

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

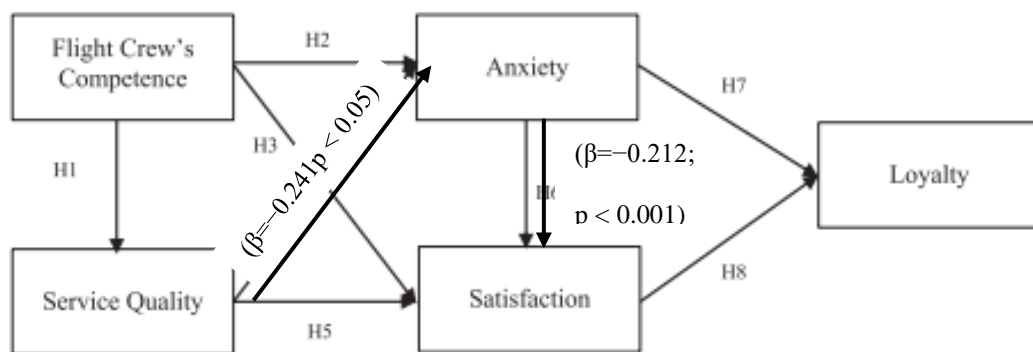
Berikut ini merupakan Penelitian yang dilakukan atas dasar hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki makna dan perbandingan sebagai rujukan penelitian, sebagai berikut:

2.1.1 Batouei, Amir Iranmanesh, Mohammad Nikbin, Davoud Hyun, Sunghyup Sean (2019)

Hasil dari penelitian Batouei, Amir Iranmanesh, Mohammad Nikbin, Davoud Hyun, Sunghyup Seanyang berjudul "*Flight anxiety: investigating the role of airline service quality and flight crew's competence*" pada tahun 2019 bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan pada kecemasan pelanggan dalam penerbangan. Penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu dengan mengambil sebanyak 262 tanggapan penumpang dari bandara internasional Langkawi. Peneliti menggunakan Teknik sampel yang digunakan yaitu *Squares technique* (PLS) dengan mengumpulkan data menggunakan data kuesioner dimana dalam analisis yang diperoleh membuktikan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh negatif pada kecemasan pelanggan yang diikuti oleh kepuasan variabel tersebut secara tidak langsung mempengaruhi kecemasan melalui mediasi.

Hasil *survey* ini dianalisis dengan cara *Squares technique* (PLS). berdasarkan hasil *suvey online* penelitian melihat bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif mempunyai nilai ($\beta = -0.241$; $p < 0.05$) artinya $\beta = 0.61$ dan

nilai profitabilitas < 0.5. dalam kualitas layanan mendukung H1 dan menunjukkan kualitas layanan mempengaruhi kecemasan dalam konteks pembelian online. Kecemasan berpengaruh negatif terhadap kepuasan ($\beta = -0.212$; $p < 0.001$) artinya nilai beta = 0.212 dan nilai profitabilitas < 0.001.



Sumber: (Batouei *et al.*, 2019)

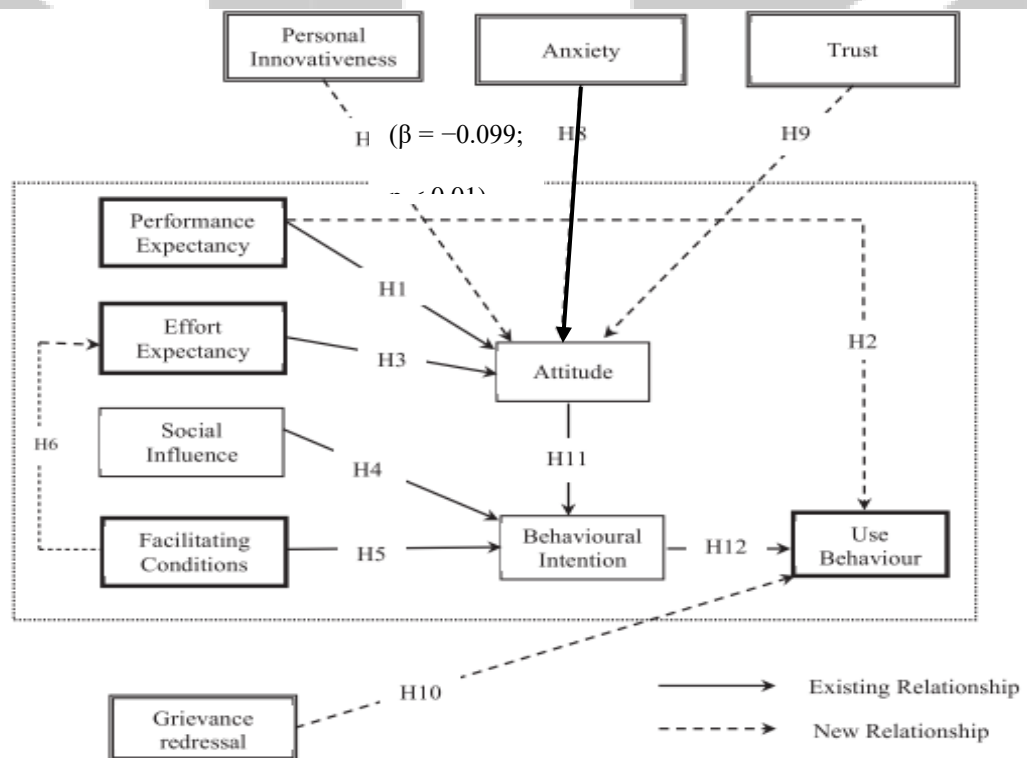
Gambar 2.1
Kerangka Penelitian Batouei 2019

Pada penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini ditemukan kesamaan yaitu pada kualitas layanan sebagai variabel independen. Di sisi lain terdapat perbedaan yaitu pada obyek peneliti terdahulu yang meneliti obyek yang digunakan perusahaan penerbangan, dan penelitian saat ini yaitu aplikasi Shopee di Surabaya.

2.1.2 Patil, Pushp Tamilmani, Kuttimani Rana, Nripendra P. Raghavan, Vishnupriya (2020)

Penelitian terdahulu dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah Patil, Pushp Tamilmani, Kuttimani Rana, Nripendra P. Raghavan, Vishnupriya (2020) yang berjudul “*Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal*”. Pada penelitian terdahulu bertujuan untuk meneliti faktor-

faktor yang menunjukkan penentu utama pembayaran seluler pada konsumen india, dimana india merupakan negara kedua di dunia yang menjadi pelanggan seluler. Peneliti terdahulu mengambil sampel yang berjumlah 655 responden. Peneliti terdahulu menggunakan Teknik meta-analisis dan structural equation modeling (MASEM). Hasil penelitian menyatakan kecemasan berpengaruh negatif pada sikap mempunyai nilai ($\beta = -0.099$; $p < 0.01$). artinya beta = 0,099 dan nilai profitabilitas < 0.01 .



Sumber: (Patil *et al.*, 2020)

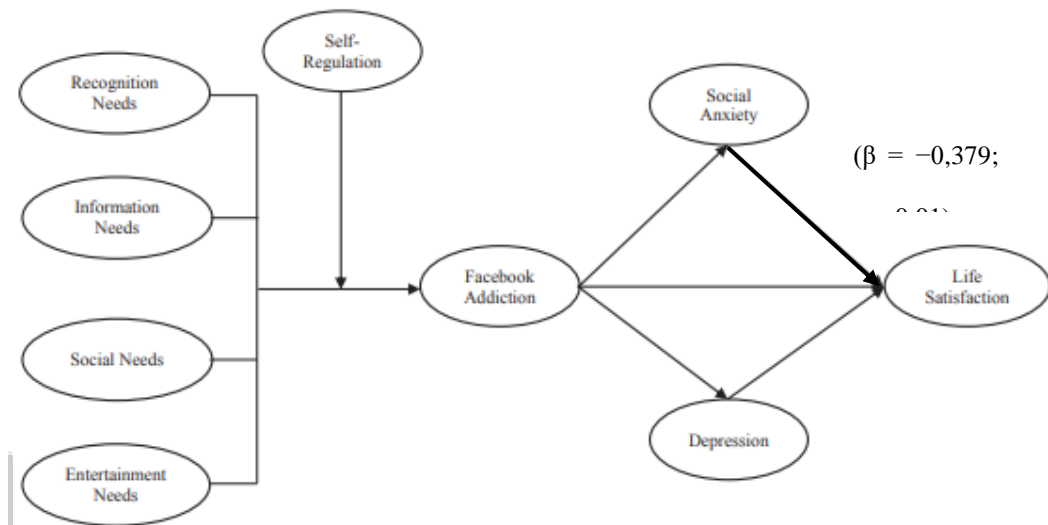
Gambar 2.2
Kerangka Penelitian Patil 2020

Persamaan penelitian sebelumnya dan peneliti saat ini yaitu metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terletak pada lokasi dan obyek penelitian,

penelitian terdahulu meneliti di negara india dengan obyek pembayaran seluler sedangkan peneliti saat ini meneliti di negara Indonesia dengan obyek Shopee.

2.1.3 Foroughi, Behzad Iranmanesh, Mohammad Nikbin, Davoud Hyun, Sunghyup Sean (2019)

Penelitian yang memberi inspirasi pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Patil, Pushp Tamilmani, Kuttimani Rana, Nripendra P. Raghavan, Vishnupriya (2019) yang berjudul “*Are depression and social anxiety the missing link between Facebook addiction and life satisfaction? The interactive effect of needs and self-regulation*”. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli memiliki tujuan untuk mengukur dari dampak yang memperoleh kebutuhan dari para individu terhadap kecanduan dalam menggunakan aplikasi *facebook*. Penelitian ini dilakukan di Malaysia dengan mangambil sampel sebanyak 358 responden. Dalam penelitian terdahulu menggunakan Teknik pengambilan data menggunakan *smart PLS 3.0* untuk menggunakan kuadrat terkecil parsial (PLS) dan mengevaluasi pengukuran luar. Hasil penelitian menyatakan bahwa kecemasan berpengaruh negatif kepuasan yang mempunyai nilai ($\beta = -0,379$; $p < 0,01$) artinya $\beta = 0,379$ dan nilai profitabilitas $<0,01$.



Sumber: (Foroughi *et al.*, 2019)

Gambar 2.3
Kerangka Penelitian Patil 2019

Persamaan penelitian sebelumnya dan saat ini yaitu terletak pada hasil penelitian yang meneliti tentang aplikasi yang digunakan oleh konsumen. Perbedaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini yaitu pada negara yang berbeda penelitian sebelumnya meneliti di negara Malaysia dengan obyek aplikasi *facebook* sedangkan penelitian sekarang meneliti di negara Indonesia dengan obyek Shopee.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun	Teknik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Batouei, Amir Iranmanesh, Mohammad Nikbin, Davoud Hyun, Sunghyup Sean (2019)	<i>Flight anxiety: investigating the role of airline service quality and flight crew's competence</i>	<i>Service Quality, Anxiety, And Satisfaction</i>	Terdiri dari 265 tanggapan yang dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, dan kebangsaan. Rata-rata berusia 25-44 responden termudah adalah 18 tahun. Responden tertua 55 tahun. Responden yang menggunakan pelayanan dari penerbangan.	SEM PLS	Penelitian ini kualitas layanan berpengaruh negatif mempunyai nilai ($\beta = -0,241$; $p < 0,05$) artinya beta = 0,61 dan nilai profitabilitas $< 0,5$. dalam kualitas layanan mendukung H1 dan menunjukkan kualitas layanan memperngaruhi kecemasan dalam

No	Nama Dan Tahun	Teknik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						konteks pembelian online.
2.	Patil, Pushp Tamilmani, Kuttimani Rana, Nripendra P. Raghavan, Vishnupriya (2020)	<i>Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal</i>	<i>Anxiety And Attitude</i>	Terdiri dari 655 tanggapan yang peroleh berdasarkan segi usiadengan kisaran 18-24 tahun. Responden yang menggunakan system seluler. Penelitian ini dilakukan di India.	MASEM	
3.	Foroughi, Behzad Iranmanesh, Mohammad Nikbin, Davoud Hyun, Sunghyup Sean	<i>Are depression and social anxiety the missing link between Facebook addiction</i>	<i>Sosial anxiety and life satisfaction</i>	Terdiri dari 358 peserta dimana berusia 19-65, yang rata-rata berjenis kelamin perempuan. Penelitian ini dilakukan di Malaysia.	PLS	Hasil penelitian menyatakan bahwa kecemasan berpengaruh negatif

No	Nama Dan Tahun	Teknik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
		<p><i>and life satisfaction?</i></p> <p><i>The interactive effect of needs and self-regulation</i></p>				<p>kepuasan yang mempunyai nilai ($\beta = -0,379$; $p < 0.01$) artinya beta = 0,379 dan nilai profitabilitas $<0,01$.</p>

2.2 Landasan Teori

Dalam sub bab landasan teori yang menjelaskan tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang di ambil dari penjelasan dari definisi tentang kualitas layanan, sikap, kepuasan, terhadap kecemasan. Diantaranya sebagai berikut:

2.2.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah pengalaman dan harapan yang menjadi perbedaan dalam layanan yang dirasakan pada pelanggan dalam suatu perusahaan. Menurut Weaver dalam (Pham *et al.*, 2019). Menurut Pinheiro de Lima dalam (Pham *et al.*, 2019) Kualitas layanan adalah memiliki peran penting dalam perusahaan yang ingin membuat citra yang baik pada pelanggan. Sekalipun Pelanggan akan memberikan nilai dari layanan yang di dapatkan Ketika di hadapi dengan berbagai produk atau jasa yang di terima, maka sesungguhnya kualitas layanan dapat memberikan nilai tamba pada perusahaan.

Kualitas layanan sendiri secara menyeluruh telah menjadi topik pada penelitian sebelumnya. (Batouei *et al.*, 2019) melakukan penelitian yang terkait dengan pengaruh kualitas layanan pada kecemasan. (Batouei *et al.*, 2019) menemukan bahwa kualitas layanan adalah variabel yang dapat mempengaruhi kecemasan dalam bentuk dari penilaian yang diberikan oleh konsumen terkait dengan layanan yang didapatkan.

Menurut Gronroos dalam (Arcand *et al.*, 2017) kualitas layanan dapat di definisikan sebagai penilaian atau sikap umum dari konsumen yang berhubungan dengan layanan dengan penug harapan sesuai dengan pembahasan yang terpenting

dalam pemasaran yang berkaitan dengan hasil dari ukuran penilaian yang akan diteliti secara lengkap dalam penjualan produk atau layanan akhir.

2.2.2 Sikap

Menurut Van Slyke dalam (Jiang *et al.*, 2021) Sikap adalah penentuan dari nilai-nilai yang akan diberikan oleh individu dalam situasi yang dihadapi, sikap yang dilakukan seseorang akan berpengaruh negatif atau positif seseorang mengenai sesuatu yang dapat berbentuk dalam pada niat perilaku.

Menurut (Arifani & Haryanto, 2018) sikap adalah perbuatan yang disertai dengan apa yang disukai dan tidak disukai oleh konsumen sesuai dengan kepribadian masing-masing. Sikap yang ditunjukkan oleh konsumen berdasarkan keputusan yang diperoleh dengan baik dan perlakuan yang menarik. Menurut Yang dalam (Ghazali *et al.*, 2018) sikap adalah penentu yang besar dalam menentukan ciri-ciri perilaku seseorang saat menggunakan teknologi dalam berbelanja.

Menurut (Chaudhary, 2018) sikap adalah pikiran yang muncul dari para konsumen tentang sesuatu yang dianggap bisa bernilai negatif atau positif dari pengalaman yang di dapat dari berbagai aspek. Sikap sendiri bisa di tunjukan dari perilaku yang diberikan.

2.2.3 Kepuasan

Definisi kepuasan Menurut Morfoulaki, Tyrino poulos, & Aifadopoulou dalam (van Lierop *et al.*, 2018) adalah pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan dengan layanan dari perusahaan dengan harapan layanan tersebut bisa memberikan nilai lebih sehingga pelanggan dapat memperoleh kepuasan. Menurut Oliver dalam (Pereira *et al.*, 2016) Kepuasan adalah bagian penting yang di perlukan untuk bisa

mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Kepuasan digunakan sebagai munculnya ekspektasi yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan suatu produk atau layanan. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan akan suatu hal yang mempunyai makna tersendiri bagi perusahaan.

Menurut Oliver dalam (Aymar & Joseph, 2019) mendefinisikan kepuasan sebagai suasana yang mendatangkan pengalaman sebelumnya yang dapat dirasakan oleh konsumen dengan perasaan menurunnya gairah dari layanan yang didapatkan. Menurut Kotler Kepuasan adalah keadaan yang dirasakan oleh konsumen saat merasa puas atau tidak puas yang di lihat dari kesannya terhadap kinerja yang di harapkan oleh konsumen.

Kepuasan sendiri secara keseluruhan telah menjadi topik pada penelitian terdahulu (Batouei *et al.*, 2019) melakukan penelitian terkait kepuasan pada kecemasan. (Batouei *et al.*, 2019) menemukan bahwa kepuasan merupakan suatu variabel yang dapat dipengaruhi oleh kecemasan. Contohnya kepuasan tidak didapatkan pada saat berbelanja di aplikasi Shopee maka akan munculnya kecemasan. Dengan pilihan tersebut yang didasarkan oleh para pengguna aplikasi shopee yang di anggap perusahaan akan lebih bernilai tinggi.

2.2.4 Kecemasan

Menurut Arkin & Ruck dalam (Karagöz *et al.*, 2021) kecemasan adalah Situasi yang ditimbulkan dalam keadaan yang kurang nyaman. Hal ini memicu keadaan emosional yang tidak diinginkan oleh seseorang untuk menghadapi sebuah resiko. Kecemasan dapat terjadi Ketika seseorang tidak mengetahui hal yang akan terjadi kedepannya dengan konsekuensi yang ada, hal tersebut dapat

membuat seseorang akan mengkhawatirkan dari suatu keadaan dan tidak dapat merubah jalan kedepan. Dalam adanya kecemasan konsumen maka perilaku yang di tunjukan berpengaruh pada pilihan yang di tentukan.

Menurut (Pearman *et al.*, 2020) Kecemasan adalah diukur dengan kecemasan yang dialami seseorang yang biasanya memberi efek buruk, Kecemasan yang dialami dapat di lihat Ketika seseorang ingin membeli suatu barang yang merasakan dampak setelah itu. Kecemasan yang di rasakan pada konsumen akan menimbulkan rasa marah, sedih, dan tegang atau tidak nyaman yang dapat mengurangi para konsumen untuk mendapatkan pengalaman yang baru. kecemasan adalah keadaan pada peristiwa yang di alami seseorang pada sestuatu hal yang terjadi yang menyebabkan ketidakpastian yang di rasakan.

Menurut Major dalam (Moghanibashi-Mansourieh, 2020) kecemasan adalah perasaan tegang, ragu, dan perasaan membuat fisik merasa tidak nyaman menimbulkan tekanan tinggi, bingung, panik, dan jantung yang berdetak kencang.

2.3 Hubungan Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kecemasan

Kualitas layanan di definisikan sebagai penilaian dari layanan yang diterima menurut sudut pandang konsumen masing-masing. Menurut (Batouei *et al.*, 2019). Dalam kualitas layanan dapat mempengaruhi kecemasan dengan melihat perbandingan yang dibuat oleh konsumen terkait layanan yang di dapatkan. Kualitas layanan secara keseluruhan akan berpengaruh pada pada layanan yang akan diberikan kepada pelanggan jika pelaggan merasa kualitas layanan yang diberi kurang cukup maka akan berpengaruh pada kecemasan pelanggan. Hal tersebut

dapat membuat pelanggan merasa kurang tentang penilaian yang akan berikan karena tidak sesuai dengan harapan yang bisa membuat penilaian yang kurang baik.

Menurut (Ju *et al.*, 2019) dalam jurnal (Wong & Yang, 2020) Kualitas layanan di definisikan sebagai evaluasi dari konsumen tentang kinerja suatu layanan. Memberikan layanan negatif kepada pelanggan yang akan menimbulkan kecemasan yang dirasakan dari kualitas layanan dan menjadikan konsumen tidak menggunakan layanan tersebut kembali.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat kita ketahui bahwa kualitas layanan mempengaruhi kecemasan secara negatif. Kecemasan terjadi akibat pemberian layanan terhadap konsumen secara negatif sehingga konsumen merasa tidak nyaman dengan kualitas layanan yang diberikan.

2.3.2 Hubungan Kecemasan Terhadap Kepuasan

Kecemasan Menurut (Batouei *et al.*, 2019) berpendapat bahwa kualitas layanan pada kecemasan dialami saat kondisi seperti gelisah yang disebabkan oleh keadaan yang dirasa sebagai ancaman. Kecemasan akan memberi kontribusi yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan atau perilaku setelah memberi atau merasakan layanan kecemasan yang dirasakan oleh para pelanggan akan menimbulkan rasanya kurang puas yang menyebabkan. Hal tersebut akan membuat kecemasan pelanggan yang semakin besar akan terpengaruh pada pengalaman yang tidak baik.

Menurut (Xiong *et al.*, 2018) ketika konsumen atau pelanggan merasakan kecemasan maka akan mengurangi kepuasan sehingga keinginan untuk kembali membeli mengalami penurunan.

2.3.3 Hubungan Kecemasan Terhadap Sikap

Kecemasan di alami oleh para pelanggan akan memberikan sikap yang kurang baik. Menurut (Patil *et al.*, 2020) kecemasan yang dialami pelanggan dapat yang ditunjukkan dari sikap mereka yang merasa bimbang pada pemilihan yang dihadapi dalam sesuatu hal yang baru. Kecemasan menunjukkan pada sikap ketakutan perihal kesalahan dalam menggunakan suatu layanan. Kecemasan mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan sistem. Hal tersebut dilihat Ketika konsumen cemas maka sikap yang diberikan pun kurang baik pada layanan tersebut. Hubungan dari kecemasan pada sikap dapat menjadi hal yang penting dalam pemberian perilaku konsumen.

2.3.4 Hubungan Sikap Terhadap Kepuasan

Penelitian (Hussein *et al.*, 2021) menyatakan bahwa sikap pada penggunaan aplikasi berpengaruh pada kepuasan yang di peroleh dari layanan yang di dapatkan dari pelanggan dengan hal tersebut maka sikap dari pelanggan akan di tunjukan oleh perbuatan yang bersifat positif dengan itu maka pengalaman baik saat menggunakan aplikasi dapat meningkatkan penggunaan aplikasi tersebut.

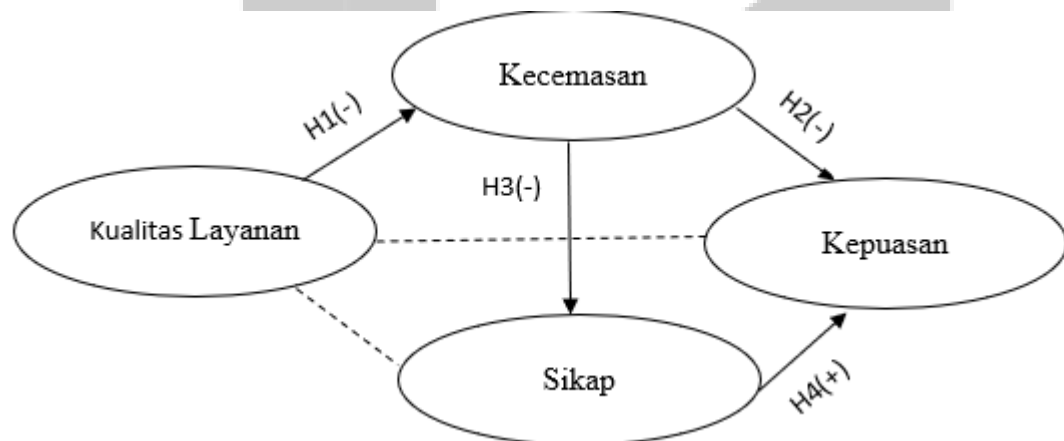
Penelitian (Lambert *et al.*, 2020) hubungan sikap pada kepuasan dalam pengguna aplikasi memberikan sikap positif yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan memberikan perlakuan yang positif terhadap layanan yang di dapatkan.

Penelitian (Sun *et al.*, 2020) dalam penggunaan aplikasi berbelanja *online* pada sikap berpengaruh positif terhadap kepuasan hal ini terjadi pada sikap konsumen

yang di lihat dari keamanan dan privasi akan membuat kepuasan tersendiri bagi para konsumen.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan urain yang telah di jabarkan sebelumnya maka kerangka penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut:



Keterangan:-----: Hubungan pengendali model sehingga tidak hipotesiskan.

Sumber: (Batouei *et al.*, 2019) (Patil *et al.*, 2020)

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran Soraya Fadia Alkatiri

2.5 Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap kecemasan

H2 : Kecemasan berpengaruh negatif terhadap kepuasan

H3 : Kecemasan berpengaruh negatif terhadap sikap

H4 : Sikap berpengaruh positif terhadap kepuasan