

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PERUSAHAAN

1. Pengertian Perusahaan

Menurut Sattar, perusahaan adalah suatu unit kerja yang melakukan aktifitas dalam pengolahan faktor-faktor produksi untuk menyediakan barang atau jasa bagi masyarakat dan mendistribusikannya, serta melakukan kegiatan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh profit atau keuntungan dari hasil memuaskan pelanggan atau masyarakat yang menjadi target penjualannya.¹³ Perusahaan merupakan suatu lembaga yang diorganisasikan serta dijalankan sebagai penyedia barang atau jasa dengan motif atau insentif keuntungan. Menurut Yayat, perusahaan juga menjadi sebuah wadah yang diorganisasikan, didirikan serta dapat diterima dalam tatanan kehidupan masyarakat.¹⁴ Sedangkan perusahaan jasa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak atau berorientasi pada bidang penyediaan berbagai pelayanan yang memberikan kenyamanan atau kenikmatan kepada masyarakat yang membutuhkannya. Perusahaan jasa juga dapat diartikan suatu lembaga atau sekumpulan dari

¹³ Sattar, "Pengantar Bisnis", (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017), hal. 34

¹⁴ Yayat M. Herujito, "*Dasar-Dasar Manajemen*", (Bogor: Gramedia, 2001), Hal. 281

beberapa orang (sebagai pendiri) yang melakukan kegiatan bersifat ekonomi dan sosial kepada suatu masyarakat dengan tujuan memperoleh laba.¹⁵

Perusahaan jasa sangat penting untuk memastikan setiap karyawannya memiliki mutu serta kualitas yang baik untuk menyediakan jasa. Menurut Edward dkk., seluruh pegawai perusahaan jasa harus menerima atau memperoleh pendidikan serta pelatihan berkelanjutan, karena mutu dibentuk dalam setiap proses pengerjaan yang disediakan untuk konsumen.¹⁶ Mutu perusahaan yang baik akan mengakibatkan perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam memproduksi jasa. Perusahaan yang mampu memproduksi jasa dengan baik dan terus meningkatkan kualitas akan mampu meraih tujuan yang sudah ditentukan diawal. Didirikannya sebuah perusahaan pastinya untuk memperoleh laba dari hasil penjualan jasa yang sudah diproduksi perusahaan. Semakin banyak jasa yang dijual perusahaan semakin banya pula laba yang dipeoleh. Perolehan laba yang banyak bagi perusahaan tentunya dari hasil setiap kinerja karyawan yang bekerja keras demi perusahaan.

Didalam jual beli jasa atau perdagangan Allas SWT. melarang untuk memperoleh keuntungan dari hasil yang diharamkan sesuai dengan ayat dalam Al-Quran QS. An-Nisaa' yang berbunyi:

¹⁵ Diana Frederica dan Sajuli Andreas, "*Accurate V5 Pada Perusahaan Dagang dan Jasa*", (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), Hal. 37

¹⁶ Edward J. Blocher, Dkk., "*Manajemen Biaya Penekanan Strategi*", (Jakarta: Salemba Empat, 2007), Hal. 421

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا - النساء: 29

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu ; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” [An-Nisaa : 29].¹⁷

2. Jenis-Jenis Perusahaan

Berdasarkan dari hasil produksi yang ditawarkan kepada masyarakat, perusahaan dapat dibedakan menjadi tiga (3), yaitu:

a. Perusahaan Jasa

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang menjual jasa kepada masyarakat, dengan produk yang dijual berifat *intangibile* atau tidak terlihat tetapi bisa dirasakan. Contoh dari perusahaan ini seperti kursus mobil, bengkel motor, salon kecantikan, perusahaan asuransi, dan masih banyak lainnya.

b. Perusahaan Dagang

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang menjual barang kepada masyarakat, namun barang yang dijual oleh perusahaan ini merupakan barang yang tidak diproduksi sendiri melainkan barang yang

¹⁷ Departemen RI, Musaf Al-Qur'an..., Hal. 84

berasal dari pihak ketiga atau dari pemasok. Karena barang yang dijual bersifat dapat dilihat maka produk perusahaan ini bersifat *tangible* atau bias dirasakan. Contoh dari perusahaan ini seperti toko barang kelontong, supermarket dan toko elektronik. Contoh perusahaan ini di Indonesia yaitu Alfa, Matahari, Giant, dan lainnya.

c. Perusahaan Manufaktur

Perusahaan ini sama dengan perusahaan dagang, akan tetapi barang yang dijual hasil dari produksi dari perusahaan sendiri. Jenis perusahaan ini membeli barang mentah dari pemasok dan kemudian mengolahnya kembali menjadi barang jadi. Biasanya perusahaan ini menjual barang produksinya secara grosir melalui distributor. Contoh dari perusahaan ini seperti perusahaan garmen, perusahaan kaca, produsen plastik, dan lainnya.¹⁸

3. Perusahaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Didin dan Anang, faktor yang mempengaruhi hubungan kepuasan dengan niat beli kembali dimasa depan yaitu kualitas jasa dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen.¹⁹ Ciri dari kepuasan pelanggan adalah pengalaman yang mengejutkan setelah pembelian dan setelah membeli itu memberi kesan untuk bersemangat menggunakan kembali barang atau jasa

¹⁸ Dedhy Sulistiawan, "Akutansi Perusahaan Jasa Menggunakan Accurate", (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), Hal. 35-36

¹⁹ Didin Fatihudin dan Nanang Firmansyah, "Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)", (Sleman: CV Budi Utama, 2019), Hal. 60

dari perusahaan itu. Kepuasan pelanggan yang baik akan memberikan suatu keuntungan pada perusahaan seperti laba yang diperoleh perusahaan.

Menurut Dedhy, pada umumnya kepuasan pelanggan yang tinggi akan mempengaruhi pembelian atau penggunaan ulang pada jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan.²⁰ Kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas konsumen, mengurangi harga elastisitas, membatasi pelanggan dari usaha persaingan, biaya lebih rendah untuk menarik pelanggan baru serta meningkatkan reputasi dan citra dari perusahaan. Jika pelanggan merasa puas sama dengan pelanggan rela membayar lebih untuk kemabali merasakan manfaat yang mereka terima. Pencapaian kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari hampir seluruh perusahaan jasa.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas produk atau jasa lebih identik dengan mutu sebuah produk atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Kualitas adalah mutu yang terdapat dalam sebuah produk yang dihasilkan perusahaan yang akan memberikan tingkat rasa kepuasan bagi konsumen atau pelanggan baik bersifat pasti maupun bersifat persepsi dari pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memberi dan melayani konsumen atau pelanggan dalam

²⁰ *Ibid.*, Hal. 61

penggunaan barang atau jasa. Terdapat dua komponen penting dalam kualitas pelayanan yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional.²¹

Kualitas teknis merupakan hasil proses pemberian pelayanan berupa jasa dalam hal ini jasa operasional pelayanan bengkel seperti *service*, *tune-up*, ganti oli, dan lain-lain. Sedangkan kualitas fungsional merupakan dimensi proses dalam hal ini kualitas interaksi dalam memberi informasi antara pelanggan dengan karyawan misalnya pemberian informasi kerusakan *onderdile* kendaraan. Kualitas disini sebagai bentuk kinerja perusahaan khususnya karyawan yang bertujuan untuk memberi kepuasan pelanggan atas jasa yang sudah diberikan perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan juga semakin tinggi. Sehingga citra perusahaan dimata pelanggan juga semakin baik. Kualitas pelayanan tidak hanya mengenai kesuksesan dalam menyelesaikan masalah pelanggan, akan tetapi pemberian informasi yang baik dan akurat juga termasuk dalam kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan dapat dijadikan tolak ukuran seberapa baik tingkat layanan yang sesuai dengan kepuasan pelanggan. Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau jasa yang diperoleh pelanggan yaitu *perceived service* telah sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dapat

²¹ Cut Mutiawati, Dkk, “*Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*”, (Sleman: CV Budi Utama, 2019), Hal. 8

dipresepsikan baik atau memuaskan begitu pula sebaliknya. Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat memerlukan pengidentifikasian pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi. Jika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi maka peluang pembelian ulang konsumen untuk memakai jasa perusahaan kembali sangatlah besar. Karena itulah kualitas pelayanan yang baik sangatlah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian ulang konsumen²²

Didalam jual beli jasa atau perdagangan khususnya dalam segi pelayanan terhadap konsumen Allah SWT. menganjurkan untuk mengutamakan kejujuran dalam pelayanan jual beli, yang khususnya dalam takar-menakar timbangan sesuai dengan ayat dalam Al-Quran QS. al-Muthaffifin yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ

يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah besar bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi.

²² Afrinda Khoirista, Dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Survey Pada Pelanggan Express Surabaya”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25, No. 2, 2015, Hal. 2-3.

Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. al-Muthaffifin :1-3).²³

2. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Andriani, ada dua konsep untuk meraih kepuasan konsumen untuk menggunakan kembali produk atau jasa dari perusahaan. Konsep yang pertama bahwa kualitas pelayanan dapat mengukur tingkat layanan yang diberikan perusahaan apakah sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk kepuasannya (pelanggan). Sedangkan konsep yang kedua bahwa kualitas pelayanan dapat mengukur tingkat layanan yang diberikan perusahaan apakah sesuai dengan harapan pelanggan tentang kepuasan yang dirasakan olehnya (pelanggan).²⁴ Kualitas pelayanan terfokuskan pada bagaimana memenuhi harapan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Kualitas pelayanan yang baik dapat memenuhi kebutuhan pelanggan untuk ekspektasinya dalam menggunakan barang atau jasa.

Menurut Lili, pelanggan yang loyal dan terpenuhi kepuasannya memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian ulang secara terus menerus dan secara teratur (*repeat buyer*). Pelanggan secara teratur atau terus menerus membeli

²³ Departemen RI, Musaf Al-Qur'an..., Hal. 588

²⁴ Andirani Kusumawati, “*Perilaku Konsumen dan Pemasaran Pendidikan Tinggi (Konsep dan Aplikasinya dalam Penelitian)*”, (Malang: UB Press, 2018), Hal. 26

dan menggunakan kembali barang atau jasa yang sama dari perusahaan.

- b. Melakukan pembelian antar lini produk atau jasa (*purchase across product and service lines*). Pelanggan melakukan pembelian dengan antar lini dari produk atau jasa dari perusahaan
- c. Merekomendasikan pada orang lain (*recommended to other*). Pelanggan merekomendasikan dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada orang lain.
- d. Menunjukkan sikap tidak tertarik menggunakan produk lain dari perusahaan pesaing (*demonstrates immunity to the full of competitions*).²⁵

C. Standar Operasional Prosedur Perusahaan

1. Pengertian Standar Operasional Prosedur Perusahaan

Standar merupakan ketentuan yang menjadi dasar atau acuan pokok sebagai pedoman dan hukum untuk semua anggota atau karyawan perusahaan yang harus dipatuhi. Sedangkan pengertian operasional itu sendiri sendiri merupakan serangkaian dari kegiatan kerja serta aktivitas yang didalamnya terkait pada standar atau kaidah yang diberlakukan perusahaan. Operasional merupakan pemahaman aktivitas kerja aplikatif sebagai suatu kegiatan yang menggambarkan proses atau alur kerja maupun kegiatan-kegiatan didalamnya

²⁵ Lili Suryati, “*Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”, (Sleman: CV Budi Utama, 2019), Hal. 96

terkait dengan standar yang sudah ditentukan. Prosedur adalah serangkaian langkah atau tahapan yang berkaitan dengan proses kerja dan prosedur sendiri harus dipaparkan secara jelas dan terperinci.

Menurut Sofia, standar operasional perusahaan adalah serangkaian instruksi tertulis yang berlaku dalam perusahaan dan dibakukan mengenai berbagai aktivitas kegiatan kerja dalam sebuah organisasi, yang memberikan informasi bagaimana dan kapan harus dikerjakan, serta dimana dan oleh siapa pekerjaan itu dilakukan.²⁶ Standar operasional perusahaan menentukan langkah-langkah perusahaan untuk mencapai tujuannya. Standar operasional merupakan petunjuk dan perintah secara tertulis yang memuat proses bisnis atau kegiatan sehari-hari yang dilaksanakan secara bertahap atau berkala dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang mencakup alur maupun bagan dari kegiatan-kegiatan di suatu organisasi. Standar operasional prosedur perusahaan yang sudah sesuai akan mengantarkan perusahaan untuk mencapai visi serta misi perusahaan yang sudah dibuat sejak perusahaan berdiri.

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan sebuah dokumen yang bewujud tulisan yang memuat prosedur kerja secara terperinci, tahap demi tahap dan sistematis. Menurut Siti dkk., Implementasi SOP yang baik dan benar akan menunjukkan konsistensi hasil kinerja, hasil produk dan proses pelayanan yang semuanya akan memudahkan kinerja karyawan dan kepuasan

²⁶ Sovia Rosalina, "*Manajemen Arsip Dinamis*", (Malang: UB Press, 2017), Hal. 108

pelanggan. Standar Operasional Prosedur yang diimplementasikan secara konsisten akan mewujudkan atau tercapainya tujuan perusahaan yaitu kepuasan pelanggan. Setiap penyusunan serta pembuatan Standar Operasional Prosedur yang bagus akan serta merta memudahkan kerja karyawan dan jika kinerja karyawan bagus secara konsisten akan terpenuhinya kepuasan konsumen.²⁷

Didalam jual beli jasa atau perdagangan khususnya dalam segi penentuan standar operasional prosedur perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan Allas SWT. menganjurkan seorang pemimpin untuk memberikan amanat kepada karyawan secara tepat sesuai dengan ayat dalam Al-Quran QS. An-Nisaa': 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” (QS. An-Nisaa': 58).²⁸

²⁷ Siti Rahayu, Dkk., “Hubungan Impementasi Soperasional Prosedur berdasarkan Penerapan Nomor 35 Tahun 2012 Terhadap Kepuasan Pelanggan di BKN Regional VI Medan”, *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, Vol. 6, No. 1, 2008, Hal. 75.

²⁸ Departemen RI, Musaf Al-Qur'an..., Hal. 88

2. Unsur-unsur dalam Menyusun standar operasional perusahaan

Dalam menyusun standar operasional prosedur perusahaan harus mempunyai beberapa unsur-unsur yang harus dipenuhi yang digunakan sebagai acuan penyusunan yaitu:

- a) Tujuan Perusahaan
- b) Kebijakan
- c) Petunjuk Operasional
- d) Pihak-pihak yang ikut terlibat
- e) Formulir sebagai dokumen penyusunan
- f) Masukan
- g) Proses
- h) Laporan
- i) Validasi
- j) Kontrol²⁹

3. Hubungan Standar Operasional Prosedur Perusahaan Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Budirahardjo, standar operasional prosedur perusahaan adalah panduan tentang langkah-langkah pelayanan pelanggan guna terciptanya kepuasan pelanggan untuk menggunakan kembali produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Budirahardjo mengemukakan, standar operasional

²⁹ Sovia Rosalina, "*Manajemen arsip...*", Hal. 109

prosedur perusahaan merupakan serangkaian bentuk tulisan yang berisis tentang peraturan yang mengatur tentang kegiatan suatu perusahaan.³⁰ Standar Operasional Prosedur haruslah ditaati dan dilakukan dalam upaya peningkatan mutu kepuasan pelanggan, serta upaya menjaga hubungan baik dengan pelanggan, baik dengan pelanggan baru ataupun pelanggan yang lama.

Menurut Akhmaluddin, standar operasional prosedur ditunjukkan untuk menghindari kerancuan dalam bekerja untuk melaksanakan suatu kegiatan dan menyelaraskan hubungan antara satu kegiatan dengan kegiatan lainnya.³¹ SOP digunakan untuk membangun kebiasaan baik karyawan dalam bekerja guna menyukseskan strategi dari perusahaan. SOP sebagai panduan manajemen untuk melaksanakan kegiatan sehari-hari dalam meraih sasaran dan meminimalisir risiko disamping sebagai optimalisasi kemampuan sumber daya manusia untuk memuaskan pelanggan.

D. Harga

1. Pengertian Harga

Menurut Didin dan Anang, harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat transaksi atau alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang akan dibeli. Harga merupakan salah satu bentuk dari pemasaran yang dapat menghasilkan uang atau kekayaan dari hasil pertukaran barang atau jasa yang

³⁰ M. Budirahardjo, "Panduan Praktis...", Hal. 23

³¹ Akhmaluddin Hasibuan, "Manajemen Perubahan Membalik Arah Menuju Usaha Perkebunan Yang Tangguh Melalui Strategi Optimalisasi Efisiensi", (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), Hal. 93

sudah ditawarkan. Penentuan harga tidak boleh sembarangan harus melihat dari segi konsumen konsumen serta keadaan pasar. Terdapat tiga komponen utama yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga yaitu biaya, nilai, dan kompetisi. *Net value* merupakan komponen dari penentuan harga dari jasa, semakin tinggi manfaat yang diberikan harus sebanding dengan biaya yang akan dibayarkan oleh konsumen atau positif *value*. Persaingan, elastisitas dan struktur biaya merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan harga.³²

Harga merupakan sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lainnya (non moneter) yang mengandung kegunaan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa yang diinginkan konsumen atau seseorang. Harga merupakan satu-satunya unsur di dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan dan sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur biaya saja. Harga dapat mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan, tingkat keuntungan atau *market share* yang dapat dicapai oleh sebuah perusahaan. Penetapan harga yang tepat berpengaruh besar terhadap strategi bersaing perusahaan. Penentuan harga yang tepat dapat ditempuh perusahaan dengan cara menentukan relatifnya dalam persaingan. Harga yang tepat dan

³² Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, "*Pemasaran Jasa: Strategi...*", Hal. 184

dapat dijangkau konsumen akan mendapatkan tingkat kepuasan konsumen yang bagus serta dapat berpengaruh besar pada pembelian ulang konsumen.³³

Didalam jual beli jasa atau perdagangan khususnya dalam segi penentuan harga jual kepada konsumen, Allah SWT. menganjurkan seorang untuk menentukan harga yang tepat dan tidak boleh menetapkan harga yang berlipat ganda untuk memperoleh keuntungan yang banyak sesuai dengan ayat dalam Al-Qura Qs. Ali Imron: 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir.” (Qs. Ali Imron: 130).³⁴

2. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Thomas dkk., harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang terpenting dan turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli

³³ Dita Amanah, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 2010, Hal. 72-74.

³⁴ Departemen RI, Musaf Al-Qur’an..., Hal. 67

barang atau jasa pada saat ini maupun selanjutnya (pembelian ulang).³⁵ Harga merupakan salah satu faktor kepausan pelanggan jika diperoleh dan ditetapkan secara tepat. Harga dapat menunjukkan kualitas merek suatu barang atau jasa, dimana pelanggan mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas barang atau jasa yang baik. Semakin tinggi harga semakin tinggi persepsi baik tentang kualitas barang tersebut.

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai, terlebih jika harga dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan terhadap barang atau jasa. Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa, disertai dengan kemampuan untuk membeli barang atau jasa pada tingkat harga atau kondisi tertentu. Semakin setara harga dengan kualitas yang dirasakan pelanggan semakin banyak pula harapan pembelian ulang terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

E. Pengertian Kinerja Karyawan

1. Pengertian Kinerja Karyawan

Kinerja merupakan suatu *rating* hasil kerja karyawan semasa bekerja yang ditentukan berdasarkan periode tertentu. Kinerja sendiri dapat diartikan dengan kondisi karyawan dalam menyikapi pekerjaannya yang berhubungan dengan situasi kerja, kerja sama antara satu karyawan dengan karyawan lainnya

³⁵ Thomas S. Kaihatu, Dkk., “*Manajemen Komplain*”, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018), Hal. 31

dan hal lain yang menyangkut dengan kondisi fisik serta psikologis karyawan sendiri.

Menurut Elbandiansyah kinerja karyawan adalah nilai dari hasil kerja individu atau karyawan yang menghasilkan dan dibandingkan dengan standar yang baik untuk memperoleh kualitas maupun kuantitas yang sudah ditetapkan perusahaan sebelumnya.³⁶ Karyawan yang terpilih untuk bekerja biasanya dipilih melalui penyeleksian yang ketat agar memperoleh karyawan yang handal dibidangnya. Kinerja karyawan yang baik akan berpengaruh kepada kualitas produksi barang atau jasa yang produksi oleh perusahaan. Kualitas yang bagus akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga salah satu tujuan perusahaan dapat tercapai atau terpenuhi. Diharapkan kinerja yang terus meningkat akan mendapatkan keuntungan yang lebih untuk perusahaan. Karyawan yang memiliki kinerja yang baik akan mendapatkan penghargaan berupa bonus ataupun kenaikan tingkatan dalam bekerja.

Keberhasilan sebuah organisasi sangatlah dipengaruhi oleh kinerja para karyawannya. Kinerja merupakan sebuah prestasi seorang karyawan dalam pekerjaannya, yaitu perbandingan antara hasil kerja seorang karyawan secara nyata dengan standar kerja yang sudah ditetapkan perusahaan sebelumnya. Dalam setiap perusahaan selalu meningkatkan kualitas kinerja karyawannya guna tercapainya tujuan sebuah perusahaan atau organisasi. Peningkatan

³⁶ Elbandiansyah, "*Manajemen Sumber Daya Manusia*", (Malang: CV IRDH, 2019), Hal. 150

kinerja karyawan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti mewujudkan kepuasan kerja karyawan melalui budaya organisasi dan gaya kepemimpinan yang sesuai dengan harapan karyawan. Penilaian kerja sangatlah penting bagi sebuah organisasi. Penilaian terhadap prestasi dapat memotivasi agar mendorong kinerja karyawan supaya lebih baik. Kinerja yang baik dan bagus akan mendekatkan kepada tujuan sebuah perusahaan yaitu tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan serta akan terpengaruhinya harapan kembali konsumen untuk menggunakan kembali jasa dari perusahaan tersebut.³⁷

Didalam kegiatan operasional perusahaan khususnya dalam segi pengelolaan sumber daya manusia dalam hal bekerja, Allah SWT. menganjurkan seseorang untuk bekerja keras agar memperoleh hasil yang setara dengan yang dikerjakannya sesuai dengan ayat dalam Al-Quran QS. At-Taubah :105 yang berbunyi:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ

فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan

³⁷ Edi Sutrisno dan Joko Maryono, “Pengaruh Kinerja Karyawan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat”, *Jurnal Multiplier*, Vol. 1, No. 1, 2016, Hal. 68.

kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (QS. At-Taubah :105).³⁸

2. Hubungan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Bachrudin, kepuasan pelanggan untuk kembali menggunakan produk suatu perusahaan diakibatkan oleh pelayanan pegawai yang baik dan sepenuh hati.³⁹ Tujuan suatu perusahaan dapat dicapai jika kinerja karyawan suatu perusahaan baik atau terus meningkat. Menurut Amiruddin, peningkatan kinerja karyawan yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kemampuan, kemauan, energi, Teknologi, Kompensasi, Kejelasan Tujuan dan Keamanan.⁴⁰ Jika kepuasan karyawan terpenuhi maka tingkat kinerja karyawan dipastikan akan meningkat. Peningkatan yang terus terjadi pada dasarnya akan mengakibatkan kepuasan pelanggan terpenuhi dan pembelian ulang konsumen menggunakan kembali produk atau jasa suatu perusahaan akan semakin besar.

Hubungan karyawan yang baik dengan pelanggan akan memudahkan komunikasi dan interaksi guna memenuhi kepuasan pelanggan untuk kembali memakai produk jasa dari perusahaan. Komunikasi sangatlah penting dalam kegiatan perusahaan dibidang jasa, karena komunikasi dapat mengetahui

³⁸ Departemen RI, Musaf Al-Qur'an..., Hal. 204

³⁹ Bachrudin Syaroni, "*Kinerja Pelayanan Publik Dinas Pendidikan (Survei di Dinas Pendidikan se-Wilayah III Cirebon)*", (Sleman: CV Budi Utama, 2015), Hal. 49

⁴⁰ Amiruddin, "*Pengaruh Etos Kerja, Disiplin dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Biak*", (Pasuruan: Qiara Media, 2019), Hal. 51

kejelasan seperti apa harapan yang diinginkan konsumen. Hubungan karyawan yang baik dengan pelanggan akan memudahkan karyawan untuk mengambil hati konsumennya.

F. Konsumen atau Pelanggan (*consumer*)

Terdapat peribahasa yang menyebutkan pelanggan adalah raja. Pelanggan dapat diartikan sebagai seseorang atau organisasi yang menjadi target penjualan perusahaan untuk mengkonsumsi barang atau jasa.⁴¹ Pelanggan adalah pihak yang membutuhkan produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan yang kemudian dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Pelanggan yang mau membeli barang atau jasa biasa yang pertama mementingkan kualitas, kuantitas dan harga yang terjangkau. Pelanggan menjadi salah satu target utama perusahaan dalam menjual produk atau jasa yang diproduksi perusahaan. Kualitas pelayanan, harga, kualitas produk yang baik dan terjangkau menjadikan pembeli atau pelanggan ini mau kembali untuk membeli barang atau jasa yang dijual. Karena kebanyakan pembeli lebih mementingkan kualitas yang baik walaupun mahal dari pada murah tapi tidak berkualitas.

Kepuasan konsumen sangat berkontribusi terhadap aspek krusial perusahaan seperti terciptanya loyalitas konsumen, meningkatnya reputasi perusahaan, meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan, dan juga

⁴¹ Anwar Hadi, “*Pemahaman dan Penerapan ISO/IEC 17025:2005*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), Hal. 99

diharapkan dapat berpengaruh pada keuntungan atau laba perusahaan di masa yang akan mendatang. Pemenuhan kepuasan konsumen haruslah disertai dengan pemantauan atau kontrolisasi setiap perubahan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dari beberapa faktor seperti:

1. Performa produk atau jasa.
2. Citra perusahaan atau produk (merek).
3. Nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima konsumen.
4. Kinerja atau prestasi karyawan
5. Persaingan, kelemahan dan kekuatan pesaing juga memengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing.⁴²

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, penulis memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Standar Operasional Prosedur Perusahaan, Harga, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

Penelitian Nico Pratama bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima

⁴² Setyaningsih Sri Utami, "Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi PT. Solo Central Taxi di Surakarta", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, 2009, Hal. 37-38.

Pekanbaru. Penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Lima Pekanbaru. Dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0,003 atau lebih kecil dari 0,05, nilai signifikansi harga sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan perhitungan tersebut menjelaskan bahwa variabel kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat dijelaskan dengan variabel kualitas pelayanan dan juga dapat dijelaskan dengan variabel harga.⁴³

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada variabel independen yang diteliti yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel harga. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian Nico Pratama menggunakan tempat penelitian pada Hotel Bintang Lima Pekanbaru sedangkan penulis menggunakan tempat penelitian pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

Penelitian Anisatul Auliya dan Nursumasiana bertujuan untuk mengetahui pengaruh Penerapan *Standard Operating Procedure* Terhadap Kepuasan Pelanggan The Brezze Café Gunung Sahari Jakarta. Penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *Standard Operating Procedure* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada The Brezze Café Gunung Sahari Jakarta. Dengan nilai signifikansi *Standard Operating*

⁴³ Nico Pratama Onasie, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Lima Pekanbaru", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, 2015, Hal. 8

Procedure sebesar 0,696 atau lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan perhitungan tersebut menjelaskan bahwa variabel *Standard Operating Procedure* tidak mempengaruhi kepuasan konsumen pada The Brezze Café Gunung Sahari Jakarta atau dengan kata lain hipotesis ditolak.⁴⁴

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada variabel independen yang diteliti yaitu variabel *Standard Operating Procedure*. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian Anisatul Auliya dan Nursumasiana menggunakan tempat penelitian pada The Brezze Café Gunung Sahari Jakarta sedangkan penulis menggunakan tempat penelitian pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

Penelitian Arini Isfahila, dkk bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada pelanggan Umah Batik Banyuwangi, untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan konsumen Umah Sayu Wiwit Banyuwangi. Penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa harga, desain dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai signifikansi harga 0,002 atau lebih kecil dari 0,05, nilai signifikansi desain 0,002 lebih kecil dari 0,05 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Perolehan perhitungan regresi dengan nilai determinasi sebesar 0.780, yang berarti 78%

⁴⁴ Anisatul Auliya dan Nursumasiana, "Pengaruh Penerapan Standard Operating Procedure Terhadap Kepuasan Pelanggan The Brezze Café Gunung Sahari Jakarta", *Jurnal Pesona*, Vol. 7, No. 1, 2014, Hal. 6

variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh harga, desain, dan kualitas produk sedangkan sisanya 22% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.⁴⁵

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada variabel independen yang diteliti yaitu variabel harga. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian Arini Isfahila, Dkk. menggunakan tempat penelitian pada Umah Sayu Wiwit Banyuwangi sedangkan penulis menggunakan tempat penelitian pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

Penelitian Ade Syarif Maulana bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji parsial (Uji t) variabel kualitas pelayanan berpengaruh dengan kepuasan pelanggan dengan memperoleh nilai signifikan 0,934. Variabel harga berpengaruh dengan kepuasan pelanggan dengan memperoleh nilai signifikan 1,482. Sedangkan bersama-sama memperoleh hasil variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan memperoleh nilai signifikan kepuasan pelanggan sebesar 0,466 dan variabel harga memperoleh nilai 0,894.⁴⁶

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada variabel independen yang diteliti yaitu variabel kualitas pelayanan dan harga.

⁴⁵ Arini Isfahila, dkk, "Pengaruh Harga, Desain serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 8, No. 2, Hal. 211.

⁴⁶ Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TOI", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7, No. 2, 2016, Hal. 124.

Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian Ade Syarif Maulana menggunakan tempat penelitian pada PT. TOI sedangkan penulis menggunakan tempat penelitian pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

Penelitian Tiara Citra Mukti bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan tujuan untuk mengetahui apakah 5 (lima) dimensi dalam standar operasional prosedur (SOP) pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen pada PT. Sinar Wijaya Motor Honda Wates Kediri. Memperoleh hasil analisis Uji t untuk variabel *reliability* 0,0006, *responsibility* 0.037, *assurance* 0,007, *empathy* 0,704 dan *tangible* 0,025, 4 variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan 1 variabel berpengaruh tetapi tidak signifikan yaitu variabel *empathy*. Sedangkan hasil uji F sebesar 0,000 dibawah 0,05 yang berarti variabel (X) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel (Y).⁴⁷

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada variabel independen yang diteliti yaitu variabel standar operasional prosedur perusahaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian Tiara Citra Mukti menggunakan tempat penelitian pada PT. Sinar

⁴⁷ Tiara Citra Mukti, "Pengaruh Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, 2017, Hal. 14.

Wijaya Motor Honda Wates Kediri sedangkan penulis menggunakan tempat penelitian pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

Penelitian Ferry Siswandhi bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci Terhadap kepuasan Masyarakat. Memperoleh hasil persamaan regresi $Y = 7,696 + 0,660 X1 + 0,080 X2$. Nilai t tabel adalah 2,032 untuk penelitian ini ($\alpha = 5\%$). Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung 4,998, dan variabel kinerja karyawan memiliki nilai t hitung 0,625, yang berarti faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan memiliki arah hubungan positif sedangkan kinerja karyawan berpengaruh tidak signifikan. Selain itu, uji F menunjukkan nilai Fhitung 15,302 sedangkan nilai Ftabel 4,139, yang berarti secara bersama-sama/simultan variabel kualitas pelayanan dan kinerja karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat.⁴⁸

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada variabel independen yang diteliti yaitu variabel kualitas pelayanan dan kinerja karyawan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu penelitian Ferry Siswandhi menggunakan tempat penelitian pada Badan

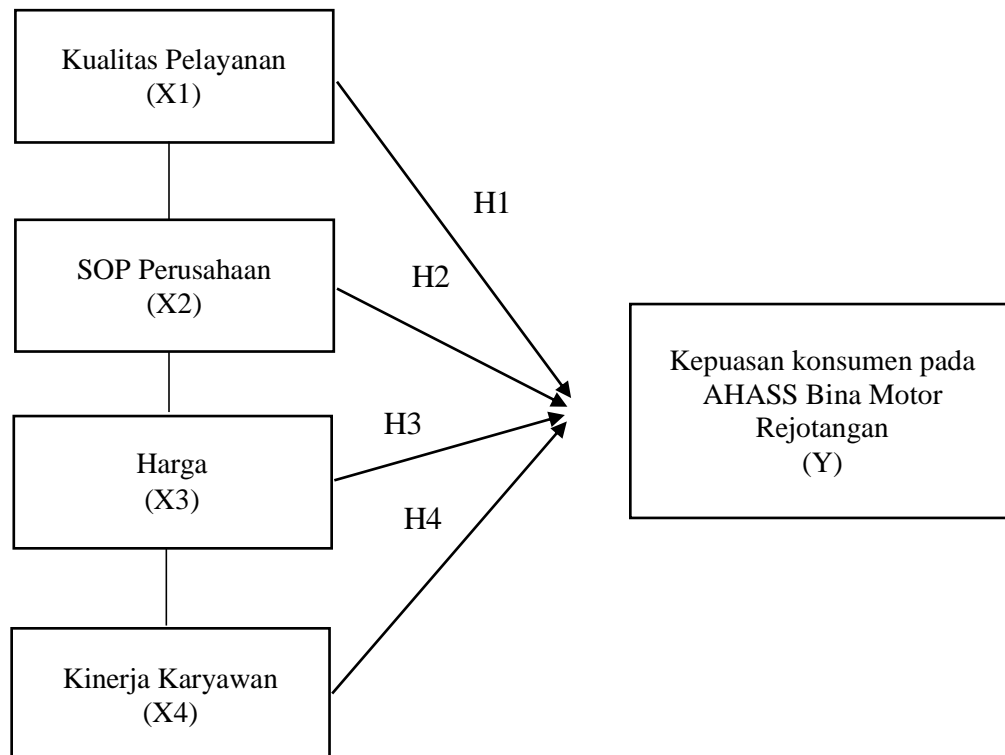
⁴⁸ Ferry Siswandhi, "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci Terhadap kepuasan Masyarakat", *Jurnal Benefita*, Vol. 1, No. 3, Hal. 177.

Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci sedangkan penulis menggunakan tempat penelitian pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

H. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual variabel-variabel penelitian tentang bagaimana teori-teori yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu variabel bebas dan variabel terkaait. Kerangka konseptual dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian berkenaan dengan dua variabel atau lebih.⁴⁹ dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel dependen (Kepuasan Konsumen pada AHASS Motor Rejotangan) dengan variabel independen (Kualitas Pelayanan, Standar Operasional Prosedur Perusahaan, Harga, dan Kinerja Karyawan). Berdasarkan dengan tujuan penelitian serta teori yang sudah dipaparkan, selanjutnya akan diuraikan kerangka konseptual sebagai berikut:

⁴⁹ Iskandar, “*Metodologi Penelitian Pendidikan dan Social (Kuantitatif dan Kualitatif)*”, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), Hal. 54

Gambar 2.1**Kerangka Konseptual**

Sesuai dengan kerangka konseptual diatas, terdapat empat variabel kualitas pelayanan (X_1), Standar Operasional Prosedur Perusahaan (X_2), Harga (X_3) dan Kinerja Karyawan (X_4) yang merupakan variabel bebas (independen) dan Kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan (Y) adalah Variabel terikat (dependen). Variabel kualitas pelayanan , Standar Operasional Prosedur Perusahaan , Harga dan Kinerja Karyawan keempatnya secara parsial (sendiri) maupun simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang adanya suatu atau kemungkinan adanya sesuatu, dengan diiringi perkiraan mengapa atau apa sebabnya.⁵⁰ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Dengan demikian, hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan.
2. Standar Operasional Prosedur Perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan.
3. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan.
4. Kinerja Karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan.

⁵⁰ Nadari Nawawi, "*Metode Penelitian Bidang Sosial*", (Yogyakarta: Gajah Mada Presss, 2012), Hal. 48

5. Kualitas Pelayanan, Standar Operasional Prosedur Perusahaan, Harga, dan Kinerja berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan.