang Adat Istiadat Haji

Direktorat Pengembangan Haji melaksanakan tugas-tugas berikut dalam memenuhi kewajiban yang disebutkan dalam Pasal 652: menyiapkan materi untuk pembuatan pengembangan Haji; membuat standar; menerapkan pengembangan Haji; memberikan

¹⁶Tubagus Regiasa, “Pengaruh Pelayanan Dan Harga TerhadapKepuasan Konsumen Kapur Pada Pt. SuryaBesindo Sakti Di Kabupaten Serang,” Indonesian of interdisciplinary journal, 3.1 (2022), 268–76.

nasihat teknis dan menilai pelaksanaan tugas-tugas pengembangan Haji; dan melaksanakan tugas-tugas administrasi dan domestik Direktorat. Terdapat tiga jenis bimbingan terkait ritual Haji dan Umrah:

- 1) Pra-Haji: Tahap ini bertujuan untuk mengajarkan jamaah tentang cara melaksanakan ritual Haji dan Umrah setelah mereka tiba di Tanah Suci.
- 2) Selama berada di Tanah Suci: Para musafir mendapatkan dukungan berkelanjutan dari penasihat yang memastikan bahwa mereka menjalani setiap langkah dalam pelaksanaan Haji dan Umrah.
- 3) Bimbingan pasca-Haji: Setelah menyelesaikan upacara, tujuan dari tahap ini adalah untuk mempertahankan kesucian pengalaman spiritual tersebut.

c. Transportasi

Agar perjalanan Umrah dapat terlaksana, transportasi yang aman dan efisien sangatlah penting. Calon jamaah Umrah perlu memiliki

sarana transportasi yang memadai, mempertimbangkan jarak perjalanan, jumlah peserta, dan barang bawaan saat berangkat dari lokasi asal mereka, tempat perjalanan dimulai, ke Arab Saudi, tempat perjalanan berakhir.

d. Akomodasi

Pertimbangan penting bagi penyelenggara Haji dan Umrah . Akomodasi harus berkualitas tinggi dan memuaskan, memungkinkan para jamaah untuk melaksanakan ibadah Haji dan Umrah mereka dengan komitmen dan fokus yang lebih besar . Dalam hal ini, tempat penginapan yang menawarkan layanan makanan dan minuman di samping fasilitas lainnya disebut sebagai akomodasi.

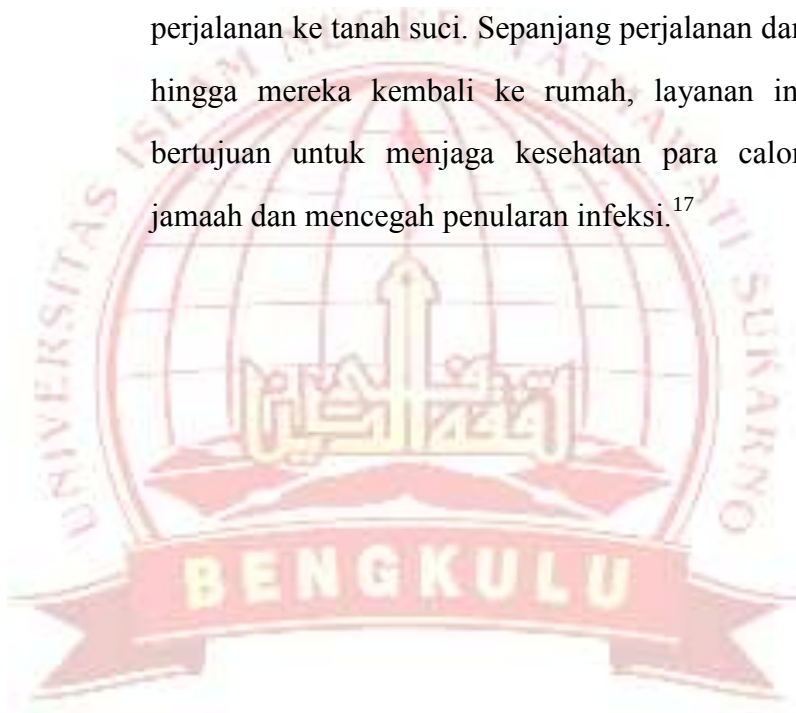
e. Konsumsi

Menyediakan makanan yang cukup, bergizi, dan bersih bagi para jamaah haji merupakan jenis pelayanan yang nyaman dan puas. Selain itu, hal ini menjamin bahwa mereka menerima perawatan yang memadai selama perjalanan ibadah haji dan umrah yang panjang. Akibatnya, biaya yang

dikeluarkan jamaah sesuai dengan fasilitas yang mereka nikmati.

f. Kesehatan

Vaksinasi meningitis dan H1N1, serta pemeriksaan medis, ditawarkan sebelum perjalanan ke tanah suci. Sepanjang perjalanan dan hingga mereka kembali ke rumah, layanan ini bertujuan untuk menjaga kesehatan para calon jamaah dan mencegah penularan infeksi.¹⁷

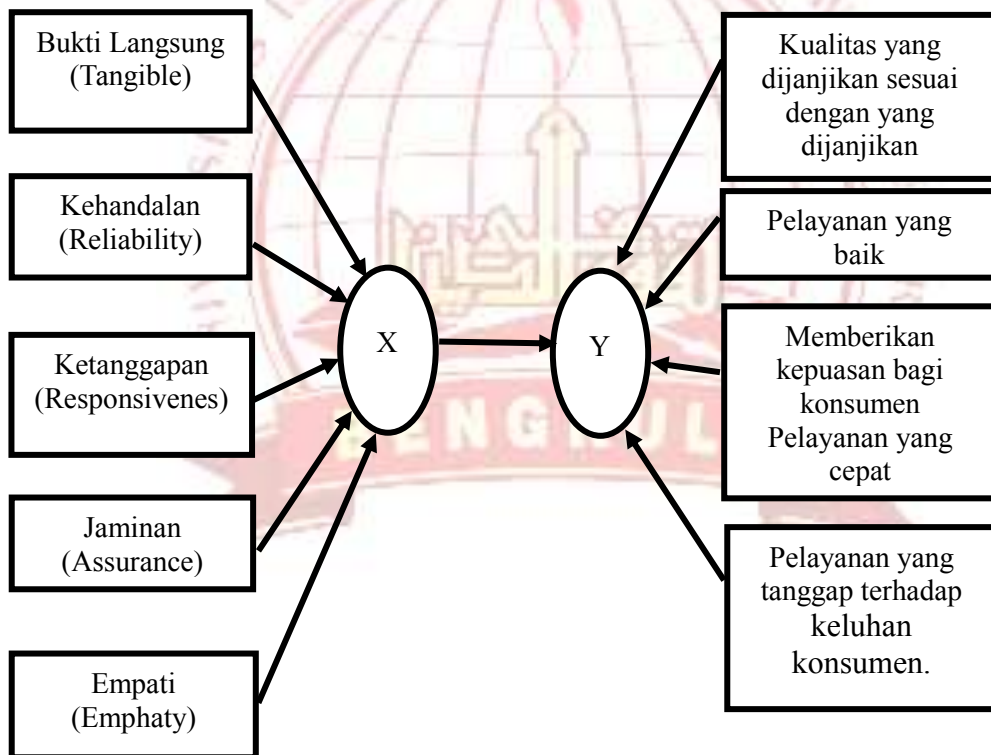


¹⁷ Kifli, Dzul. *Manajemen pelayanan jamaah haji dan umrah PT Patuna Tour dan Travel*. (2020).

B. Kerangka Berpikir Penelitian

berikut kerangka berfikir tentang bagaimana teori terhubung dengan berbagai hal-hal.¹⁸ Peneliti mengajukan kerangka berfikir penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian



¹⁸ Sugiono Sugiono, "Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D," Bandung: alfabeta, 288 (2016).

Keterangan:

Variabel X: Kualitas Pelayanan Pembekalan Manasik

Variabel Y : Kepuasan Jamaah Umroh

Kerangka pemikiran yang menunjukkan hubungan antara kepuasan jamaah Umrah (Y) sebagai variabel tergantung dan kualitas pelayanan Manasik (X) sebagai variabel bebas dapat dilihat pada Gambar 2.1.

1. Kualitas Pelayanan Pembekalan Manasik (X)

Keberhasilan dalam memberikan layanan kepada para jamaah haji dan umrah dapat dilihat dari kualitas pelayanan manasik (persiapan untuk ibadah haji dan umrah). Evaluasi kualitas ini mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti keramahan dan profesionalisme personel, fasilitas yang ditawarkan, kenyamanan selama pelayanan, dan ketepatan waktu. Jamaah haji dan umrah akan merasa lebih nyaman dan puas jika mereka menerima layanan yang sangat baik. Hal ini berkaitan dengan seberapa besar proses pelatihan dan pendampingan membantu jamaah haji dan umrah dalam memahami dan mempraktikkan prinsip dan protokol haji dan umrah. Penilaian ini berfokus pada sejumlah faktor, seperti kemudahan pemahaman isi, keterampilan para pendamping,

ketersediaan waktu dan ruang yang cukup untuk pendampingan, dan kemudahan pemahaman teknik penyampaian.

2. Kepuasan Jamaah Umroh (Y)

Persepsi jemaah tentang kualitas ibadah yang mereka terima menentukan seberapa puas mereka. Tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat jika ibadah tersebut memenuhi atau melebihi harapan mereka. Sebaliknya, mereka akan kurang puas jika ibadah tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka.

C. Hipotesis Penelitian

Tahapan selanjutnya dalam metode penelitian ini adalah merumuskan hipotesis yang berlandaskan pada penyelidikan mendalam dan menyeluruh guna mengidentifikasi asumsi-asumsi pokok. Hipotesis tersebut merupakan dugaan sementara mengenai suatu isu penelitian, dengan validitasnya yang masih perlu diuji lebih lanjut.¹⁹

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti mengusulkan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut:

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi revisi 4 (Rineka Cipta, 1998)

H₀: Kualitas Pelayanan Pembekalan Manasik tidak berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umroh Tour Travel Holiday Angkasa Wisata atau Corien Center.

H₁: Kualitas Pelayanan Pembekalan Manasik berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umroh Tour Travel Holiday Angkasa Wisata atau Corien Center.

