

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas ialah fasilitas yang bisa diukurkan melalui manfaat dari yang sudah diberikan perusahaan atau alternatif yang di rasakan, jika fasilitas yang diberikan pihak pemberi jasa sudah memadai dan bisa mencukupi harapan pengguna jasanya, maka berpengaruh bagi perkembangan dan keberhasilan suatu perusahaan (Dalame & Rustam, 2020:218).

Fasilitas ialah unsur yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pengguna jasanya. Tersedianya fasilitas yang memadai mendorong penumpang merasakan kepuasan atas kinerja perusahaan. fasilitas yang memadai bisa mengikat minat calon penumpangnya guna selalu mempergunakan jasa perusahaannya (Imaniar Dea, 2016:36)

Fasilitas yaitu sumber daya fisik yang wajib tersedia sebelum segala sesuatunya bisa di tawarkan pada konsumennya. Fasilitas bisa meliputi semua hal yang mempermudah konsumen dalam mendapatkan kepuasannya (Anita & Afridola Sri, 2019:10).

Fasilitas yakni semua hal yang sudah perusahaan sediakan untuk konsumen yang bisa memberikan kepuasan, kemudahan, keamanan, serta kenyamanan (Saputra, 2018:76).

Fasilitas ialah bagian dari bukti fisik yang meliputi keseluruhan aspek fasilitas organisasi yang memiliki peranan menjadi paket dari layanan yang diberikan dalam sebuah cara yang beda dengan cara memasarkan barang (Syahsudarmi, 2018:49)

Dari berbagai pengertian tersebut, bisa di tarik kesimpulan fasilitas yaitu semua hal yang bisa di tawarkan pada konsumen yang bisa memberi kepuasan, kemudahan, keamanan, serta kenyamanan untuk pengguna jasa Trans Batam. Dengan adanya fasilitas yang memadai dan bisa mencukupi harapan pengguna jasa Trans Batam maka akan berpengaruh bagi perkembangan dan keberhasilan sebuah perusahaan.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas

Nirwana (2014:46) menyebutkan ada beragam faktor yang memengaruhi fasilitas dalam sebuah jasa diantaranya:

1. Peralatan sebagai penunjang
2. Kondisi fasilitas yang mendukung
3. Estetika fasilitas
4. Nilai fungsi fasilitas
5. Desain dalam fasilitas

Terdapat berbagai pendapat yang mempunyai pengertian yang serupa yakni fasilitas yang disediakan perusahaan pada konsumen untuk bisa memudahkan dalam mempergunakan prasarana serta sarana yang tersedia. Fasilitas yang dimaksudkan yaitu pada transportasi bus Trans Batam.

2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Fasilitas

Desain fasilitas dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya (Syahsudarmi, 2018:50):

1. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertera menarik, rapi akan bisa menumbuhkan sikap positive konsumen pada sebuah jasa.

2. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Terlebih masalah social serta lingkungan hidup disekitaran fasilitas layanan memainkan peran terpenting dan ada pengaruh besar pada kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

3. Biaya kontruksi dan operasi

Biaya ini di pengaruhi desain fasilitas. Biaya operasi di pengaruhi kebutuhan energi ruangan, terkait perubahan suhu. Biaya kontruksi di pengaruhi adanya jenis dan jumlah bangunan yang dipergunakan.

4. Fleksibilitas

Fleksibilitas sangat diperlukan jika permintaan seringkali berubah-ubah maka spesifikasi layanan cepat berkembang, dengan demikian risiko keuangannya cukup besar. Keadaan ini mengakibatkan fasilitas jasa perlu di sesuaikan dengan perkembangan di masa mendatang.

5. Ketersediaan Tanah dan Kebutuhan Akan Ruang atau Tempat

Tiap perusahaan yang ingin membangun fasilitas layanannya harus menetapkan lokasi fisiknya dengan mempertimbangkan beragam factor yakni: kebijakan

pemerintah terkait pembebasan tanah dan kepemilikan tanah, kemampuan keuangan, dan sebagainya.

6. Tujuan dan Sifat Organisasi

Sifat sebuah layanan sering kali menetapkan beragam persyaratan desain nya. Desain fasilitas yang baik bisa memberi manfaat yakni perusahaan mudah dikenali serta desain interior dapat dijadikan ciri khas tentang sifat layanan di dalamnya.

2.1.1.4 Indikator Fasilitas

Beberapa indikator yang ada dalam fasilitas sebagai berikut(Srijani & Hidayat, 2017: 34):

1. Perencanaan spasial

Beberapa hal yang perlu diperhatikan berupa proporsi, tekstur, simetri, dan warna. Hal ini perlu dikembangkan untuk menarik perhatian orang yang memerhatikannya.

2. Perancangan ruangan

Faktor ini mencakup perencanaan arsitektur dan interior, meliputi desain sirkulasi, penataan ruangan, penempatan perabotan, dan sebagainya. Dengan memperhatikan dekorasi ruangan tunggu, penempatan perabotan dan perlengkapan tambahan lainnya.

3. Perabotan/ Perlengkapan

Perabotan/perlengkapan memiliki fungsi menjadi sarana yang memberi perasaan nyaman, menjadi barang pajangan untuk menyambut para pelanggan.

Perlengkapan yang dimaksud seperti: tersedianya listrik, kursi tunggu dan meja, AC, lukisan dan lainnya.

4. Tata cahaya dan warna

Hal yang harus di perhatikan dalam mendesign tata cahaya yaitu warna ruangan serta pencahayaan yang sesuai dalam suasana dan ruangan yang diharapkan. Warna bermanfaat untuk mengurangi kebosanan dan memperoleh ketenangan. Warna yang dipakai guna mendesain fasilitas terkait effect emosional dari warna yang dipilihnya.

5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Unsur penting yang berhubungan pada faktor ini yaitu pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, penempatan, pencahayaan, serta pemilihan bentuk pewajahan lambang atau tanda yang dipergunakan seperti: petunjuk tempat/arrah, informasi/keterangan, dan lainnya.

6. Unsur pendukung

Adanya fasilitas pendukung sebagai pendukung dari keberadaan fasilitas utama seperti: toilet, tempat ibadah, televisi, dan tempat parkir harus selalu memperhatikan tingkat keamanannya.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yaitu semua hal yang diharapkan konsumennya selaku penerima jasa yang menginginkan tingkat keunggulan dari tiap jasa layanan yang diperoleh dari layanan yang diperoleh sebelumnya (Sholeha et al., 2018:17)

Kualitas pelayanan adalah tolak ukur pihak pengelola pelayanan jasa untuk memberikan kepuasan kepada penggunanya maka penumpang yang merasakan pelayanan yang diberikan pengelola jasa dapat dirasakan sesuai harapan dalam menggunakan jasa (Ardiansyah et al., 2018:370)

Kualitas pelayanan yaitu suatu kesanggupan untuk mencukupi kebutuhan konsumen dalam penyedia jasa dipaksa guna berupaya apa yang diharapkan konsumen, dengan demikian konsumen memiliki harapan memperoleh kualitas layanan yang baik (Widjaja, 2015:120)

Kualitas layanan ialah pemenuhan keperluan ataupun harapan konsyemen dengan melakukan perbandingan diantara harapan dengan hasil serta menetapkan apakah konsumen telah menerima pelayanan yang bermutu (Pasaribu et al., 2019:304).

Kualitas layanan ialah tolak ukur tercukupinya keperluan konsumen dengan mengukur tingkatan pelayanan yang di berikan. Kualitas layanan dapat mewujudkan keseimbangan dinatara keinginan dan harapan konsumen yang terpenuhi (Oskar & Purba, 2020:408).

Berdasarkan dari beragam definisi tersebut, bisa di tarik kesimpulan kualitas pelayanan yaitu segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan sebagai penerima layanan yang menjadi tolak ukur pihak pengelola pelayanan jasa untuk mengetahui kebutuhan konsumen dengan mengukur tingkat layanan yang di berikan. Apabila konsumen merasakan kepuasan dengan tingkat layanan yang di berikan, maka kebutuhan konsumen akan membuat perbandingan dengan pelayanan pada pihak

lainnya, sehingga dapat menetapkan apakah konsumen telah menerima layanan yang bermutu.

2.1.2.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Membangun perusahaan menjadi sesuatu yang diharapkan, maka perusahaan bisa mengikuti prinsip kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan kualitas pelayanan yang baik bagi perusahaan maupun berkaitan dengan konsumen. Prinsip-prinsip kualitas pelayanan meliputi (Wibowo & Priansa, 2017:161):

1. Pengakuan dan penghargaan

Pengakuan dan penghargaan yaitu hal terpenting dalam menerapkan strategy kualitas. Tiap karyawan yang memiliki prestasi maka diberikan pengakuan dan penghargaan. Selain itu bisa mengoptimalkan rasa kepemilikan, rasa bangga, moral kerja, motivasi, tiap orang dalam organisasi yang akan mendapatkan kontribusi besar bagi konsumen dan bagi perusahaan.

2. Komunikasi

Strategy perusahaan yang diterapkan dalam organisasi di pengaruhi proses komunikasi. Komunikasi yang dilakukan bersama karyawan, pelanggan, stakeholder, dan mitra bisnis lain misalnya masyarakat umum, pemerintah, pemegang saham, pemasok, dan sebagainya.

3. Review

Review yaitu alat paling effective bagi manajemen guna menilai perilaku organisasi. Review ialah sebuah mekanisme yang memberi jaminan dengan

adanya perhatian konsisten yang berkesinambungan guna memenuhi tujuan yang berkualitas.

4. Perencanaan

Dalam proses perencanaan sebuah strategy diharuskan mengetahui tujuan dan pengukuran kualitas yang akan dipakai dalam mendorong perusahaan guna memenuhi misi dan visinya.

5. Pendidikan

Personil perusahaan dari manajer puncak hingga ke karyawan terbawah wajib mengetahui dan mendapatkan pendidikan berupa kualitas. Hal-hal yang ditekankan dalam memperoleh pendidikan meliputi kualitas dalam konsep sebagai strategy dari bisnis, alat serta implementasi dari strategy bisnis dan peran dalam mengimplementasikan strategi terhadap kualitas.

6. Kepemimpinan

Perusahaan harus menetapkan strategy dari manajemen puncak terhadap perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang berkualitas. Jika tidak ada kepemimpinan dari manajemen puncak, akan terjadi peningkatan kualitas yang kecil.

7. Sistem dan Kebijakan

Kualitas jasa diperlukan sebagai pendukung sebuah kebijakan dan sistem perusahaan. Kualitas jasa timbul bukan karna kebutuhan pelanggan semata tetapi juga kebutuhan perusahaan guna selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

2.1.2.3 Cara Pengukuran Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas layanan perlu dilakukan evaluasi serta perbaikan yang dilaksanakan secara bertahap. Cara guna memaksimalkan kualitas layanan bisa dilakukan (Prihastono, 2012:20):

1. Perusahaan Memperbaiki Pelayanan

Guna membenahi kualitas layanan hal yang bisa dilaksanakan yaitu dengan memberi pengetahuan tentang standard layanan perusahaan secara jelas pada karyawan, memberikan pelatihan pada karyawannya supaya menjadi seseorang yang tanggap, cepat, bertanggung jawab, serta mempunyai etos kerja yang tinggi. Perusahaan mempertimbangkan untuk memberi bonus pada karyawannya yang berprestasi. Di samping itu, memudahkan konsumen dalam memberikan masukannya yaitu hal yang harus dilaksanakan.

2. Umpan balik dari pelanggan

Untuk mendapatkan *feedback* dari konsumen terdapat cara yang dilakukan diantaranya seperti mengadakan survie terhadap konsumen dan mengikuti keinginan konsumen untuk memberikan pelayanan, bisa dilakukan melalui email. Selain itu, cara lainnya yaitu menawarkan produk pada konsumen, pemanfaatan teknologi guna mengamati perkembangan usahanya, memberi diskon pada konsumen atas saran yang sudah disampaikan, aktif di media sosial.

3. Evaluasi perusahaan

Hal yang dilakukan untuk evaluasi yaitu survey yang bertujuan pada beragam hal terpenting guna dipahami. Survey bisa dilaksanakan guna memahami kepedulian pada konsumen, memahami kualitas layanan dan produk, mengukur tingkatan kesanggupan sebuah perusahaan terkait cepat tanggap dan kehandalan berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung meliputi penampilan karyawan, tingkat kebersihan, fungsi produk, dan sebagainya.

2.1.2.4 Sumber Kualitas Pelayanan

Terdapat empat sumber yang menentukan penilaian kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2015:57)

1. Relationship Quality

Kualitas layanan yang ditetapkan oleh relasi sosial dan profesional diantara *stakeholder* dan perusahaan (karyawan, pemerintah, perantara, pemasok, serta konsumen).

2. Delivery Quality

Kualitas layanan bisa ditetapkan dari janji perusahaan pada konsumennya.

3. Production Quality

Kualitas jasa yang ditetapkan dari kerjasama diantara departemen operasi/produksi dan departemen pemasaran.

4. Desain Quality

Kualitas jasa yang disusun guna mencukupi kebutuhan konsumen.

2.1.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan memiliki indikator yakni (Widjaja, 2015:120):

1. *Communication*

Mencakup konsumsi yang baik serta bisa mendengar masukan konsumennya.

2. *Courtesy*

Mencakup keramahan layanan, bijaksana, penghargaan, dan kesopanan.

3. *Access*

Mencakup menyediakan/memberikan harapan konsumen serta layanan yang mudah di hubungi.

4. *Kredibilitas*

Mencakup kejujuran, keyakinan, kepercayaan dalam memberikan layanan yang baik.

5. *Tangibles*

Fasilitas fisik yang mencakup perlengkapan dan peralatan modern, penampilan dan tata letak, kenyamanan fasilitas fisik, fasilitas tempat parkir, fasilitas gedung.

2.1.3 Kepuasan Penumpang

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan penumpang yaitu kepuasan yang mencerminkan penilaian individu atas kinerja yang di rasakan pada suatu produk yang berhubungan dengan harapan. bila kinerja jauh dari yang diharapkan, konsumen bisa kecewa, sebaliknya jikas

kinerja sesuai yang diinginkan, konsumen bisa merasakan kepuasan (Ardiansyah et al., 2018:370)

Kepuasan pelanggan yaitu perasaan kesenangan individu yang dirasakan dari melakukan perbandingan diantara kesenangan pada aktivitas dari sebuah produk dengan keinginannya, kepuasan konsumen berkaitan dengan mutu layanan yakni dengan memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya (Lubis & Chaniago, 2019:171)

Kepuasan konsumen merupakan persepsi pelanggan dimana harapannya telah terpenuhi yang akan memengaruhi kelangsungan usaha sebuah perusahaan yang memposisikan prioritas utama yang perlu diperkirakan dalam penyusunan usaha (Saputra, 2018:78).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hubungan dengan perusahaan dan pelanggan yang konsisten akan memberi dasar yang baik bagi pembelian berulang serta terbentuknya loyalitas konsumen serta menciptakan sebuah rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan terkait (Srijani & Hidayat, 2017:32)

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi konsumen pada kinerja produk maupun jasa yang sudah diterima sesuai harapan serta keyakinan dari konsumen yang akan menerima bila telah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut (Bustam et al., 2017:11)

Dari definisi terkait bisa di tarik kesimpulan kepuasan penumpang yaitu suatu respons yang emosional pada evaluasi atas pengalaman konsumensi sebuah

jasa/produk yang sesuai keyakinan dan harapan yang akan diterima oleh pelanggan. Pelanggan yang konsisten akan berdampak baik bagi konsumen maka terbentuk loyalitas konsumen serta memberikan sebuah rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, penumpang bisa merasakan sebagian besar layanan yang disediakan pihak Trans Batam yang bisa mengoptimalkan kepuasan penumpang. Semakin tinggi tingkat layanan yang diberikan maka makin tinggi tingkat kepuasan penumpang. Adapun tingkat pelayanan dapat diberikan penumpang tidak lepas dari pengaruh manajemen dimana manajemen dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta mengetahui keinginan dan kebutuhan penumpang dalam meningkatnya keinginan dan kebutuhan masyarakat (Hayati & Novitasari, 2017:10)

2.1.3.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Dalam pengukuran ini diharuskan mengetahui apakah konsumennya puas atau tidak berkaitan dengan perusahaan jasa, oleh sebab itu diharuskan ada alat ukur guna menetapkan kepuasan konsumennya. Metode pengukuran kepuasan konsumen terbagi atas empat (Adam, 2015:15) yakni:

1. *Customer Satisfaction surveys* (survei kepuasan pelanggan)

Secara umum banyak penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dengan mempergunakan metode survey baik melalui wawancara, *website*, email, telepon ataupun pos. Dengan survey ini, perusahaan akan memberi respon serta umpan baik secara langsung dari konsumen serta memberi hal positif yakni perusahaan memberikan perhatian pada konsumennya.

2. *Lost Customer Analysis* (analisis pelanggan yang lari)

Dalam hal ini perusahaan berupaya menghubungi konsumennya yang sudah beralih atau berhenti supaya bisa mengetahui alasan mengapa hal tersebut terjadi sehingga bisa mengetahui informasi penyebab terjadinya hal terkait.

3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan)

Metode ini suatu gambaran tentang kepuasan konsumen dengan memperkerjakan orang lain menjadi konsumen potensial produk konsumen pesaingnya. Mereka dimintai untuk melakukan interaksi dengan staf penyedia layanan serta pengguna jasa/produk perusahaan selanjutnya mengamati dan menilai cara pesaing menanggapi pertanyaan konsumen serta menyelesaikan tiap keluhannya.

4. *Complaint and suggestion system* (sistem saran dan keluhan)

Tiap perusahaan ada orientasi pada konsumen diharuskan memberi kesempatan luas bagi konsumennya guna memberikan keluhan, pendapat, kritik, serta saran konsumen. Media yang dipergunakan mencakup menyediakan kartu komentar (yang dapat diisikan langsung ataupun dikirimkan via pos ke perusahaan), kotak saran yang di tempatkan di posisi yang sering di lewati konsumen atau posisi terjangkau.

2.1.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kualitas jasa ada potensi menumbuhkan kepuasan konsumen yang akan memberi beberapa manfaat (Saputra, 2018:78) yaitu:

1. Laba yang didapatkan bisa meningkat.

2. Presepsi pelanggan dan publik terhadap reputasi perusahaan menjadi lebih baik di mata konsumennya.
3. Membentuk sebuah rekomendasi dari mulut ke mulut yang ada potensi menarik konsumen baru untuk memberi keuntungan suatu perusahaan
4. Bisa mendorong untuk terbentuknya loyalitas konsumen
5. Terbukanya peluang pertumbuhan bisnis yang memberi dasar yang lebih baik guna melakukan pembelian berulang.
6. Terjadinya hubungan yang saling memberikan keuntungan jangka panjang diantara konsumen dan perusahaan sehingga membentuk hubungan yang harmonis

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Guna mengukur suatu variable dibutuhkan indikator dan dimensi dari variable terkait. Kepuasan mempunyai 2 dimensi yakni (Tjiptono, 2015:146):

1. Kinerja

Kinerja adalah suatu layanan yang disediakan perusahaan pada konsumen.

Dimensi kinerja mempunyai indicator yakni::

- a. Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam memberi layanan pada penumpang.
- b. Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam memberi layanan dengan tepat dan baik.

2. Harapan

Harapan yaitu keyakinan pada konsumen tentang apa yang hendak diperolehnya. Dimensi mempunyai indicator yakni:

- a. Kepuasan atas kesanggupan perusahaan dalam memberi layanan pada penumpang dibandingkan pesaingnya.
- b. Menjamin kenyamanan akan terciptanya kepuasan pada penumpang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu disajikan supaya bisa dibuat perbandingan dan referensi penelitian. Bertujuan guna memahami hasil yang sudah dilaksanakan peneliti sebelumnya, maupun dijadikan gambaran dan perbandingan yang bisa menunjang aktivitas penelitian berikutnya yang serupa. Kajian yang dipergunakan yakni terkait fasilitas serta kualitas layanan yang ada pengaruh pada kepuasan penumpang. Hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, yakni:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis/ISSN	Judul	Hasil
1.	(Angga Adi Saputra, 2018) ISSN: 2477-3166	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Pada Kepuasan Pasien.	Teknik sample yang dipergunakan yaitu simpel random sampling. Hasil pengujian memperlihatkan: 1.Kualitas layanan dan fasilitas ada pengaruh signifikan pada kepuasan pasiennya.

2.	(Erisa Deliyani & Bono Prambudi, 2019) ISSN: 2088-219X	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Penumpang MRT Jakarta	Teknik yang dipergunakan yaitu purposive sampling. Hasil ini memperlihatkan 1.Indicator pada penelitian ini sifatnya reliable dan valid.
3.	(Dina Yuliana, 2017) ISSN: -	Pengaruh Informasi Aksesibilitas, Layanan, dan Fasilitas Pada Tingkat Kepuasan Penumpang Di Bandara Husein Sastranegara Bandung	Teknik sampel yang dipergunakan yaitu probability sampling. Hasil ini memperlihatkan: 1. Informasi aksesibilitas kualitas, serta fasilitas ada pengaruh pada tingkat kepuasan penumpang.
4.	(Oskar & Tiurniari Purba, 2020) ISSN: 2598-8101	Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan Pada PT.Cahaya Express Di Kota Batam	Teknik sampel yang dipergunakan yaitu simple random sampling. Hasil ini memperlihatkan 1.kualitas layanan dan fasilitas ada pengaruh positive signifikan secara stimulant kepuasan pelanggan.

5.	(Nelsi Dalame & Triana Ananda Rustam, 2020) ISSN: -	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Pada Kepuasan Konsumen di Pelabuhan Batu Ampar Di Batam	Teknik sample yang dipergunakan yaitu non-probability random sampling. Hasil ini memperlihatkan: 1.Fasilitas ada pengaruh signifikan positif pada kepuasan konsumennya 2.Kualitas pelayanan signifikan positif pada kepuasan konsumennya 3.Fasilitas dan kualitas pelayanan signifikan positif pada kepuasan konsumennya
6.	(Imaniar Dea. A, 2016) ISSN: 2460-1594	Analisis Pengaruh Kondisi Fasilitas <i>Land Side</i> Pada Kepuasan Penumpang Maskapai Penerbangan Di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang	Teknik sample yang dipergunakan yaitu skala likert. Hasil ini memperlihatkan: 1.Kondisi fasilitas land side tidak ada pengaruh signifikan pada kepuasan penumpang dikarenakan hanya bisa memberi kontribusi. 2.Kondisi fasilitas ada pengaruh signifikan secara stimulant pada kepuasan penumpang dikarenakan bisa memberi kontribusi.

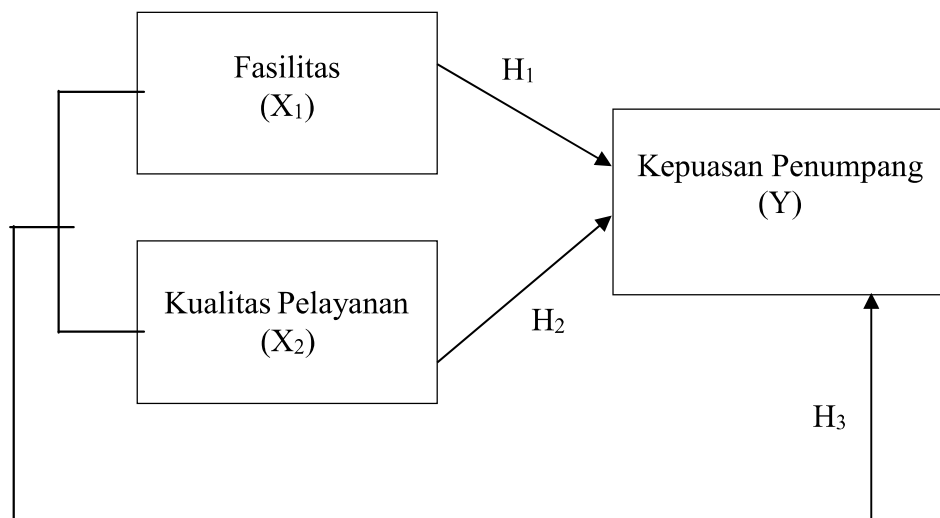
7.	(Anita Frisca & Sri Afridola, 2019) ISSN: -	Pengaruh Fasilitas Dan Layanan Pada Kepuasan Pelanggan Di PT Honda Alexsander Bersaudara Kota Batam	Teknik sample yang dipergunakan yaitu metode slovin. Hasil ini memperlihatkan: 1. Pelayanan ada pengaruh positif signifikan pada keputusan pembeli, Fasilitas ada pengaruh positif signifikan secara parsial pada keputusan pembeli. 2. Fasilitas dan layanan ada pengaruh signifikan secara stimulant pada kepuasan pelanggan.
8.	(Siti Syahsudarmi, 2018) ISSN: 2338-6746	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru	Teknik sample yang dipergunakan yakni teknik purposive sampling. Hasil ini memperlihatkan 1. Kualitas layanan dan fasilitas ada pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. 2. Faktor yang paling dominan berpengaruh pada kepuasan pelanggan yakni dimensi fasilitas.
9.	(Ludviyatus Sholeha, Joko Widodo, & Sutrisno Djaja, 2018) ISSN: 1907-9990	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi	Teknik sampel yang dipergunakan yaitu teknik purposive. Hasil ini memperlihatkan: 1. Kualitas layanan ada pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen di AHASS sumber jaya maha sakti motor Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi

10.	(Muhammad Isa, H.Aswadi Lubis & Marliana Caniago, 2019) ISSN: 2599-3410	Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga	Teknik sampel yang dipergunakan yaitu regresi linear sederhana. Hasil ini memperlihatkan: 1.Kualitas layanan ada pengaruh positif signifikan pada kepuasan penumpang.
11.	(Lusi Laura Pasaribu, Rulianda Purnomo Wibowo & Isfenti Sadalia, 2019) ISSN: 2349-9788	The Analysis Of Service Quality Effect On Domestic Passenger Satisfaction At Kualanamu International Airport	Teknik sample yang dipergunakan yaitu teknik analisis validitas dan reliabilitas serta regresi linier berganda. Hasil ini memperlihatkan 1.Dimensi Layanan yang memengaruhi kepuasan penumpang secara simultan ada pengaruh signifikan pada kepuasan penumpang. 2.Variabel dominan ada pengaruh signifikan pada kepuasan penumpang di Bandara Internasional Kualanamu
12.	(Fadjri Noor Ardiansyah, Yeni Yuniawati & Oce Ridwanudin, 2018) ISSN:2703-3992	The Influence Of Airport Service Quality Toward Passenger Satisfaction	Teknik sampel yang dipergunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil ini memperlihatkan 1. Kualitas pelayanan bandara yang terbagi atas servicescape, personal service, dan services ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir membentuk sebuah konsep yang menjelaskan antara hubungan dalam penelitian berdasarkan tujuan pustaka, teori yang disusun yang saling terkait dengan penelitian terdahulu.

Pada penelitian ini menjelaskan bahwa hubungan variabel secara teoritis berdasarkan permasalahan yang terkait pada penelitian ini dan menjelaskan secara logis variabel-variabel serta hubungan antara variabel. Jika hubungan antara variabel dijabarkan secara rinci maka permasalahan dalam penelitian ini bisa dikatakan baik.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti, (2021)

2.4 Hipotesis Penelitian

Dari pemapparan terkait, hipotesis yang dibuat yakni:

- H₁ : Diduga fasilitas ada pengaruh positif signifikan pada kepuasan penumpang pengguna Trans Batam dikoridor Sekupang-Jodoh.
- H₂ : Diduga kualitas Pelayanan ada pengaruh positif signifikan pada kepuasan penumpang pengguna Trans Batam dikoridor Sekupang-Jodoh.
- H₃ : Diduga fasilitas dan kualitas pelayanan ada pengaruh positif signifikan pada kepuasan penumpang pengguna Trans Batam dikoridor Sekupang-Jodoh.