

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Hendro dan Syamswana (2017:351) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Tjiptono (2015:52), kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Jadi, kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga..

Jadi, kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga.

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2015:52), mengemukakan indikator kualitas pelayanan:

a. Kehandalan (*Reability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

c. Jaminan (*Assurance*)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

B. Pengalaman Pelanggan

1. Pengertian Pengalaman Pelanggan

Menurut Pranoto dan Subagio (2015:22) pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Hubungan secara langsung ini biasanya dikarenakan adanya inisiatif dari konsumen dan hal ini biasanya terjadi pada bagian pembelian dan pelayanan. Sedangkan hubungan tidak langsung sering melibatkan pertemuan yang tidak direncanakan, seperti penampilan produk dan merek, iklan, dan event promosi lainnya.

Menurut Chen & Lin (2018:64) menjelaskan bahwa customer experience adalah suatu pengakuan yang sifatnya kognitif atau persepsi yang mampu menstimulasi motivasi setiap pelanggan atau konsumen. Pengakuan atau persepsi dari pelanggan tersebut mampu meningkatkan nilai pada produk barang atau jasa perusahaan.

Begitu juga pengertian pengalaman pelanggan menurut Bagasworo dan Hardiani (2016:111) adalah sebagai akumulasi dari semua kejadian yang disadari oleh pelanggan mengenai bagaimana produk, merek dan mencakup pelayanan yang didapat. Sebuah pengalaman yang utuh dapat diperoleh pelanggan melalui lima komponen utama yang menggabungkan dimensi jarak. Dari pengertian di atas maka customer experience atau pengalaman pelanggan merujuk

pada pengalaman nyata pelanggan terhadap merek, produk atau pelayanan untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek.

Jadi berdasarkan pengertian di atas, bisa kita tarik kesimpulan bahwa customer experience adalah suatu proses atau strategi serta penerapan yang dilakukan oleh perusahaan untuk manajemen pelanggan atas pengalamannya menggunakan produk atau layanan perusahaan.

2. Indikator Pengalaman Pelanggan

Menurut Bagasworo dan Hardiani (2016:112) ada 5 indikator *customer experience* atau pengalaman pelanggan antara lain :

a. *Sense*

Berkaitan dengan gaya (*styles*), verbal dan visual yang mampu menciptakan keutuhan sebuah kesan. Pendekatan pemasaran dengan tujuan untuk merasakan dengan menciptakan pengalaman yang berhubungan dengan perasaan melalui tinjauan dengan menyentuh, merasakan, dan mencium dengan kata lain yang berhubungan dengan panca indera, yang meliputi tentang gaya, tema dan warna.

b. *Feel*

Perasaan di sini sangatlah berbeda dengan kesan sensorik karena hal ini berkaitan dengan suasana hati dan emosi jiwa seseorang. Ini bukan sekedar menyangkut keindahan, tetapi suasana hati dan emosi jiwa yang mampu membangkitkan

kebahagiaan atau bahkan kesedihan. Merupakan perasaan emosi yang muncul dari dalam hati secara positif dan perasaan gembira yang terjadi pada saat mengkonsumsi. Unsur *sense* meliputi tentang suasana hati dan perasaan atau emosi positif.

c. *Think*

Merupakan pemikiran kreatif yang muncul di benak konsumen akan suatu merek atau perusahaan atau pelanggan diajak untuk terlibat dalam pemikiran kreatif. Prinsip *think* terdiri atas 3 yaitu *surprise*, *intrigue*, dan *provocation*.

C. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Yuniarti (2020:233) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang dan jasa setelah mereka memperolehnya dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca-pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang dan jasa tersebut.

Handoko (2018:181), kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2015:121) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan yang membandingkan harapan pra-pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang di rasakan dengan yang diharapkan (ekspektasi). Jika kinerja memengaruhi harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan pelanggan. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang (win-win situation), yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan.

2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Yuniarti (2020:234), adapun indikator dari kepuasan pelanggan yaitu:

a. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan sangat berkaitan dengan keberhasilan kinerja pemasaran yang dilakukan perusahaan karena konsumen dapat dikatakan puas terhadap produk atau jasa apabila kinerja

pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan keinginan konsumen.

b. Pengalaman baik terhadap pelayanan

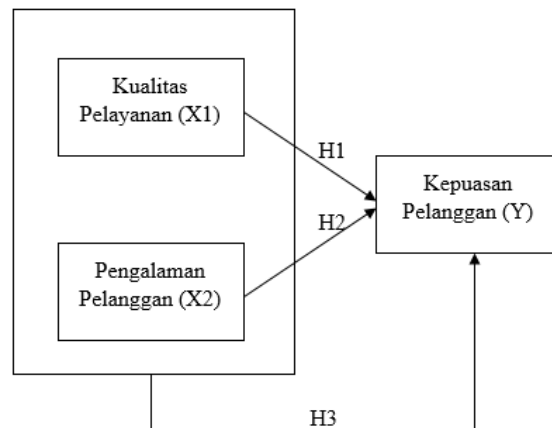
Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen akan membuat konsumen melakukan pembelian dilain waktu.

c. Keinginan untuk merekomendasi

Keinginan untuk merekomendasikan adalah bentuk dari luapan perasaan konsumen setelah mendapatkan produk (barang atau jasa) yang sesuai dengan keinginan konsumen. Rekomendasi konsumen dapat dilakukan kepada teman, keluarga dan orang lain.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan variabel-variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan (X1), dan pengalaman pelanggan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berikut kerangka pemikiran yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

H1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H2: Terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

H3: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

E. Penelitian Terdahulu

Untuk memudahkan klasifikasi penyelesaian penelitian ini penulis telah mempelajari dan menelaah beberapa penelitian yang relevan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 6
Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen ISSN: 2620-3391 Vol.3 No.1 DOI: https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.695 (2016)	Ira Triyana Dewi dan Muhammad Irwansyah Hasibuan (2016)	-Pengalaman Pelanggan (X1) 1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i> -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan	Hasil Penelitian: Terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan
2	Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jurnal Bisnis Dan Manajemen ISSN: 2581-1584 Vol.4 No.2 DOI: https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1694 (2017)	Timotius Hendra (2017)	-Nilai (X1) 1. kebijakan (<i>policy</i>) 2. janji (<i>promises</i>) dan 3. penyelesaian masalah (<i>problem solving</i>) -Kualitas Pelayanan (X2) 1. Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik -Pengalaman Pelanggan (X3) 1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i>	Hasil Penelitian: 1. Terdapat Pengaruh Nilai Terhadap Kepuasan pelanggan 2. Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
			5. <i>Relate</i> -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan -Loyalitas Pelanggan 1. Dari mulut ke mulut 2. Kekebalan terhadap pesaing dengan menolak ajakan perusahaan lain 3. Pembelian berulang	
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Salon Dewi Di Kota Jambi) Jurnal Development ISSN: 2337-7313 Vol.5 No.1 DOI: https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45 (2017)	Deka Veronica (2017)	-Kualitas Pelayanan (X1) 1.Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan	Hasil Penelitian terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan Jurnal Geoekonomi ISSN: 2503-4790 Vol. 10 No. 1 DOI: https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59 (2019)	Cornelius Prihandoyo (2019)	-Kualitas Pelayanan (X1) 1. Kesesuaian kualitas pelayanan. 2. Tingkat kepuasan 3. Tidak ada pengaduan -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan	Hasil penelitian: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Balikpapan
5	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Noach Cafe And Bistro</i> Jurnal Manajemen Pemasaran ISSN: 2442-5826 Vol.7 No.2 DOI: https://doi.org/10.62547/JMP.v7i2.465 (2019)	Niken Nanincova (2019)	-Kualitas Pelayanan (X1) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Pengalaman yang baik 2. Keinginan merekomendasikan 3. Sesuai harapan	Hasil penelitian: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada <i>Noach Cafe And Bistro</i>

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
6	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jurnal Reset Manajemen dan Bisnis ISSN: 2581-2165 Vol. 4 No. 1 DOI: https://doi.org/10.41658/JRMB.v4i1.421 (2019)	Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019)	-Kualitas Produk (X1) 1. Kinerja 2. Fitur 3. Reabilitas 4. Spesifikasi yang sesuai 5. Daya Tahan 6. Ketersediaan perbaikan 7. Estetika 8. Kualitas yang dirasakan -Kualitas Pelayanan (X2) 1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Dimensi Kepuasan Pelanggan 3. Konfirmasi Harapan -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan	Hasil penelitian terdapat 1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan 2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
7	Analisa Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Yello Jemursari Surabaya Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa ISSN: 2634-2725 Vol. 8 No. 1 DOI: https://doi.org/10.81345/JH MJ.v8i1.814 (2020)	Danny Harsono, Angelica Ruslie dan Regina Jokom (2020)	-Pengalaman Konsumen (X1) 1. Kepuasan keseluruhan 2. Ekspektasi diskonfirmasi 3. Kinerja dibandingkan dengan produk atau jasa yang ideal dalam kategori tersebut -Kepuasan Konsumen (Y) 1. Sesuai harapan 2. Keinginan merekomendasikan 3. Pengalaman yang baik	Hasil penelitian terdapat pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen di Hotel Yello Jemursari Surabaya
8	Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja) <i>Journal Of Manajemen</i> ISSN: 2614-8510 Vol.4 No.3 DOI: https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1751 (2021)	Nevita Desmi Ristia dan R.A Marlien (2021)	-Pengalaman Pelanggan (X1) 1. Pembeda (<i>Differentiator</i>) 2. Emosi (<i>Mood</i>) 3. Terkenang (<i>Memorable</i>) 4. Bentuk Fisik (<i>Physical</i>) 5. Kesetiaan (<i>Loyal</i>) -Nilai Pelanggan (X2) 1. <i>emotional value</i> 2. <i>social value</i>	Hasil penelitian terdapat 1. Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan 2. Pengaruh nilai pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
			3. <i>performance value</i> 4. <i>money of value.</i> -Kualitas Layanan (X3) 1. Keandalan (<i>Reability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan	3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan 4. Pengaruh pengalaman pelanggan, nilai pelayanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
9	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten Jurnal Bisnisan ISSN: 2686-4789 Vol.3 No.2 DOI: https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45 (2021)	Indah Handaruwati (2021)	- <i>Customer Experience</i> (X1) 1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i> -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Keinginan merekomendasikan 2. Pengalaman yang baik 3. Sesuai harapan	Hasil Penelitian terdapat pengaruh <i>customer experience</i> terhadap kepuasan konsumen produk kuliner lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
10	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Pasien) Rawat Inap Irina C Rumah Sakit Umum Pusat Prof. Dr. R. D. Kandou Manado Jurnal Administrasi Bisnis ISSN: 2723-0112 Vol.2 No.6 DOI: https://doi.org/10.42526/JAB.v2i6.243 (2021)	Novia Jelita Gomoi, Johny R. E. Tampi dan Aneke Y. Punuindoon (2021)	-Kualitas Pelayanan (X1) 1. Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik -Pengalaman Pelanggan (X2) 1. Perbedaan 2. Emosi 3. Terkenang 4. Bentuk Fisik 5. Kesetiaan -Kepuasan Pelanggan (Y) 1. Sesuai harapan 2. Pengalaman yang baik 3. Keinginan merekomendasikan	Hasil Penelitian: 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 2. Pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan 3. n konsumen 4. Pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
				5. n konsume n 6. Pengaru h kualitas pelayana n dan pengala man konsume n terhadap kepuasa n konsume n
11	<i>Impact of service quality on customer satisfaction in private and public sector banks</i> <i>International Journal of Bank Marketing</i> ISSN: 0265-2323 Vol. 34 No. 2 DOI: https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0030 (2018)	Justin Paul (2018)	- service quality (X1) 1. Reability 2.Responsiveness 3. Assurance 4. Empathy 5. Tangibles - customer satisfaction (Y) 1. Product experience 2. Experience with service procedure 3. Experience with shopping environment 4. Experience with staff service	<i>The factors that are positively associated with overall satisfaction. Assistance to the customer, appearance, and follow up are negatively associated with customer satisfaction. On the other hand, in the case of public sector banks, knowledge of the product and fast service</i>

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
				are the factors which are associated positively and appearance is the only factor that is negatively associated
12	<i>The Impact Of Customer Satisfaction, Customer Experience And Customer Loyalty On Brand Power: Empirical Evidence From Hotel Industry</i> <i>Journal of Business Economics and Management</i> ISSN: 1611-1699 Vol. 19 No. 2 DOI: https://doi.org/10.3846/jbem.2018.5678 (2018)	Hossein Bodaghi Khajeh (2018)	- Customer Satisfaction (X1) 1. Relationship development 2. Complaint handling 3. Customers'' technology adoption -Customer Experience (X2) 1. Sense 2. Feel 3. Think 4. Act 5. Relate -Customer Loyalty (Y) 1. Customers patronage base 2. customers repeated patronage	Customer expectation has the most impact on customer satisfaction with path coefficient of 0.74. On the other hand, customer loyalty, with path coefficient of 0.65, is known as an influential factor.

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
13	<i>Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia</i> <i>The Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> ISSN: 2288-4637 Vol. 8 No. 4 DOI: https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no.4.0983 (2020)	Sudirman Zaid (2020)	-Customer Experience (X1) 1. Sense 2. Feel 3. Think 4. Act 5. Relate - Customer Engagement (X2) 1. Information quality 2. System quality 3. Virtual interactivity 4. Rewards - Customer Satisfaction (Y1) 1. Relationship development 2. Complaint handling 3. Customers' technology adoption -Customer Loyalty (Y2) 1. Customers patronage base 2. customers repeated patronage	<i>Reciprocal relationship between customer experience and customer engagement . The results also found that customer experience and customer engagement have a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalt</i>

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
14	<i>The Effect of Customer Experience and Service Quality on Satisfaction in Increasing Loyalty</i> <i>Journal Accounting, Management and Economics</i> ISSN: 2029-4433 Vol. 10 No. 2 DOI:10.2991/aebmr.k.210311.079 (2020)	Endang Tjahjaningsih (2020)	-Customer Experience (X1) 1. Sense 2. Feel 3. Think 4. Act 5. Relate - Service Quality (X2) 1. Reability 2.Responsiveness 3. Assurance 4. Empathy 5. Tangibles - Customer Satisfaction (Y1) 1. Relationship development 2. Complaint handling 3. Customers “technology adoption -Customer Loyalty (Y2) 1. Customers patronage base 2. customers repeadted patronage	Customer experience affects satisfaction; service quality affects satisfaction; and satisfaction affects loyalty.

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
15	<i>Does the Effect of Customer Experience on Customer Satisfaction Create a Sustainable Competitive Advantage? A Comparative Study of Different Shopping Situations</i> <i>Journal of MDPI</i> ISSN: 2623 – 7332 Vol. 12 No. 18 DOI: https://doi.org/10.3390/su12187436 (2020)	Xue-Liang Pei (2020)	-Customer Experience (X1) 1. Sense 2. Feel 3. Think 4. Act 5. Relate - Customer Satisfaction (Y) 1. Product experience 2. Experience with service procedure 3. Experience with shopping environment 4. Experience with staff service	Customer experience with staff service, shopping environment, and shopping procedure has a positive influence on customer satisfaction
16	<i>Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Public Sector and Private Sector Banks</i> <i>International Journal of Bank Marketing</i> ISSN: 1027 – 1038 Vol. 8 No. 4 DOI: https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0030 (2020)	J. Joshua Selvakumar (2020)	- Service Quality (X1) 1. Tangibility 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy - Customer Satisfaction (Y) 1. Relationship development 2. Complaint handling 3. Customers' technology adoption	There is an influence of service quality on customer satisfaction in Public Sector and Private Sector Banks

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
17	<i>The impact of customer experience on customer satisfaction and customer loyalty</i> <i>Turkish Journal of Computer and Mathematics Education</i> ISSN: 2645 – 2837 Vol.12 No.14 DOI: https://doi.org/10.2635/TJCME.2021.12 (2021)	Linh Trung Ward (2021)	-Customer Experience (X1) 1. Sense 2. Feel 3. Think 4. Act 5. Relate - customer satisfaction (Y1) 1. Expressed by the behaviour 2. loyal when they tend to buy the product 3. use the services of the company repeatedly -Customer Loyalty (Y2) 1. Customers patronage base 2. customers repeated patronage	Our empirical results showed that all four dimensions of customer experience significantly affect customer loyalty via customer satisfaction. Our work offers new insights and suggests several practical ways to help managers enhance customer satisfaction and loyalty in the coffee industry
18	<i>Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms</i> <i>International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)</i> ISSN: 2456-8678 Vol. 5 No. 2 DOI: https://dx.doi.org/10.22161/ijeem.5.2 (2021)	Bayad Jamal Ali (2021)	- Service Quality (X1) 1. Tangibility 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy - customer satisfaction (Y) 1. Expressed by the behaviour	Ageat effect on the customer satisfaction and loyalty, that is why companies need to focus on their customer satisfaction through providing

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
			2. <i>loyal when they tend to buy the product</i> 3. <i>use the services of the company repeatedly</i>	<i>good and proper service quality to increase their profitability</i>
19	<i>An Empirical Study of Customer Experience and its Relationship with Customer Satisfaction towards the Services of Banking Sector</i> <i>Journal of Marketing & Communication</i> ISSN: 2029-4433 Vol. 6 No. 1 DOI: https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082015 (2022)	Meenakshi Sharma (2022)	-Customer Experience (X1) 1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i> - Customer Satisfaction (Y) 1. <i>Expressed by the behaviour</i> 2. <i>loyal when they tend to buy the product</i> 3. <i>use the services of the company repeatedly</i>	<i>There is a relationship between consumer experience and customer satisfaction in banking sector services</i>

N O	Judul	Nama & Tahun	Indikator	Hasil Penelitian
20	<i>The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction In Digital Age: Customer Satisfaction Based Examination Of Digital Crm</i> <i>Journal of Business Economics and Management</i> ISSN: 1611-1699 Vol. 10 No. 4 DOI : https://doi.org/10.3846/jbem.2022.15328 (2022)	Demokaan Demirel (2022)	- Service Quality (X1) 1. Tangibility 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy - Customer Satisfaction (Y) 1. Expressed by the behaviour 2. loyal when they tend to buy the product 3. use the services of the company repeatedly	<i>This result shows that customer experience is effective in the performance of digital CRM</i>

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2015:64) menyatakan bahwa “Hipotesis penelitian sendiri adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya. Dinyatakan bersifat sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan bukan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”. Jadi Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, dan belum jawaban empiris.

Peneliti membuat hipotesis yang berdasarkan teori dan didukung dengan kajian empiris yang telah dilakukan sebelumnya antara lain yaitu :

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian kepuasan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan hal itu kualitas pelayanan berpengaruh kepada pelanggan dan berperan sebagai kepuasan pelanggan maka hal itu dapat disusun hipotesis. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan :

Niken N (2019), hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Noach Cafe And Bistro*.

Cornelius P (2019), hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabanag Balikpapan.

Dengan hal itu maka dapat dilihat bahwa H1 yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian pengalaman pelanggan mempengaruhi kepuasan loyalitas, dengan hal itu pengalaman pelanggan berpengaruh kepada pelanggan berperan sebagai kepuasan pelanggan maka hal itu dapat disusun hipotesis. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu variabel pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan :

Indah H (2021), hasil penelitian terdapat pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan konsumen produk kuliner lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten

Nevita D.R dan R.A Marlien (2021), hasil penelitian terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan hal itu maka dapat dilihat bahwa H2 yaitu terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian kepuasan pelanggan mempengaruhi kepuasan loyalitas, dengan hal itu kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan berpengaruh kepada pelanggan dan berperan sebagai kepuasan pelanggan maka hal itu dapat disusun hipotesis. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu variabel kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan :

Novia J.G, Johny R.E.T dan Aneke Y. Punuindoong (2021), hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen

Niken N (2019), hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Noach Cafe And Bistro*

Indah H (2021), hasil penelitian terdapat pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan konsumen produk kuliner lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten

Dengan hal itu maka dapat dilihat bahwa H3 yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.