



Analisis Pengaruh Teknologi Informasi, Inovasi, dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Logistik

Muhammad Tohir¹, Andri Primadi², Laras Salsabila Putri³

¹Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

²Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

³Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Program Studi Manajemen Logistik, Cipinang Besar, Jakarta Timur, Indonesia, larassalsa1607@gmail.com

Corresponding Author: larassalsa1607@gmail.com¹

Abstract: *The Influence of Information Technology, Innovation and Costs on Customer Satisfaction This analysis aims to determine the influence of information technology, innovation and costs on customer satisfaction in the context of modern business. Information technology, including e-commerce database systems, plays a role in improving service efficiency and customer access. Innovation, both in products and business processes, provides added value and attractiveness that can increase customer satisfaction. Cost plays a role in determining the value a customer receives from a product or service. This research aims to determine how companies can increase customer satisfaction through implementing appropriate strategies in the field of information technology and provides insight into how these variables are interconnected and contribute to overall customer satisfaction. The data analysis methods used in this study are discussed to provide a better understanding of the practical implications of researchers' findings in this field.*

Keywords: *The Influence of Information Technology, Innovation, and Costs on Customer Satisfaction*

Abstrak: Pengaruh Teknologi Informasi, Inovasi, Dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi, inovasi, dan biaya terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis modern. Teknologi informasi, termasuk system basis data e-commerce, berperan dalam meningkatkan efisiensi layanan dan akses pelanggan. Inovasi, baik dalam produk maupun proses bisnis, memberikan nilai tambah dan daya Tarik yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Biaya memainkan peran dalam menentukan nilai yang diterima pelanggan terhadap produk atau layanan. Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan strategi yang tepat dalam bidang teknologi informasi dan menyediakan wawasan tentang bagaimana variabel variabel ini saling berhubungan dan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Metode analisis data yang digunakan dalam studi ini

dibahas untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang implikasi praktis dari temuan peneliti dibidang ini.

Kata Kunci: Pengaruh Teknologi Informasi, Inovasi, Dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perubahan Dinamis dalam Bisnis di era Transformasi Digital pada saat ini, transformasi digital yang cepat memaksa Perusahaan untuk terus memperbarui system dan teknologi mereka untuk tetap kompetitif. Inovasi sebagai keunggulan kompetitif yg menjadi salah satu factor utama yg menentukan keberhasilan Perusahaan yg akan menghadapi persaingan pasar yang ketat. Inovasi tidak hanya melibatkan pengembangan produk baru, tetapi berinteraksi dengan pelanggan. Efisiensi biaya selalu berada dibawah tekanan untuk mengendalikan biaya operasional mereka. Efisiensi juga menjadi factor kunci dalam menentukan harga jual produk yang akan mempengaruhi daya saing dan kepuasan pelanggan . Artikel ini mengalisis pengaruh Pengaruh Teknologi Informasi, Inovasi, Dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan suatu studi tinjauan Pustaka dalam bidang ilmu.

Berdasarkan latar belakang maka tujuan penulisan artikel ini adalah membangun hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu untuk merumuskan **Pengaruh teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan Pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan dan Pengaruh biaya terhadap kepuasan pelanggan.**

METODE

Metode penyusunan artikel literature review adalah dengan metode kajian pustaka artikel terdahulu yang relevan dengan pembahasan variabel di Analisa secara kualitatif berdasarkan temuan dari Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier dan media publikasi jurnal online lainnya. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur review atau kajian kepustakaan. Literature review merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah berbagai jurnal, buku, dan berbagai naskah terbitan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menghasilkan sebuah tulisan yang berkenaan dengan suatu topik atau isu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan fenomena, tujuan, dan alat analisis yang digunakan dalam menganalisa artikel terdahulu, maka hasil penelitian tersebut dapat ditarik instisari sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan

Menurut Park dalam (Irawan 2021:54) kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. (Wati, 2020)

Menurut Howard dan sheth dalam fandy tjiptono (2014: p.353) kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspetasinya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja dengan harapan. (Mathematics, 2016)

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisakan bahwa Kepuasan pelanggan adalah respon dari konsumen terhadap evaluasi pengalaman yang diperoleh dari perusahaan. Jika

produk dan pelayanan yang didapatkan bagus, maka konsumen akan senang. Jika tidak maka konsumen akan merasa kecewa. Jika harapan melampaui apa yang diinginkan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Kepuasan pelanggan sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian oleh Park dalam (Irawan 2021:54)

Howard dan sheth dalam fandy tjiptono (2014: p.353) , Kotler dan Keller (2009:138)

Teknologi Informasi

Menurut *Kadir (2018: 15)* teknologi informasi adalah secara garis besar dapat dikatakan bahwa:

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi melakukan otomatisasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses. (Wati, 2020)

Menurut *Warsita (2018: 135)* teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (hardware, software, useware) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna.

Menurut Information Technology Menurut *Association of America (ITAA) dalam Sutarman (2019: 13)* mengemukakan pengertian dari Information Technology (IT) / Teknologi Informasi sebagai berikut: “Teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer”.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa teknologi informasi adalah suatu teknologi berupa (hardware, software, useware) yang digunakan untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna untuk memperoleh informasi yang berkualitas. Teknologi Informasi sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian oleh *Kadir (2018: 15)* , *Warsita (2018: 135)* , *Association of America (ITAA) dalam Sutarman (2019: 13)* (*Fredy & Keifer, 1967*)

Inovasi

Menurut *Luecke (2003:2)* inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematenkan suatu pengetahuan/gagasan ide, yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai baru suatu produk, proses, atau jasa.

Kotler (dalam Moh Alifuddin & Mashur Razak, 2015:88) mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama eksis tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Everett M. Rogers (1983) Mendefinisikan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.

Luecke (2003:2) *Kotler (dalam Moh Alifuddin & Mashur Razak, 2015:88)* *Everett M. Rogers (1983)* (*Kusumaningtyas, 2019*)

Biaya

Menurut *Supriyono (2011: 12)* adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenue) yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.

Menurut *Hansen dan Mowen (2013:47)* biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi.

Menurut Carter dan Usry (2005:29) Biaya didefinisikan sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada saat akuisisi diwakili oleh penyusutan saat ini atau di masa yang akan datang dalam bentuk kas atau aktiva lain. (Rahman & Rudihartati, 2020)

Pembahasan

Berdasarkan Kajian teori maka pembahasan artikel tinjauan pustaka ini adalah melakukan analisa mendalam artikel yang terdahulu yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat struktur berfikir rencana penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian maka pembahasan artikel ini adalah melakukan analisis artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat pola struktur berfikir rencana penelitian.

Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut O'Brien (2005; 46) teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video. (Fredy & Keifer, 1967)

Konsep Teknologi informasi

A. Definisi Teknologi Informasi Istilah Teknologi Informasi mulai populer di akhir dekade 70-an. Pada masa sebelumnya, istilah teknologi komputer atau pengolahan data elektronik lebih dikenal. Istilah Teknologi Informasi seringkali rancu dengan istilah Sistem Informasi. Ada yang menggunakan istilah Teknologi Informasi untuk menjabarkan sekumpulan sistem informasi, pemakai dan manajemen. Definisi ini lebih menggambarkan teknologi dalam perspektif yang luas.

B. Lingkup Teknologi Informasi Secara garis besar, Teknologi Informasi dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian: perangkat lunak (Software) dan perangkat keras (Hardware). Perangkat keras menyangkut pada peralatan-peralatan yang bersifat fisik seperti memory, printer, dan keyboard. Perangkat lunak terkait dengan instruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi-instruksi tersebut. Haag, dkk (2000) membagi Teknologi Informasi menjadi 6 kelompok, yaitu:

- Teknologi masukan
- Teknologi keluaran
- Teknologi perangkat lunak
- Teknologi penyimpanan
- Teknologi telekomunikasi

Mesin pemroses Teknologi masukan adalah segala perangkat yang digunakan untuk menangkap data/informasi dari sumber asalnya. Contoh teknologi ini, antara lain barcode scanner dan keyboard. Agar informasi bisa diterima oleh pemakai yang membutuhkan, informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk. Dalam hal ini teknologi keluaran memiliki andil yang cukup besar. Pada umumnya informasi disajikan dalam monitor. Namun kadang kala pemakai menginginkan informasi yang tercetak dalam kertas (hard copy). Pada keadaan ini piranti printer berperan dalam menentukan kualitas cetakan. Untuk menciptakan informasi diperlukan perangkat lunak atau program. Program adalah sekumpulan instruksi yang digunakan untuk mengendalikan perangkat keras komputer. Pengolah kata (word processor) merupakan contoh program untuk membuat dokumen. Teknologi penyimpanan menyangkut segala peralatan yang digunakan untuk menyimpan data. Beberapa media penyimpan data adalah tape, hard disk, disket dan zip disk. Teknologi telekomunikasi merupakan teknologi yang memungkinkan hubungan jarak jauh. Internet dan ATM merupakan contoh teknologi yang memanfaatkan teknologi telekomunikasi. Mesin pemroses adalah bagian penting dalam

teknologi informasi yang berfungsi untuk mengingat data/program (berupa komponen memory) dan mengeksekusi program (berupa komponen CPU).

C. Peran Teknologi Informasi Peranan Teknologi Informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi Informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan yang mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi. Berkat teknologi ini, berbagai kemudahan dapat dirasakan oleh manusia. Pengambilan uang melalui ATM, transaksi melalui Internet yang dikenal dengan e-commerce, transfer uang melalui fasilitas e-banking yang dapat dilakukan dari rumah, merupakan contoh penerapan Teknologi Informasi. Secara garis besar, peran Teknologi Informasi adalah :

- Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.
- Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
- Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

D. Sejarah dan Perkembangan Teknologi Informasi Secara mudahnya teknologi informasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari bagian pengirim ke penerima sehingga pengiriman informasi tersebut akan:

- lebih cepat
- lebih luas sebarannya, dan
- lebih lama penyimpanannya.

Pada awal sejarah, manusia bertukar informasi melalui bahasa. Maka bahasa adalah teknologi. Teknologi penyampaian informasi berkembang melalui gambar. Ditemukannya alfabet dan angka arabik memudahkan cara penyampaian informasi yang lebih efisien dari cara yang sebelumnya. Teknologi pencetakan memungkinkan pengiriman informasi lebih cepat lagi.

Perkembangan teknologi informasi memperlihatkan bermunculannya berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi ini, seperti e-government, e-commerce, eeducation, e-medicine, e-laboratory, dan lainnya, yang kesemuanya itu berbasiskan elektronika. (Listiani et al., 2012)

Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan , jika Teknologi Informasi dipersepsikan dengan baik maka Kepuasan Pelanggan akan dipersepsikan baik. Bahwa dalam upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi Teknologi Informasi adalah

1. Infrastruktur: Ketersediaan infrastruktur teknologi informasi yang memadai seperti jaringan internet yang cepat dan stabil, perangkat keras yang memadai, dan software yang diperlukan adalah faktor penting yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi.

2. Sumber daya manusia: Kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia dalam menggunakan teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Pelatihan dan pengembangan keterampilan teknologi informasi akan meningkatkan pemanfaatan tersebut.
3. Budaya organisasi: Budaya organisasi yang mendukung inovasi dan penggunaan teknologi informasi akan mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi. Jika budaya organisasi cenderung konservatif dan tidak mendukung perubahan, maka pemanfaatan teknologi informasi mungkin terhambat.
4. Kebijakan dan regulasi: Kebijakan dan regulasi yang mengatur penggunaan dan perlindungan data dalam pemanfaatan teknologi informasi juga dapat mempengaruhi tingkat pemanfaatan tersebut. Kebijakan yang jelas dan perlindungan data yang memadai akan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi informasi.

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan memperhatikan Teknologi Informasi, maka yang harus dilakukan oleh pimpinan adalah Berikan produk yang berkualitas. Fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan pelanggan Dimana Dengan menerapkan langkah-langkah di atas, pimpinan dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan serta memperkuat reputasi Perusahaan .

Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Everett Rogers, inovasi adalah suatu ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengadopsi. Suatu ide dilihat secara objektif sebagai sesuatu yang baru dan akan diukur sesuai dengan waktu ide tersebut digunakan atau ditemukan. Suatu ide dianggap baru ditentukan oleh reaksi seseorang. (Margareta & Eka Liliani, 2023)

Konsep Inovasi adalah Jenis inovasi dalam sektor publik Halversen dkk (dalam sangkala, 2014 : 30) membagi tiga tipe spektrum inovasi dalam sektor publik :

1. Incremental innovation to radical innovation (ditandai oleh tingkat perubahan, perbaikan inkremental terhadap produk, proses layanan yang sudah ada.
2. Top Down Innovation to bottom-up innovation (ditandai oleh mereka yang mengawali proses dan mengarah kepada perubahan perilaku dari top manajemen atau organisasi atau institusi di dalam hirarkhi, bermakna dari para pekerja di tingkat bawah seperti pegawai negeri, pelayanan masyarakat, dan pembuat kebijakan di level menengah).
3. Needs led innovations and efficiency-led innovation (ditandai apakah inovasi proses telah diawali untuk menyelesaikan masalah spesifik atau agar produk, layanan, atau prosedur yang sudah ada lebih efisien).

Menciptakan Inovasi untuk mendapatkan sebuah kondisi baru yang lebih menguntungkan dengan bermodal sumber daya yang ada saat ini. Peluang munculnya inovasi dapat berasal dari kejadian yang tak terduga (unexpected occurrence), keganjilan (incongruities),kebutuhan proses(procces needs), industri dan kebutuhan pasar (industry and market changes), perubahan demografi(demographic in changes), dan pengetahuan baru (new knowledge). a. Kejadian tidak terduga (unexpected occurrence) Kejadian yang tidak terduga menjadi peluang dan kesempatan paling mudah dalam proses munculnya inovasi. Kejadian sukses yang tidak terduga dan kegagalan yang tidak terduga menjadi sumber penting inovasi yang sama bobotnya, kenapa demikian? Karena dalam perkembangan organisasi. (GOOD, 2015)

Inovasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, jika dipersepsikan dengan baik maka Kepuasan Pelanggan akan dipersepsikan baik. Bahwa dalam upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan. indikator kepuasan pelanggan yaitu :

- Kualitas produk yang dihasilkan, Kualitas produk baik barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan sangatlah menentukan puas tidaknya pelanggan.
- Kualitas pelayanan yang diberikan, Tak hanya produk, pelayanan perusahaan terhadap pelanggan pun harus dipertimbangkan.
- Harga produk, Faktor kepuasan pelanggan lainnya adalah harga produk yang kita jual. Pelanggan akan merasa puas, bila harga produk yang ditawarkan terjangkau di saku mereka.

Beberapa faktor yang mempengaruhi Inovasi adalah Budaya Organisasi

- Keterbukaan terhadap Perubahan: Organisasi yang mendorong karyawan untuk berpikir kreatif dan terbuka terhadap ide-ide baru cenderung lebih inovatif.
- Dukungan dari Manajemen: Dukungan aktif dari manajemen puncak untuk proyek-proyek inovasi dan inisiatif baru. (Riansyah & Sya'roni, 2017)

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan memperhatikan Inovasi, maka yang harus dilakukan oleh pimpinan adalah Memahami kebutuhan konsumen pimpinan dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk inovasi yang berkelanjutan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar. (Ii et al., 2013)

Inovasi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan, sudah banyak yang meneliti hal tersebut diantaranya yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya Luecke (2003:2), Kotler (dalam Moh Alifuddin & Mashur Razak, 2015:88) Everett M. Rogers (1983)

Pengaruh Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Hansen dan Mowen (2013:47) biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi (Ii et al., 2013)

Konsep biaya

Jenis – Jenis Biaya

Menurut Mulyadi (2005) biaya digolongkan sebagai berikut :

1. Menurut fungsi pokok dalam perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi tiga kelompok, yaitu:
 - a. Biaya Produksi, semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
 - b. Biaya Pemasaran, adalah biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dan lain – lain.
 - c. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya – biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan produksi dan pemasaran produk.
2. Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai ada dua golongan, yaitu :
 - a. Biaya langsung (direct cost), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu – satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya tidak langsung (indirect cost), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik.

3. Menurut perilaku dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dibagi menjadi empat, yaitu :
 - a. Biaya Tetap (fixed cost), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu.
 - b. Biaya Variabel (variable cost), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas.
 - c. Biaya Semi Variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
 - d. Biaya Semi Fixed, biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

Konsep Biaya Produksi

Pengertian Biaya Produksi Biaya atau Cost adalah pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh suatu barang ataupun jasa yang diukur dengan nilai uang, baik itu pengeluaran berupa uang, melalui tukar menukar ataupun melalui pemberian jasa. (Prinsip Akuntansi Indonesia dalam Rony, 1990). Pada pengertian lain tentang biaya atau cost ini dinyatakan pengeluaran untuk memperoleh barang/jasa yang mempunyai manfaat bagi perusahaan lebih dari satu periode operasi dan sebaliknya. (Rony, 1990).

Biaya berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, jika Biaya dipersepsikan dengan baik maka Kepuasan Pelanggan akan dipersepsikan baik. Bahwa dalam upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Indikator Kepuasan Pelanggan Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi Biaya

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

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 yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut
(Wati, 2020)

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan memperhatikan Biaya, maka yang harus dilakukan oleh pimpinan adalah

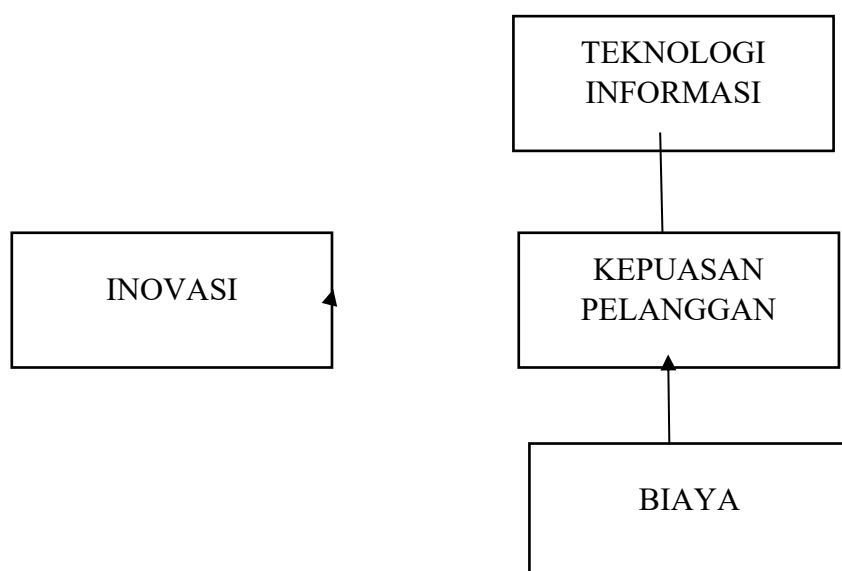
1. Berikan produk yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan atau pun kecacatan saat sampai di tangan pelanggan. Sebaiknya cek terlebih dahulu kualitas produk yang akan diberikan kepada pelanggan
2. Berikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyampaian, serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para pelanggan. Sehingga para pelanggan tidak merasa kesulitan dengan pelayanan yang diberikan, baik pelayanan langsung maupun pelayanan online

Dengan mengambil langkah-langkah ini, pimpinan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sambil mengelola biaya secara efektif, memastikan bahwa perusahaan tetap kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Biaya berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, sudah banyak yang meneliti hal tersebut diantaranya yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan temuan rumusan masalah, penelitian terdahulu yang sangat relevan dan pembahasan penelitian, maka tersusun kerangka konseptual artikel ini seperti gambar 1.



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar kerangka konseptual di atas, maka Teknologi Informasi, Inovasi, Dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain dari tiga variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan, masih ada beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

1. KUALITAS LAYANAN
2. KECEPATAN PENGIRIMAN
3. KEAMANAN BARANG

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

1. Teknologi Informasi berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

2. Inovasi berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Biaya berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Fredy, & Keifer. (1967). Teknologi Informasi BAB. *Angewandte Chemie International Edition*, 9–27. [http://repository.uin-suska.ac.id/4301/3/BAB II%282%29.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/4301/3/BAB%20II%282%29.pdf)
- GOOD, G. (2015). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 7–18.
- Ii, B. A. B., Atkinson, A. A., Kamplan, R. S., & Mae, E. (2013). *BAB 2. um-surabaya*. 6–21.
- Kusumaningtyas, A. S. (2019). Inovasi Varian Mie Organik pada Kedai Love Mie Semarang. *UNIKA Soegijapranata Semarang*, 53(9), 1689–1699. <http://repository.unika.ac.id/20163/>
- Listiani, I., اصل, و. ح. ك. خ., Wibowo, A., & BAB, K. T. I. D. K. (2012). Konsep Teknologi Informasi Dan Komunikasi Bab. *Konsep Teknologi Informasi Dan Komunikasi Bab*, 6(Martin 1999), 195–200.
- Margareta, & Eka Liliani. (2023). *Inovasi Kepala Madrasah Dalam Mewujudkan Sekolah Yang Efektif Di Madrasah Aliyah Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar*. 4–5.
- Mathematics, A. (2016). *Bab II tinjauan pustaka, teori kepuasan konsumen*. 1–23.
- Rahman, T., & Rudihartati, L. (2020). Analisis Logistik Berbasis Biaya Persediaan Rantai Motor Revo Di PT. Astra Internasional Depo Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 186–193.
- Riansyah, R., & Sya'roni, D. A. W. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas dan Inovasi serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konsultan Perencanaan dan Pengawasan Arsitektur di Kota Serang, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 1–17.
- Wati, E. A. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1299–1307. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>
- Fredy, & Keifer. (1967). Teknologi Informasi BAB. *Angewandte Chemie International Edition*, 9–27. [http://repository.uin-suska.ac.id/4301/3/BAB II%282%29.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/4301/3/BAB%20II%282%29.pdf)
- GOOD, G. (2015). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 7–18.
- Ii, B. A. B., Atkinson, A. A., Kamplan, R. S., & Mae, E. (2013). *BAB 2. um-surabaya*. 6–21.
- Kusumaningtyas, A. S. (2019). Inovasi Varian Mie Organik pada Kedai Love Mie Semarang. *UNIKA Soegijapranata Semarang*, 53(9), 1689–1699. <http://repository.unika.ac.id/20163/>
- Listiani, I., اصل, و. ح. ك. خ., Wibowo, A., & BAB, K. T. I. D. K. (2012). Konsep Teknologi Informasi Dan Komunikasi Bab. *Konsep Teknologi Informasi Dan Komunikasi Bab*, 6(Martin 1999), 195–200.
- Margareta, & Eka Liliani. (2023). *Inovasi Kepala Madrasah Dalam Mewujudkan Sekolah Yang Efektif Di Madrasah Aliyah Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar*. 4–5.
- Mathematics, A. (2016). *Bab II tinjauan pustaka, teori kepuasan konsumen*. 1–23.
- Rahman, T., & Rudihartati, L. (2020). Analisis Logistik Berbasis Biaya Persediaan Rantai Motor Revo Di PT. Astra Internasional Depo Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 186–193.
- Riansyah, R., & Sya'roni, D. A. W. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas dan

- Inovasi serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konsultan Perencanaan dan Pengawasan Arsitektur di Kota Serang, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 1–17.
- Wati, E. A. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 10(4), 1299–1307. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>