

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1	Ria Setyawati (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Tegal	Penelitian ini menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank, dengan tingkat signifikansi yang tinggi pada sektor perbankan.	Objek & Kedalaman Analisis: Perbedaan mendasar terletak pada objek penelitian yaitu jasa sertifikasi energi nasional di PT PLN Pusertif. Penelitian ini lebih spesifik dalam menggunakan data aktual tahun 2025 dengan metode Sensus pada 1.865 populasi untuk memperoleh data yang lebih representatif.
2	Mulyapradana, Anjarini, & Harnoto (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi SERVQUAL memiliki peran krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada perusahaan distribusi barang.	Karakteristik Sektor: Penelitian ini mengkaji industri layanan sertifikasi dan inspeksi ketenagalistrikan yang memiliki standar prosedur teknis jauh lebih kompleks dibandingkan industri distribusi barang. Selain itu, penelitian ini menyertakan analisis GAP untuk mengidentifikasi kelemahan layanan secara mendetail.

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
3	Whimphie Billyarta, G., dkk. (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-SERVQUAL) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di Sleman DIY	Hasil penelitian menunjukkan efektivitas layanan digital dalam memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi belanja daring (marketplace).	Karakteristik Layanan: Penelitian ini berfokus pada layanan fisik dan teknis (inspeksi/pengujian) yang bersifat tatap muka maupun administratif resmi, bukan platform layanan digital marketplace. Metode analisis yang digunakan juga mencakup CSI (88,00%) untuk mengukur indeks kepuasan secara kuantitatif.
4	Karim, A. (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Jasa Raharja Medan	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan penekanan pada kecepatan klaim jasa asuransi.	Metode Sampling: Penelitian ini menerapkan Total Sampling (Sensus) pada seluruh populasi pelanggan aktif di unit pusat, bukan sampel terbatas, guna menjamin hasil yang bebas dari bias pengambilan sampel.
5	Zaini (2022)	Analisis Dimensi SERVQUAL pada Sektor Kuliner	Menemukan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL signifikan pada sektor kuliner, dengan dimensi assurance sebagai faktor yang paling dominan menentukan kepuasan konsumen.	Skala Objek & Metodologi: Penelitian ini dilakukan pada BUMN skala nasional dengan populasi pelanggan yang lebih besar dan terstruktur. Perbedaan utamanya adalah penggunaan metode IPA untuk memberikan solusi manajerial berupa pemetaan kuadran

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
				prioritas perbaikan yang tidak ada pada penelitian Zaini.
6	Kharisma, D. (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD Restu Mulia Pandan	Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada usaha skala kecil menengah (UKM).	Sumber & Validitas Data: Penelitian ini menggunakan data sekunder kuantitatif (raw data) tahun 2025 dari sistem korporat yang mencakup lingkup nasional, bukan sekadar data primer skala kecil, sehingga hasil analisisnya memiliki tingkat generalisasi yang lebih kuat.
7	Jurusan, R. S., dkk. (2023)	Efektivitas Dimensi SERVQUAL pada Lembaga Publik	Menyatakan bahwa dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pengguna jasa di lembaga-lembaga pelayanan publik.	Unit Analisis: Penelitian ini meneliti secara spesifik efektivitas pelayanan pada unit pusat sertifikasi ketenagalistrikan dengan melibatkan analisis regresi linier Sederhana $Y=12,467+0,844X$ untuk melihat pengaruh variabel secara matematis dan presisi.
8	Hanum dkk. (2023)	Analisis Kontribusi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Keuangan	Menemukan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 54,2% terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan.	Tahun & Metode Analisis: Penelitian ini menggunakan data aktual tahun 2025 yang sangat baru. Selain itu, digunakan metode analisis kesenjangan (Gap Analysis) yang lebih spesifik untuk menjawab tuntutan efisiensi pelayanan di

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
				lingkungan PT PLN (Persero).
9	Sutanto & Hidayat (2024)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Sektor Jasa Keuangan	Studi ini membuktikan adanya hubungan yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas jangka panjang nasabah keuangan.	Fokus Variabel: Berbeda dengan Sutanto yang melibatkan variabel loyalitas, penelitian ini berfokus mendalam pada hubungan murni antara 5 dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang telah divalidasi oleh unit sertifikasi resmi.
10	Putri, A. R., & Savitri, S. I. (2025)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Nako Lebak Bulus Jakarta	Menemukan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang cukup dominan di samping kualitas pelayanan dalam membentuk persepsi kepuasan konsumen milenial.	Variabel Independen: Penelitian ini tidak menggunakan variabel harga, melainkan murni menganalisis mutu layanan teknis sertifikasi. Fokus utama adalah pada aspek teknis pelayanan di mana harapan pelanggan lebih didasarkan pada profesionalisme dan kecepatan prosedur.

Berdasarkan tinjauan komprehensif terhadap sepuluh penelitian terdahulu di atas, terdapat perbedaan fundamental yang memposisikan penelitian ini sebagai studi yang memiliki kebaruan (*novelty*). Perbedaan tersebut tidak hanya terletak pada objek penelitian di PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi, namun juga pada kedalaman metodologi yang mengintegrasikan Analisis Kesenjangan (*Gap*), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Penggunaan data primer tahun **2025** dengan metode sensus pada populasi pelanggan nasional memberikan landasan ilmiah yang lebih

kuat untuk memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanannya di masa depan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berperan sebagai komponen utama yang memengaruhi keberhasilan suatu entitas bisnis dalam mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Menurut (Mulyapradana dkk., 2020), “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian terhadap tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan tidak hanya menggambarkan hasil akhir dari proses pemberian jasa, tetapi juga mencakup seluruh tahapan dalam pelaksanaan pelayanan kepada pelanggan.

Model yang paling sering diterapkan untuk menilai mutu pelayanan adalah **SERVQUAL**, yang terdiri atas lima dimensi utama, yaitu:

1. ***Tangibles (Bukti Fisik)*** Komponen yang termasuk di dalamnya antara lain sarana fisik, alat penunjang, tenaga pelaksana, serta sistem komunikasi yang dapat disaksikan oleh pelanggan.
2. ***Reliability (Keandalan)*** Daya perusahaan dalam merealisasikan layanan yang dijanjikan dengan konsisten dan dapat diandalkan menjadi tolok ukur utama dalam menilai kehandalan pelayanan.
3. ***Responsiveness (Daya Tanggap)*** Keinginan serta kecakapan pegawai dalam membantu pelanggan dan melaksanakan pelayanan dengan cepat serta efisien menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan.
4. ***Assurance (Jaminan)*** Wawasan, tata krama, serta keahlian pegawai dalam menciptakan suasana percaya dan rasa aman bagi pelanggan menjadi aspek esensial dalam menunjang kualitas pelayanan.

5. **Empathy (Empati)** Pelanggan menerima bentuk kepedulian khusus yang berfokus pada upaya memahami secara utuh kebutuhan pribadi dan cita-cita layanan mereka.

Kualitas pelayanan dinilai unggul ketika bentuk layanan yang disediakan mampu menjawab serta melampaui ekspektasi yang diharapkan pelanggan. (Penelitian dkk., 2021) Dalam konteks **PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi**, “penerapan kualitas pelayanan yang optimal berarti memastikan setiap layanan sertifikasi, inspeksi, dan pengujian dilakukan sesuai prosedur, tepat waktu, serta memberikan pengalaman pelayanan yang profesional dan transparan bagi pelanggan”.

Selain sebagai konsep teoritis, kualitas pelayanan memiliki peran strategis dalam organisasi yang bergerak di bidang jasa. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui proses pelayanan yang diberikan. Dalam organisasi jasa, kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari hasil akhir layanan, tetapi juga dari keseluruhan pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan penyedia layanan.

Kualitas pelayanan menjadi penting karena pelayanan yang diberikan bersifat tidak berwujud (intangible) dan sangat bergantung pada interaksi antara petugas layanan dan pelanggan. Oleh karena itu, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan terbentuk melalui berbagai aspek, seperti kejelasan informasi, ketepatan waktu, sikap petugas, serta keandalan proses pelayanan. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan cenderung memberikan penilaian positif terhadap layanan tersebut.

Dalam konteks lembaga sertifikasi, kualitas pelayanan memiliki peran yang semakin krusial karena layanan yang diberikan berkaitan dengan aspek kepatuhan terhadap standar, keselamatan, dan kepercayaan publik. Proses sertifikasi yang dilakukan secara profesional, transparan, dan tepat waktu akan membentuk persepsi kualitas pelayanan yang baik di mata

pelanggan. Oleh karena itu, pengelolaan kualitas pelayanan yang efektif menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

2.2.2 Pelayanan Pelanggan

Kepuasan pelanggan mencerminkan reaksi batin yang timbul akibat proses menilai sejauh mana layanan yang diperoleh sejalan dengan bayangan awal yang mereka miliki. Menurut (Hanum dkk., 2023) “ Pelayanan Pelanggan adalah suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui interaksi yang baik”. Ketika mutu pelayanan berada pada tingkat yang sebanding atau melampaui harapan, pelanggan cenderung merasakan kepuasan penuh, namun bila hasilnya di bawah ekspektasi, timbul rasa kecewa.

Menurut (Purba dkk., 2023) terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan, antara lain:

1. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diterima.
2. Ketersediaan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan yang sama.
3. Kemauan pelanggan untuk merekomendasikan kepada pihak lain.
4. Penilaian positif terhadap citra perusahaan.

Kepuasan pelanggan berperan penting dalam mempertahankan loyalitas dan kepercayaan publik terhadap perusahaan, terutama pada perusahaan jasa publik seperti PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi. Pelanggan yang puas cenderung melakukan penggunaan ulang layanan, memberikan umpan balik positif, serta memperkuat reputasi perusahaan sebagai lembaga sertifikasi yang profesional dan terpercaya.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi tolok ukur penting dalam menilai keberhasilan suatu lembaga yang bergerak dalam bidang jasa. Menurut (Hanum dkk., 2023) “Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan individu setelah membandingkan kinerja product atau jasa yang diterima dengan harapan yang diinginkan”. Ketika hasil pelayanan sesuai bahkan

melampaui harapan pelanggan, rasa puas muncul dengan kuat, namun apabila hasilnya rendah, muncul rasa kekecewaan.

Sementara itu, (Mulyapradana dkk., 2020) “Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai hasil evaluasi setelah pembelian, di mana persepsi pelanggan tentang kinerja produk atau jasa dibandingkan dengan harapan awal mereka”. Kepuasan pelanggan tidak hanya berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan, Pelanggan yang puas akan cenderung loyal, memberikan rekomendasi positif, serta meningkatkan reputasi perusahaan.

Menurut (Purba dkk., 2023), Terdapat sejumlah variabel yang dapat dijadikan dasar untuk menilai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan tercapai:

1. Kesesuaian antara harapan dan kenyataan, yaitu tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima pelanggan dengan apa yang diharapkannya menjadi acuan utama dalam menilai kepuasan.
2. Minat untuk menggunakan kembali layanan, yang menunjukkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
3. Kesiediaan untuk merekomendasikan, yaitu kemauan pelanggan untuk menyarankan layanan kepada pihak lain.
4. Penilaian positif terhadap perusahaan, mencakup citra, reputasi, dan kepercayaan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan memiliki peran strategis dalam mempertahankan daya saing perusahaan. Menurut (Setiawan dkk., t.t.) “Pelanggan yang puas tidak hanya akan terus menggunakan layanan perusahaan, tetapi juga berpotensi menjadi promotor yang secara sukarela merekomendasikan perusahaan kepada orang lain”. Tingkat kepuasan pelanggan yang optimal berpotensi menumbuhkan kesetiaan, menekan jumlah keluhan, serta mempererat hubungan jangka panjang dengan perusahaan.

Dalam konteks **PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi**, kepuasan pelanggan menjadi tolok ukur penting untuk menilai efektivitas pelayanan yang diberikan. Sebagai lembaga sertifikasi, inspeksi, dan pengujian di bidang ketenagalistrikan, kepuasan pelanggan mencerminkan keberhasilan PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi dalam memberikan layanan yang andal, transparan, dan sesuai dengan prosedur. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama guna mendukung visi perusahaan dalam menerapkan prinsip pelayanan “*Faster, Better, and Competitive.*”

2.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pandangan teoretis, kualitas pelayanan memberikan dampak nyata dan kuat terhadap pencapaian tingkat kepuasan pelanggan. Menurut (Zaini, t.t.), “Pelanggan akan puas jika layanan sesuai dengan harapan mereka”. Terdapat hubungan searah antara kualitas pelayanan yang meningkat dengan bertambahnya kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Whimphie Billyarta dkk., t.t.) menunjukkan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 54,2%”. Hasil tersebut diperkuat oleh (Jurusan dkk., 2023) yang menyatakan bahwa “seluruh dimensi SERVQUAL *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan”.

Dalam konteks **PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi**, peningkatan kualitas pelayanan seperti ketepatan waktu, kejelasan informasi, dan respons cepat terhadap kebutuhan pelanggan, dan empati dalam menangani masalah di lapangan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka, memperbaiki kualitas pelayanan menjadi langkah strategis dalam menjaga keberlanjutan hubungan serta memperkuat reputasi perusahaan di bidang layanan publik ketenagalistrikan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui proses evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Pelanggan akan membandingkan kinerja pelayanan dengan harapan yang dimiliki sebelum menerima layanan. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas terhadap layanan tersebut.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan selama proses pelayanan berlangsung. Pengalaman positif tersebut akan membentuk persepsi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sering dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam organisasi jasa.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diposisikan sebagai variabel independen yang memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Hubungan ini menjadi dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran penelitian, yang selanjutnya diuji secara empiris melalui analisis data kuantitatif.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran berfungsi sebagai landasan konseptual yang menunjukkan keterkaitan logis antara variabel independen dan dependen dalam studi ini, di mana kualitas pelayanan terbukti memiliki dampak yang bermakna terhadap kepuasan pelanggan.

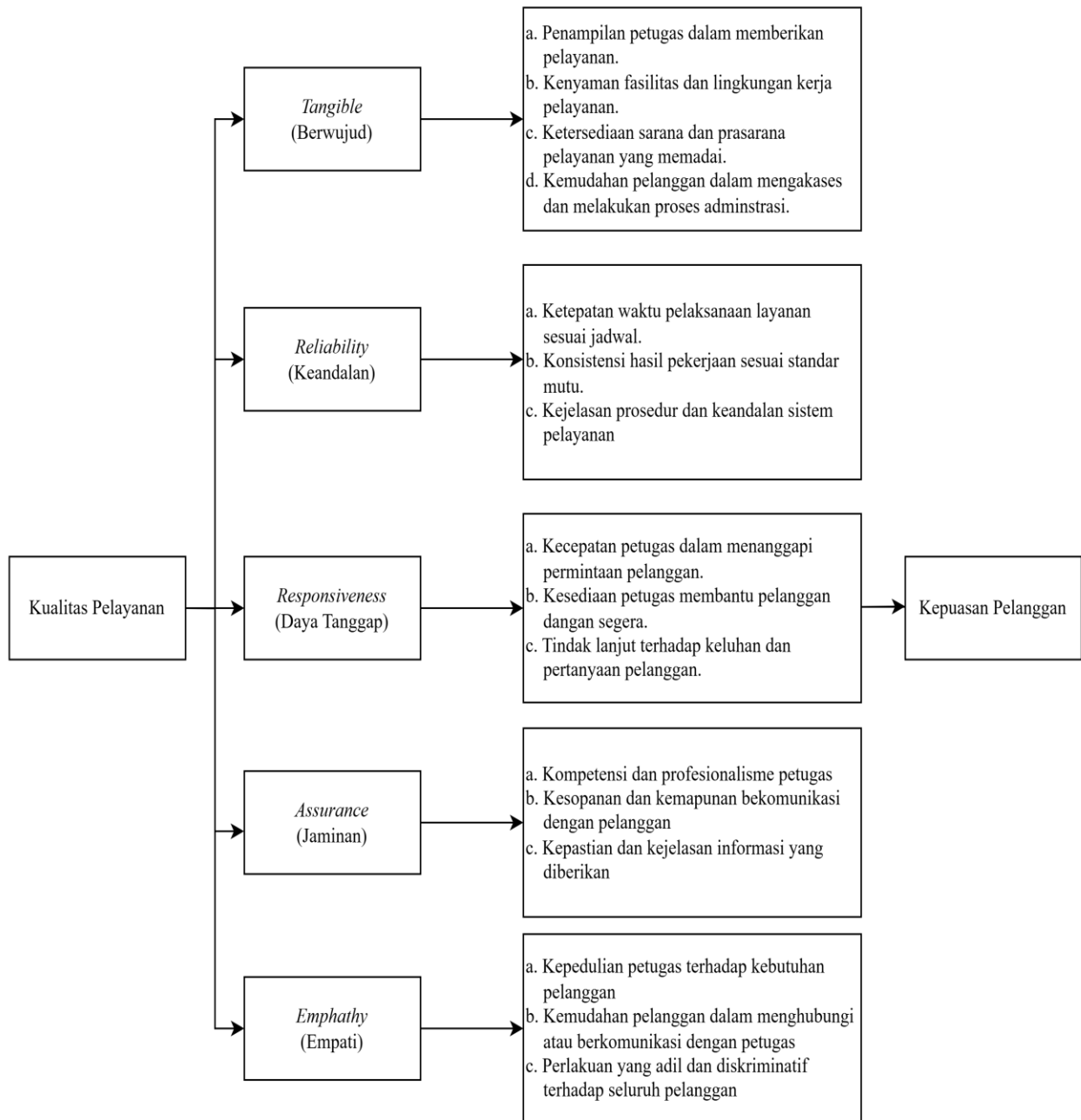
Menurut (Mulyapradana dkk., 2020) “kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yang dikenal dengan model **SERVQUAL**, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*”. Lima aspek tersebut berperan sebagai pedoman fundamental dalam mengukur sejauh mana pemberian layanan mampu mencapai standar harapan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan berada pada tingkat optimal, maka rasa puas pelanggan terhadap pengalaman layanan akan cenderung lebih besar. Integrasi metode SERVQUAL dan IPA terbukti efektif dalam memetakan prioritas perbaikan layanan secara

presisi, karena mampu memvisualisasikan atribut yang mendesak untuk diperbaiki berdasarkan persepsi pelanggan (Ikhsan dkk., t.t.).

Penelitian (Whimphie Billyarta dkk., t.t.) menunjukkan bahwa “kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan, dengan dimensi *responsiveness* sebagai faktor yang paling dominan”. Temuan ini diperkuat oleh (Jurusan dkk., 2023) yang menyatakan bahwa “peningkatan kualitas pelayanan pada seluruh dimensi SERVQUAL berdampak nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan” (Kharisma dkk., t.t.).

Dalam konteks **PT PLN (Persero) Pusat Sertifikasi**, kualitas pelayanan yang baik diwujudkan melalui ketepatan waktu proses sertifikasi, kejelasan informasi, kemampuan petugas dalam memberikan tanggapan cepat terhadap kebutuhan pelanggan, serta jaminan mutu hasil pengujian dan sertifikasi. Dengan demikian, setiap upaya peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan membangun citra profesional yang baik bagi perusahaan di sektor energi listrik

Dalam kerangka konseptual, hubungan antara variabel-variabel penelitian ini dijabarkan secara sistematis guna menunjukkan keterkaitan logis di antara faktor yang diteliti:



Gambar 2.1 Diagram Kerangka Berpikir