

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan**

##### **2.1.1 Pengertian**

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) adalah badan hukum yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial. BPJS adalah transformasi dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang sekarang berjalan, dan memiliki kemampuan untuk membentuk badan penyelenggara baru sesuai dengan perkembangan sistem jaminan sosial (Wigatie & Zainafree, 2023).

Menurut Peraturan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Nomor Tahun 2014, Jaminan Kesehatan adalah jaminan berupa perlindungan kesehatan agar peserta memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan yang diberikan kepada setiap orang yang telah membayar iuran atau iurannya dibayar oleh pemerintah. Selain bertanggung jawab untuk menyediakan layanan kesehatan bagi seluruh penduduk Indonesia, BPJS juga memiliki tanggung jawab pemerintah dalam bidang pelayanan umum. Ini sebelumnya menjadi tanggung jawab BUMN dan pemerintah pusat. BPJS sekarang ditetapkan sebagai badan hukum publik karena menjalankan dua tugas dan fungsi sebagai BUMN dan sebagai fungsi pemerintah (Sari, 2021).

### 2.1.2 Tujuan

Untuk memastikan bahwa semua orang di Indonesia memiliki jaminan kesehatan yang layak, program BPJS akan bekerja sama dengan presiden dan bertanggung jawab kepada presiden. BPJS memiliki kantor di setiap provinsi dan kabupaten kota di Indonesia (Sari, 2021).

### 2.1.3 Prinsip

Menurut (Ardianto, 2023) ada beberapa prinsip yang dianut BPJS Kesehatan dalam menjalankan sistem kesehatan nasional adalah :

1. Prinsip gotong royong adalah prinsip yang mendorong semua peserta untuk bekerja sama untuk menanggung biaya Jaminan Sosial. Setiap peserta harus membayar iuran sesuai dengan gaji, upah, atau penghasilan mereka.
2. Prinsip laba ini berfokus pada menggunakan hasil keuntungan untuk membangun fasilitas kesehatan yang ada demi memberikan manfaat yang besar untuk peserta.
3. Prinsip keterbukaan dapat dikatakan sebagai prinsip transparan, dimana hasil dijelaskan kepada pihak terkait dan digunakan dananya untuk membangun fasilitas kesehatan dan memberikan manfaat besar bagi peserta.
4. Prinsip hati hati dimaksudkan pada cara mengelola dana yang besar secara teliti, cermat, dan aman.
5. Prinsip akuntabilitas mengacu pada prinsip yang tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan dalam pelaksanaan program dan pengelolaan keuangan. Hal-hal lain juga harus berjalan walaupun peserta berpindah tempat tinggal atau domisili.

6. Menurut prinsip kepesertaan, setiap peserta harus menjadi anggota BPJS dan aktif membayar iuran.
7. Prinsip dana amanat mengatakan bahwa iuran dan keuntungan dari program ini harus dianggap sebagai dana yang dititip dan harus diputar kembali sepenuhnya untuk manfaat bersama.
8. Menurut prinsip dana amanat, iuran dan hasil pengembangannya adalah dana titipan peserta yang digunakan semaksimal mungkin untuk kepentingan peserta Jaminan Sosial.
9. Hasil pengelolaan Dana Jaminan Sosial sepenuhnya digunakan untuk mengembangkan program dan memprioritaskan kebutuhan peserta.

## **2.2 Aplikasi *Mobile* JKN**

### **2.2.1 Pengertian**

Aplikasi *Mobile* JKN adalah transformasi digital dari model bisnis BPJS Kesehatan. Awalnya, kegiatan administrasi dilakukan di kantor cabang, tetapi sekarang dilakukan melalui aplikasi *Mobile* JKN, yang dapat digunakan oleh siapa saja kapan saja dan di mana saja. Aplikasi ini diluncurkan oleh Fachmi Idris, Direktur Utama BPJS Kesehatan, pada tanggal 16 November 2017 di Jakarta, disaksikan oleh Menteri Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia RU (Sari, 2021).

Aplikasi *Mobile* JKN dibuat dengan tujuan meningkatkan kualitas dan mutu BPJS dan membuatnya mudah digunakan oleh semua orang dengan fiturnya. Direktur Utama BPJS juga menyatakan bahwa tujuan duta kesehatan BPJS adalah pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dia juga mengatakan bahwa ini akan memengaruhi seluruh organisasi kantor pusat dan kantor daerah yang ada.

Kepuasan masyarakat sangat dipengaruhi oleh tanggapan terhadap masalah (Ardianto, 2023).

### **2.2.2 Fitur-fitur *Mobile* JKN**

Menurut (Ardianto, 2023) ada banyak fitur dalam aplikasi *Mobile* JKN antara lain :

1. Fitur Pendaftaran Peserta
2. Fitur Peserta
3. Fitur Ubah Data Peserta
4. Fitur Ketersediaan Tempat Tidur
5. Fitur Obat Yang Ditanggung
6. Fitur Premi
7. Fitur Jadwal Tindakan Operasi
8. Fitur Pendaftaran Pelayanan
9. Fitur Pendaftaran Auto Debit
10. Fitur Pembayaran
11. Fitur Catatan Pembayaran
12. Fitur Riwayat Pelayanan
13. Fitur Konsultasi Dokter
14. Fitur Skrining Riwayat Kesehatan
15. Fitur Skrining *Covid – 19*
16. Fitur Cek Akun Virtual
17. Fitur Info JKN
18. Fitur Lokasi
19. Fitur Pengaduan Keluhan

Peserta PBP/BU/BU dapat melakukan pendaftaran program REHAB dalam Aplikasi *Mobile* JKN, yang memungkinkan mereka untuk membayarkan tunggakan iurannya secara bertahap. Selain itu, ada fitur Kartu Peserta yang terdiri dari Kartu Identitas Peserta (KIS Digital), yang dapat digunakan sebagai identitas peserta saat mereka menerima perawatan medis di fasilitas kesehatan. Selain itu, artikel kesehatan tersedia untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang kesehatan mereka. Fitur FAQ terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang paling sering ditanyakan oleh peserta dan disertai dengan penjelasan (Sari, 2021).

Pengguna atau peserta dapat menggunakan fitur pendaftaran pelayanan untuk mendaftar jika mereka ingin mendapatkan pelayanan kesehatan ke FKTP (Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama) dimana mereka terdaftar, dan ke FKTL (Fasilitas Kesehatan Tingkat Lanjutan). Namun, fitur ini hanya dapat digunakan jika FKTP atau FKTL telah menyiapkan perangkat yang terhubung dengan *Mobile* JKN (Ardianto, 2023).

## **2.3 Kualitas Produk**

### **2.3.1 Pengertian**

Kualitas (*quality*) menurut (Faizah, 2021) adalah totalitas fitur dan karakteristik barang atau jasa yang didasarkan pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk adalah segala sesuatu yang produsen dapat tawarkan untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar tertentu. Kualitas merupakan kondisi yang mempengaruhi produk atau jasa yang membantu memberikan kepuasan, baik secara langsung maupun tidak langsung, disebut kualitas (Darmawansyah, 2023).

Menurut (Wicaksono, 2020) kualitas produk merupakan atribut dan fitur barang atau jasa yang memengaruhi kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat Untuk memenuhi keinginan pelanggan, produk berkualitas tinggi sangat penting. Jika keinginan pelanggan dipenuhi sesuai dengan harapan mereka, pelanggan akan menerima dan bahkan menjadi loyal terhadap produk tersebut.

Kualitas Produk adalah kombinasi fitur yang memiliki kemampuan untuk memenuhi keinginan (want) konsumen dan pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan fungsi produk tersebut dan bebas dari cacat atau kekurangan. Seberapa baik suatu produk atau layanan dapat memenuhi keinginannya didefinisikan sebagai kualitas produk dari sudut pandang konsumen. Namun, dari perspektif organisasi, memenuhi keinginan pelanggan dengan produk (barang atau jasa) dengan harga yang sebanding (Nikma, 2022).

### **2.3.2 Dimensi Kualitas Produk**

Menurut (Faizah, 2021) menyatakan bahwa ada delapan dimensi produk yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*), merupakan ciri-ciri operasi dan produk utama (*core product*) yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu atribut tambahan atau sekunder.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*), yaitu sejauh mana fitur desain dan operasi memenuhi standar yang sudah ditetapkan.
4. Keandalan (*Reliability*), dengan kata lain, kemungkinan rusak atau gagal pemakaian sangat kecil.

5. Daya tahan (*Durability*), berkaitan dengan jangka waktu penggunaan produk. Usia teknis dan ekonomis termasuk dalam dimensi ini.
6. Estetika (*Easthetica*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*), merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Ini terjadi biasanya karena pembeli tidak tahu tentang fitur atau karakteristik produk yang akan mereka beli, sehingga mereka mempertimbangkan kualitas produk berdasarkan harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, dan negara di mana produk dibuat.
8. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*), meliputi kecepatan, kemudahan, dan penanganan keluhan yang memuaskan. Layanan ini tidak hanya diberikan sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, termasuk layanan untuk memperbaiki masalah dan memastikan bahwa komponen yang dibutuhkan tersedia.

Menurut (Nikma, 2022) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, beberapa dimensi kualitas produk antara lain:

1. *Durability* (daya tahan), yang berarti semakin sering konsumen menggunakan produk, semakin lama atau berapa lama produk tersebut bertahan sebelum diganti.
2. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana fitur operasi utama produk memenuhi kebutuhan tertentu pelanggan atau apakah ada cacat pada produk.

3. *Features* (fitur), adalah fitur produk yang dimaksudkan untuk meningkatkan fungsi produk atau membuat konsumen lebih tertarik padanya.
4. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan dalam jangka waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan kerusakan, semakin kuat kepercayaan Anda pada produk tersebut.
5. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan cara produk dapat dilihat dari tampilan, rasa, bau, dan bentuk.
6. *Perceived Quality* (kesan kualitas), Persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal, yang sering dianggap sebagai hasil dari pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena kemungkinan besar konsumen tidak memahami atau tidak memiliki informasi yang cukup tentang produk tersebut.

Menurut (Darmawansyah, 2023) adapun beberapa hal yang terkait dengan kualitas produk yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Keandalan (*reliability*)

Keandalan produk berarti bahwa produk tersebut memiliki kemampuan untuk digunakan dalam jangka waktu yang lama atau dapat dianggap awet. Selain itu, produk tersebut harus mudah digunakan. Konsumen cenderung memilih barang yang tahan lama dan tidak mudah rusak. Bagi pelanggan, nilai keandalan ini akan mengurangi biaya perawatan dan mencegah masalah dalam jangka waktu tertentu.

2. Penampilan (*Performance*)

Wujud atau bentuk produk, warna, dan bahan pembuatnya adalah beberapa hal yang berkaitan dengan penampilan produk. Jika produk memiliki bentuk yang

menarik, konsumen akan lebih tertarik untuk menggunakannya. Kesan yang ditimbulkan oleh produk disebut penampilan bagi konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli produk dengan penampilan yang lebih baik. Namun demikian, penampilan produk sekarang dipengaruhi oleh isi dalamnya, bukan hanya oleh fisiknya. Terkadang, produk serupa memiliki tampilan yang bagus, tetapi isi di dalamnya tidak sesuai dengan kemasannya.

3. Nilai seni suatu produk (*aesthetics*)

Nilai seni suatu produk, yang berhubungan dengan penampilan atau bentuknya, mempengaruhi harga jual dan daya beli masyarakat; produk dengan nilai estetika yang tinggi, yang hanya meniru produk lain, tentu kurang mendapatkan perhatian dari calon konsumen. Sebaliknya, produk yang dirancang dengan bentuk yang menarik, memberikan kesan bagus, dan tidak meniru, akan menjadi pertandingan yang menarik.

4. Kemampuan produk memberikan pelayanan (*serviceability*)

Pelayanan produk sangat penting, terutama untuk produk yang memerlukan layanan yang cepat dan memuaskan dengan hasil yang memuaskan. Kemampuan ini juga terkait dengan keandalan; namun, kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan produk saat digunakan sehingga mampu memenuhi kebutuhan pembeli.

Menurut (Tiwi, 2023) mengemukakan terdapat beberapa indikator kualitas produk yaitu:

1. Kinerja

Karena setiap produk dibuat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, fitur ini merupakan bagian penting dari produk.

## 2. Hak istimewa tambahan

Menambahkan produk inti untuk meningkatkan dan meningkatkan kinerja produk.

## 3. Keandalan

Merupakan tingkat kemungkinan suatu produk untuk berfungsi dengan baik jika digunakan dalam jangka waktu tertentu dan tidak mengalami kerusakan atau cacat.

## 4. Kesesuaian dengan spesifikasi

Bentuk, ukuran, warna, dan kegunaan produk dievaluasi sesuai dengan standar.

## 5. Daya tahan

Dimensi ini menunjukkan daya tahan produk setelah digunakan dalam jangka waktu tertentu.

## 6. Pelayanan

Di sini, seberapa mudah dan cepat produk dapat disampaikan kepada pelanggan sambil mempertahankan standar layanan yang tinggi. Ini mempertimbangkan hal-hal ini.

## 7. Estetika

Dimensi ini menilai kualitas fisik suatu barang, seperti penampilan, rasa, bau, gaya, dan daya tarik yang unik bagi pelanggan.

## **2.4 Kualitas Layanan**

### **2.4.1 Pengertian**

Kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, derajat, atau taraf mutu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara global, kualitas didefinisikan sebagai tingkat yang menunjukkan serangkaian sifat yang

jasas dan memenuhi standar tertentu. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik internal maupun eksternal, berdasarkan standar prosedur pelayanan (Sari, 2021).

#### 2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut (Ardianto, 2023) bahwa kualitas layanan terdiri :

1. Kualitas interaksi (*interaction quality*), kontak yang terjadi pada proses penyampaian jasa dalam pertemuan antara penyedia jasa dengan konsumen, dan hal tersebut merupakan kunci penentu dari evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap kualitas layanan.
2. Kualitas hasil (*outcome quality*), didefinisikan sebagai evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap hasil dari aktivitas layanan jasa yang diterimanya, termasuk ketepatan waktu dalam pelayanan jasa.
3. Kualitas lingkungan (*environment quality*), terkait dengan seberapa jauh dan seberapa besar fitur berwujud (*tangible feature*) dari proses penyampaian layanan yang kemudian memainkan peran dalam mengembangkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa secara keseluruhan.

Menurut (Sari, 2021) dimensi kualitas pelayanan diantaranya adalah:

1. *Efficiency* (Efisiensi)  
Pada efisiensi, yang berarti bahwa setiap orang dapat mengakses situs web, aplikasi, atau situs web dengan mudah, memudahkan mencari informasi yang dibutuhkan, dan dapat meninggalkan hubungan dengan sedikit usaha.
2. *Reliability* (Kehandalan)  
Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (akurat) dan dapat diandalkan (dipercaya), terutama memberikan layanan secara tepat

waktu (tepat waktu), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, dan tanpa melakukan kesalahan setiap saat.

3. *Fulfillment* (Pemenuhan)

Kemampuan untuk mengingat promosi pelayanan yang akurat, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk yang cepat dan tepat.

4. *Privacy* (Kerahasiaan)

Melibatkan perlindungan data pribadi pelanggan yang tidak diketahui oleh orang lain.

5. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Motivasi atau keinginan karyawan untuk membantu dan menyediakan layanan yang dibutuhkan pelanggan. Kesan yang tidak seharusnya terjadi akibat membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas. Kecuali kesalahan ini ditangani dengan cepat, maka akan berkesan dan menyenangkan.

6. *Compensation* (Kompensasi)

Meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya perawatan produk.

7. *Contact* (Kontak)

Memberi pelanggan kemampuan untuk menghubungi langsung staf layanan pelanggan.

#### **2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan**

Menurut (Ardianto, 2023) umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, pendidikan, dan budaya adalah semua faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

1. Jenis kelamin

Laki-laki mempunyai tingkat kepuasan yang lebih rendah daripada perempuan.

## 2. Umur

Dalam proses perkembangan manusia, usia dapat memengaruhi keputusan kesehatan individu dengan setiap perubahannya. Praktek perilaku kesehatan dianggap tidak sesuai pada umur kanak-kanak ketika kemampuan kognitif belum berkembang. Saat seseorang memasuki usia remaja, mereka sudah dapat membuat keputusan logis yang berdampak pada perilaku kesehatan mereka, tetapi kebanyakan orang masih mempertimbangkan keinginan dan tekanan orang disekitarnya. Namun, sebagian besar orang dapat menentukan dan menerapkan tindakan mereka sendiri untuk melindungi, meningkatkan, dan memelihara kesehatan mereka saat mereka dewasa. Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan dipengaruhi oleh usianya, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan tentang status kesehatannya. Hubungan antara umur dan kepuasan adalah orang muda dan orang tua memiliki kepuasan yang berbeda.

## 3. Pendidikan

Pasien dengan pendidikan tinggi tidak puas dengan pelayanan kesehatan dasar, sedangkan pasien dengan pendidikan rendah pada umumnya puas. Pendidikan adalah salah satu faktor struktur sosial yang dapat mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk kesehatannya. Tingkat pendidikan secara tidak langsung mempengaruhi pengetahuan seseorang dan pengambilan keputusan tentang kesehatannya. Dibandingkan dengan peserta yang berpendidikan tinggi, peserta yang berpendidikan tinggi lebih puas dengan pelayanan rawat inap. Ini karena masyarakat berpendidikan tinggi cenderung tidak puas karena pengetahuan mereka lebih menuntut layanan yang lebih baik.

#### 4. Pekerjaan

Pekerjaan adalah salah satu faktor sosial yang dapat mendorong seseorang untuk mengambil tindakan dalam hal kesehatannya. Orang yang bekerja memiliki harapan lebih tinggi terhadap pelayanan kesehatan dibandingkan dengan orang yang tidak bekerja.

#### 5. Status Kepesertaan Anggota

Keluarga yang ditanggung kurang puas daripada peserta atau penanggung.

Menurut (Sari, 2021) kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua komponen, yaitu :

##### 1. *Perceived service*

Ketika layanan diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

##### 2. *Expected Service*

Terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Menurut (Ardianto, 2023) terdapat berbagai faktor penentu kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

##### 1. *Information*

Bagaimana informasi produk dan informasi lain misalnya: jasa memenuhi atau sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila konsumen menerima informasi dari pihak perusahaan atau karyawan dengan jelas maka akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan di mata konsumen tersebut.

## 2. *Consultation*

Konsultasi melalui nasehat, kolaborasi, konseling. Apabila perusahaan memberikan konseling dan adanya kolaborasi yang baik maka ini berarti kualitas pelayanan yang semakin baik.

## 3. *Order taking*

Cara pemesanan misal menjadi member, melalui telepon dan fasilitas yang tersedia. Jika tersedia adanya member, kemudian adanya fasilitas yang memadai dari sebuah perusahaan maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai tambah di mata konsumennya.

## 4. *Hospitality*

Keramahan dan kesopanan karyawan misal dalam memberi salam. Apabila karyawan ramah dan sopan berarti sebuah perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik dimata konsumennya.

## 5. *Caretaking*

Peduli pada kebutuhan konsumen seperti perhatian, memberikan empati. Apabila karyawan memiliki perhatian dan memberikan empati kepada pihak perusahaan berarti memiliki kualitas pelayanan yang baik.

## 6. *Exceptions*

Cara memecahkan masalah atau memberikan solusi kepada konsumen. Jika perusahaan memberikan solusi atau pemecahan masalah kepada konsumennya, berarti memenuhi harapan konsumen.

## 2.5 Kepuasan Pasien

### 2.5.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat keadaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Suminar & Sari, 2020). Kepuasan dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu kepuasan yang berwujud merupakan kepuasan yang dapat dirasakan dan dilihat oleh pelanggan serta telah dimanfaatkan, dan kepuasan psikologika yang bersifat tidak terwujud dari pelayanan kesehatan tetapi dapat dirasakan oleh pasien (Sari, 2021).

Karena itu, tingkat kepuasan pasien sangat tergantung pada persepsi atau harapan pasien terhadap pemberi jasa kesehatan, karena kepuasan pasien dapat diukur dengan memenuhi kebutuhan pasien (Sari *et al.*, 2024). Kebutuhan pasien yang paling umum adalah keamanan pelayanan, biaya, ketepatan, dan kecepatan layanan kesehatan (Ardianto, 2023).

Kepuasan adalah perasaan senang atas kecewa seseorang yang timbul karena seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka (Sheandy, 2020).

### 2.5.2 Indikator Kepuasan

Menurut (Sari, 2021) indikator kepuasan antara lain :

#### 1. Efektivitas (*Effectiveness*)

Kapasitas sistem informasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Ini dapat dilihat dari seberapa baik tujuan pengguna tercapai sesuai harapan.

## 2. Efisiensi (*Efficiency*)

Apabila sistem informasi dapat mencapai tujuan pengguna dengan cara yang tepat, sistem informasi dianggap efisien.

## 3. Kepuasan menyeluruh (*Overall satisfaction*)

Rasa puas pengguna dapat diukur dengan melihat seberapa baik fitur sistem informasi memenuhi kebutuhan pengguna. Rasa puas ini dapat menunjukkan seberapa baik sistem informasi memenuhi kebutuhan pengguna.

Menurut (Ardianto, 2023) indikator – indikator kepuasan meliputi :

1. Kesesuaian harapan, kepuasan tidak diukur secara langsung, tetapi didasarkan pada apakah harapan pelanggan sesuai dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya atau tidak.
2. Minat berkunjung kembali, yang menunjukkan apakah pelanggan puas dengan layanan perusahaan atau ingin menggunakannya lagi.
3. Kesiediaan untuk merekomendasikan, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menanyakan apakah mereka akan merekomendasikan barang atau jasa tersebut kepada orang lain, seperti teman, keluarga, dan lainnya.
4. Totalitas sistem informasi dalam memberikan layanan berarti bahwa sistem informasi harus memiliki semua informasi yang dibutuhkan pengguna.
5. Kesenangan dan kenyamanan sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh sistem kepada pengguna. Kesenangan dan kenyamanan ini diukur sebagai tingkat kepuasan pengguna.
6. Biaya, pelanggan cenderung puas dengan kualitas atau layanan jika mereka tidak perlu membuang waktu atau membayar biaya tambahan untuk mendapatkan layanan tersebut.

### 2.5.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut (Ardianto, 2023) pengukuran kepuasan pelanggan antara lain:

#### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berfokus pada pelanggan harus memberikan kesempatan yang luas kepada kliennya untuk menyampaikan pendapat, keluhan, dan saran. Kotak saran, kartu komentar, dan saluran telepon khusus tanpa pulsa adalah beberapa contoh media yang dapat digunakan. Bisnis dapat memperoleh ide baru dan masukan berharga dari data yang diperoleh melalui pendekatan ini. Ini juga memungkinkan perusahaan untuk mengatasi masalah dengan cepat dan responsif.

#### 2. Masalah Yang Timbul (*Ghost Shopping*)

Salah satu cara untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pengguna. Kemudian, berdasarkan pengalaman mereka sebagai pelanggan atau pengguna, mereka dapat melaporkan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan mereka.

#### 3. *Lost Customer Analysis*

Dengan menghubungi pelanggan atau pengguna yang telah berhenti atau berubah menjadi pelanggan atau pengguna di perusahaan lain, mereka dapat mengetahui penyebab kejadian dan menetapkan kebijakan perbaikan atau penyempurnaan tambahan.

#### 4. Survey kepuasan pengguna

Selain memberikan sinyal positif bahwa bisnis menaruh perhatian terhadap pelanggan atau pengguna produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan,

survei dapat digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dan tanggapan pengguna secara langsung. Metode ini dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, seperti :

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran berdasarkan item pertanyaan langsung tentang tingkat kepuasan pelanggan.

b. *Derived satisfaction*

Dua faktor utama yang dibahas dalam pengukuran ini adalah dua hal utama tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap layanan atau produk dan persepsi pelanggan terhadap layanan atau produk yang sudah mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Dalam pengukuran ini, responden diminta untuk mengungkapkan masalah yang mereka hadapi terkait dengan barang atau jasa organisasi serta saran untuk perbaikan.

d. *Importance - performance analysis*

Metode ini meminta responden untuk menilai relevansi berbagai atribut yang relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut.

#### **2.5.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Pelanggan yang bersangkutan pasti akan merasakan kepuasan ini setelah mereka menggunakan produk tersebut (Sari, 2021).

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu, yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi dengan harga yang lebih rendah menawarkan nilai yang lebih besar bagi konsumen.
5. Biaya, konsumen cenderung puas dengan produk jika mereka tidak perlu membuang waktu atau mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan produk tersebut.

