

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keunikan dari keseluruhan karakteristik dari suatu jasa maupun produk yang mana dapat memberikan serta memenuhi kebutuhan konsumen (Indrasari, 2019:61). Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang tentunya setara dengan yang diharapkan tamu. Oleh karenanya pencapaian memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan (Indrasari, 2019:61).

Kualitas pelayanan (Djafri, 2018:14) adalah usaha untuk memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan konsumen. Pada awalnya sulit untuk membuat konsumen lama tetap terus bertahan tetapi jika diimbangi dengan kualitas pelayanan yang maksimal maka besar kemungkinan konsumen lama akan tetap setia terhadap jasa yang kita berikan. Yang berarti kualitas pelayanan akan dimulai dari keinginan konsumen dan berujung pada persepsi konsumen, dimana dalam persepsi tersebut dapat dinilai keseluruhan atas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan (Fakhrudin, 2021:98) berfokus pada pemenuhan kebutuhan, serta ketepatan waktu tentunya untuk memenuhi harapan dari konsumen tersebut. Dengan hal inilah kita dapat mempertahankan tamu sehingga fokusnya yaitu memenuhi permintaan dari konsumen tersebut. Kualitas pelayanan bisa diselidiki dengan membandingkan pengalaman yang telah

konsumen terima dengan apa yang mereka harapkan yang seharusnya ada dalam pelayanan tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwa adanya kualitas pelayanan ini yaitu upaya dalam memenuhi apa yang diinginkan konsumen dan juga memberikan respon yang ramah serta dapat sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Jadi dengan memberikan kualitas yang mengesankan hati konsumen itu bukan dalam persepsi pihak produsen namun lebih kepada persepsi konsumen. Oleh karenanya, konsumen yang berhak memberikan penilaian atas kualitas jasa yang mereka beli, karena mereka yang mengkonsumsi dan dapat menilai secara keseluruhan atas jasa yang telah diberikan.

2.1.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Dalam kualitas pelayanan ini bergantung terhadap pelayanan yang diberikan karyawan dalam memberikan respon yang baik dan ramah terhadap konsumen. Adanya hubungan dan interaksi yang kuat antara konsumen dan karyawan akan menumbuhkan persepsi yang bernilai. Jika ketidakpuasan yang diterima tinggi tentu ini akan berpengaruh terhadap banyaknya keluhan yang akan diberikan oleh tamu (Fatihudin, 2019:224). Mengacu pada pelayanan, harapan dari konsumen yaitu suatu keyakinan bahwa apa yang diterimanya itu sudah sebanding atau bahkan lebih dari ekspektasi yang diinginkan ketika membeli suatu produk atau jasa tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa harapannya yaitu sebelum menggunakan jasa tersebut maka akan didasarkan pada rekomendasi teman, mulut ke mulut, ataupun iklan/promosi yang berada di sosial media untuk memikat konsumen. Kemudian

setelah sesuai dan membeli jasa tersebut maka dapat dibandingkan apakah sudah sesuai dengan yang diterima atau belum atas jasanya. Tentu jika kinerja karyawan dapat menyenangkan hati konsumen ini akan membuat kualitas dari perusahaan tersebut semakin tinggi. Tetapi jika tidak dapat memuaskan keinginan konsumen ini akan menimbulkan hal yang buruk bagi perusahaan karena tidak terjadi kesesuaian antara kinerja dan harapan yang diinginkan. Dilihat dari karakteristik konsumen maka akan ada yang berani secara langsung untuk memberikan pernyataan ataupun masukan dan juga bisa keluhan terhadap jasa yang ia konsumsi. Tentunya dari hal tersebut perusahaan dapat mengevaluasi apakah sudah sesuai dengan persepsi konsumen atau tidak. Apabila sudah sesuai dengan harapan konsumen maka dapat dikatakan bermutu dan begitupun sebaliknya. Jika pelayanan yang diberikan kenyataan sesuai dengan harapan maka dapat dikatakan memuaskan.

2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Beberapa karakteristik yang perlu diperhatikan seperti (Indrasari, 2019:63).

1. Akses, yaitu layanan tersebut harus dapat menjangkau keseluruhan tempat dan secara tepat.
2. Komunikasi, ialah bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien, dan akurat.
3. Kesopanan, yaitu bahwa tentunya pegawai harus ramah, cepat tanggap, dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan
4. Responsif, yang terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan tamu atau permasalahan yang dihadapi.

5. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan ketrampilan serta pengetahuan yang diperlukan.

2.1.4 Etika Dalam Pelayanan

Ada beberapa ketentuan yang diatur secara umum sebagai berikut (Indrasari, 2019:60) :

1. Sikap dan perilaku, dalam prakteknya sikap yang menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan
2. Penampilan, secara keseluruhan mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik dan perilakunya
3. Cara berbicara, yaitu bicara dengan jelas dan tidak bertele-tele.
4. Gerak-gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota atau badan kaki.
5. Cara berpakaian, menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan memakai seragam petugas yang telah disediakan.

2.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Perusahaan menilai kualitas pelayanan bisa dalam beberapa kategori seperti bisa bermutu ataupun tidak, lalu berkualitas, dan normal saja itu kembali kepada persepsi yang diberikan oleh tamu. Walaupun perusahaan mengatakan bahwa kualitas pelayanan mereka sudah baik ataupun bermutu, tetapi jika di mata konsumen melihat kondisi tersebut tidak baik, artinya kualitas pelayanan yang diberikan masih belum maksimal dalam arti kata masih kurang memuaskan. (Indrasari, 2019:66) memaparkan ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan oleh pelanggan dalam menilai kualitas dalam jasa tersebut :

1. **Bukti Fisik**

Bukti fisik yaitu bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan gambaran fisik untuk tamu, contohnya fasilitas fisik serta peralatan-peralatan personel. Bisa juga berupa bukti fisik secara visual, seperti karyawan yang berpenampilan menarik baik dalam segi seragam yang digunakan dan juga dapat berkomunikasi dengan baik dan lancar. Kemampuan perusahaan dalam memberikan sarana serta prasarana fisik sangat memberikan kualitas nyata dari pelayanan yang diberikan, contohnya seperti gedung, gudang, teknologi, transportasi, dan juga penampilan karyawannya yang rapi.

2. **Keandalan**

Keandalan yaitu cara perusahaan dalam menjalankan jasanya dengan tepat dan akurat. Ada beberapa hal dalam keandalan yaitu bisa memberikan jasa yang sesuai dengan yang diharapkan, juga dapat menangani masalah-masalah yang ada pada tamu serta dapat memberikan catatan yang berkaitan dengan apa yang harus dikerjakan agar dapat karyawan dapat memahami apa yang harus dijawab olehnya ketika mendapatkan pertanyaan tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat memberikan pelayanannya dengan tepat, akurat, dan dapat dipercaya agar bisa relevan dengan apa yang diinginkan konsumen, seperti performance yang diberikan baik, sangat kecil kemungkinan dalam melakukan kesalahan, peduli, serta teliti dalam hal-hal yang dilakukan.

3. Ketanggapan

Ketanggapan yaitu cara perusahaan dalam memberikan pelayanan yang efisien serta membantu tamu dalam waktu yang telah ditentukan. Ada beberapa hal dalam daya tanggap seperti membantu tamu dalam merespon setiap permasalahan yang dihadapi ditambah dengan pelayanan yang tepat waktu. Dan jangan membuat tamu menunggu terlalu lama yang tidak didasarkan pada suatu alasan yang benar karena dapat berdampak kepada buruknya kualitas pelayanan yang telah diberikan. Jadi perusahaan haruslah dapat memberikan informasi yang benar, dan juga dibantu oleh karyawannya dalam menyelesaikan suatu permintaan. Dapat dikategorikan bermutu apabila perusahaan cepat menanggapi setiap permintaan dan juga keinginan dari tamu tersebut.

4. Jaminan

Jaminan disini yaitu cara perusahaan dalam memberikan bimbingan terhadap karyawannya dalam memberikan pengetahuan serta sikap yang baik dalam meresponi tamu. Beberapa hal dalam jaminan yang perlu yaitu karyawan dapat memberikan keyakinan pada tamunya dan memberikan rasa aman, serta kepercayaan terhadap transaksi yang dilakukan agar tidak terjadi informasi yang tidak jelas. Ketika karyawan dapat menimbulkan kepercayaan kepada tamunya terhadap jasa yang diberikan tentu konsumen tidak akan ragu-ragu untuk membeli jasa tersebut karena mereka sudah memahami apa-apa saja resiko dan bahaya yang terjadi dalam jasa tersebut.

5. Empati

Empati yaitu bagaimana perusahaan dapat menunjukkan kepedulian dan memerhatikan apa yang dialami oleh tamu. Beberapa hal yang diperlukan yaitu bagaimana karyawan dalam perusahaan tersebut dapat mengutamakan apa yang menjadi kepentingan konsumen dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Ketika karyawan dapat memahami dengan baik dan menunjukkan sikap yang ramah, perhatian, dan sabar terhadap tamu, maka perusahaan tersebut dapat disenangi oleh konsumennya karena memahami apa yang dikeluhkan dan bisa menyelesaikan dengan baik atas permasalahan yang dihadapi.

2.2 Fasilitas

2.2.1 Definisi Fasilitas

Fasilitas yaitu sesuatu yang bisa mempermudah suatu usaha yang menyediakan semua kebutuhan dari tamu untuk memenuhi keinginan tersebut (Ivan Tanaka & Darmawan, 2021:632). Umumnya dengan adanya fasilitas ini menjadi suatu penentuan apakah seseorang memilih untuk memanfaatkan jasa yang diberikan perusahaan tersebut.

Fasilitas yaitu asal muasal wujud yang seharusnya tersedia sebelum mempromosikan layanan ke konsumen dengan memberikan kenyamanan sehingga konsumen bisa menikmati kepuasan atas fasilitas tersebut (Wahyu & Asron, 2020:533). Fasilitas itu berarti suatu bentuk fisik yang mempunyai fungsi dan nilai produk dengan layanan yang diberikan.

Fasilitas (Fakhrudin, 2021:99) adalah objek penting untuk meningkatkan tingkat kepuasan seperti kenyamanan tamu. Artinya fasilitas yang digunakan dan ditempati ini bisa untuk karyawan terutama pada tamu agar dapat menikmati fasilitas yang ada. Beberapa hal yang perlu bagi perusahaan untuk keberlangsungan kenyamanan tamu yaitu mulai dari kebersihan, fasilitas yang lengkap, dan juga penataan yang baik terhadap ruangan tersebut.

Dari hasil pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa fasilitas yaitu segala sesuatu yang dapat digunakan oleh tamu untuk menikmati dan merasakan kenyamanan dari tempat tersebut serta dapat menilai apakah fasilitas yang diberikan telah sesuai dan memberikan kepuasan terhadap tamunya. Oleh karenanya dengan adanya fasilitas yang bervariasi dan sesuai dengan harapan konsumen ini dapat menambahkan semangat kepada konsumen untuk menikmati fasilitas yang diberikan.

2.2.1 Unsur-Unsur Fasilitas Fisik

Ada lima unsur yang perlu diperhatikan dalam menentukan suatu fasilitas seperti berikut ini: (Widyaningrum, 2020:6):

1. Perencanaan spasial

Hal-hal yang diperhatikan yaitu mulai dari warna dan tekstur yang dikombinasikan agar dapat menarik mata konsumen yang melihatnya, kemudian terus mengembangkan jika terjadi kekurangan ataupun terdapat keluhan terhadap hal tersebut.

2. Perencanaan ruangan

Hal ini melingkupi mulai dari desain interior serta tata letak peralatan maupun fasilitas dalam ruangan serta sirkulasi ruangan tersebut.

3. Perlengkapan

Hal ini meliputi seperti adanya perabotan yang unik yang menggambarkan suasana agar terlihat menarik dan bisa juga seperti adanya pajangan layaknya menyambut konsumen dalam segi kelengkapan barang.

4. Tata cahaya

Dalam hal ini adalah penting dalam menentukan warna yang sesuai dengan aktivitas yang ada pada ruangan tersebut agar konsumen bisa merasa nyaman dan tertarik untuk terus berada dalam ruangan tersebut.

5. Warna

Dalam hal ini warna dapat memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan untuk memberikan rasa rileks dan juga dapat meminimalisir kecelakaan. Akan lebih baik jika warna dihubungkan dengan efek emosional dari pilihan warnanya. Contohnya yang perlu diperhatikan yaitu pencahayaan, bentuknya, penampilan yang menarik, serta penempatannya yang perlu digunakan dalam tujuan tertentu.

2.2.3 Indikator – Indikator Fasilitas

Untuk penelitian ini indikator fasilitas yang digunakan dalam perusahaan hotel berupa (Bellia and Prastiyo, 2019:23):

1. Kamar tidur dengan segala perlengkapannya artinya beberapa fasilitas yang perlu ada biasanya meliputi: tempat tidur, lemari, ac, lampu, pengering rambut, meja, kursi, dan cermin.

2. Restoran dengan pendukungnya
3. Fasilitas tambahan seperti fasilitas olahraga dan hiburan
4. Adanya ballroom untuk acara tertentu
5. Tersedia tempat parkir untuk pengunjung

2.3 Kepuasan Konsumen

2.3.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah itu bagaimana konsumen mempunyai perasaan dan dapat menilai secara emosional atas jasa yang ia beli dengan harapan kebutuhannya dapat terpenuhi (Untung and Mahsyar 2020:208). Apabila hasil yang diberikan oleh karyawan tidak sesuai harapan maka konsumen tidak puas, jika diatas harapan maka tentunya konsumen puas. Untuk menentukan kepuasan maupun ketidakpuasan itu ada pada konsumen dalam meresponi setiap jasa yang telah dibeli ataupun diterimanya. Puas atau tidaknya konsumen dapat dievaluasi kembali jika tidak sesuai dengan apa yang diharapkan baik dilakukan sebelum maupun sesudah pembelian untuk membandingkan kepuasan tersebut dan memperbaikinya.

Kepuasan konsumen menurut (Vuspita & Heryenzus, 2020:125) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan hasil terhadap ekspektasi mereka. Berbeda dengan kinerja lebih kepada persepsi tamu apa yang ia rasakan setelah memakai jasa yang ia beli. Artinya kepuasan ini bergantung pada persepsi dan harapan mereka.

Kepuasan konsumen dikatakan sebagai bentuk sikap maupun perilaku manusia terhadap suatu barang atau jasa yang telah diperoleh, sehingga dapat

menimbulkan rencana untuk melakukan pembelian ulang dan dapat menimbulkan rasa puas dan ketidakpuasan (Zahra and Relawati, 2021:45).

Dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen disini itu artinya bagaimana kebutuhan dan permintaan dapat terpenuhi. Harapan yang diinginkan tamu sesuai dengan hasil yang diterima. Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan dari tamu seperti tamu yang mengalami interaksi dengan staff dalam melakukan pembelian ini perlu merasakan apakah kebutuhan dan kenginanannya itu sudah sesuai, jika keinginan yang diberikan besar maka harapan nya juga besar begitupun sebaliknya serta hasil dari pengalaman di masa lalu ataupun orang-orang yang pernah menggunakan jasa tersebut dari kompetitor lainnya dan memberikan review terhadap jasa tersebut.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan bagi perusahaan untuk memnentukan tingkat puasnya konsumen yaitu (Indrasari, 2019:87):

a) **Kualitas produk**

Konsumen tentu akan puas apabila jasa yang diberikan dapat memberikan kepuasan disertai dengan kualitas kamar yang mana fasilitas-fasilitasnya mempunyai kualitas bagus.

b) **Kualitas pelayanan**

Tidak dapat dipungkiri industri jasa perlu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

c) **Emosional**

Konsumen akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi apabila ia mendapatkan rekomendasi atau keyakinan dari orang sekitarnya yang mempunyai respon positif terhadap jasa tersebut. Dalam arti kata disini adalah lebih kepada nilai sosial yang membuat tamu merasakan kepuasan terhadap jasa yang diberikan.

d) Harga

Jasa yang murah tetapi meningkatkan kualitas yang bagus tentu akan membuat konsumen melirik dan menggunakan jasa tersebut karena mempunyai nilai lebih.

e) Biaya

Tidak adanya biaya penambahan dalam membeli jasa tersebut dan tidak menunggu lama untuk mempunyai/memiliki jasa tersebut akan membuat konsumen puas terhadap jasa tersebut.

2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode pengukuran kepuasan yang terbagi sebagai berikut (Indrasari, 2019:88):

1. Sistem keluhan dan saran, organisasi berpusat pada pelanggan, memberikan kesempatan yang luas kepada para tamu untuk menyampaikan keluhan. Informasi yang disediakan ini nantinya dapat memberikan ide kepada perusahaan untuk bereaksi cepat dalam mengatasi masalah tersebut
2. Ghost shopping, dengan memperkerjakan orang untuk berperan sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan hasil aktivitasnya mengenai

kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan jasa/produk tersebut

3. Lost customer analysis, perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumen.
4. Survei kepuasan pelanggan, perusahaan akan menerima umpan balik dari pelanggan, dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan perhatian kepada konsumennya..

2.3.4 Hal Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Konsumen

Berikut hal-hal yang dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen yaitu (Indrasari 2019:87)

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba untuk melakukan transaksi dengan produk
2. Pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaingnya
3. Pengalaman dari teman-teman.

2.3.5 Indikator-Indikator Kepuasan Konsumen

(Indrasari 2019:92) ada beberapa indikator yang ada pada kepuasan dari pada konsumen yaitu:

1. Kesesuaian harapan

Kinerja yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen yang mana meliputi mulai dari jasa, fasilitas, pelayanan, dan karyawan.

2. Minat berkunjung kembali

Perasaan senang yang dialami oleh konsumen yang membuat ia ingin terus berlangganan atau menginap kembali karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan memuaskan hati konsumen disertai dengan fasilitas yang mendukung untuk beraktifitas.

3. Kesiapan merekomendasikan

Dimana konsumen ikut serta untuk mempromosikan atau merekomendasikan jasa yang telah ia alami untuk diceritakan kepada keluarga, teman, saudara untuk menggunakan jasa tersebut karena sudah memberikan pelayanan yang terbaik dan juga mempunyai fasilitas yang memadai serta cepat tanggap dalam meresponi keinginan konsumen.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Juliana <i>et al.</i> , 2021) (Google Scholar)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Fasilitas Hotel Harris Seminyak Bali Terhadap Kepuasan Pelanggan	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hotel Harris Seminyak Bali

Tabel 2.1 Lanjutan

2	(Destiana Baetie, 2018) (Google Scholar)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu
3	(Yesinda & Murnisari, 2018) (Sinta 5)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Jasa Rawat Jalan Pada Puskesmas Kedamangan Kabupaten Blitar	Analisis Regresi Linear Berganda	Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
4	(Ponty & Setiawan, 2019) (Jim UPB)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Transportasi Umum Bus Trans Batam	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
5	(Maryati & Husda, 2020) (Google Scholar)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam	Analisis Regresi Linear Berganda	Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
6	(Ivan Tanaka & Darmawan, 2021) (Sinta 4)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Tarif Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan, fasilitas, serta harga memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial serta simultan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 2.1 Lanjutan

7	(Aswad <i>et al.</i> , 2018) (Sinta 5)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	Analisis Regresi Linear Berganda	Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
---	---	--	----------------------------------	--

Sumber: Peneliti (2021)

2.5 Kerangka Pemikiran

2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

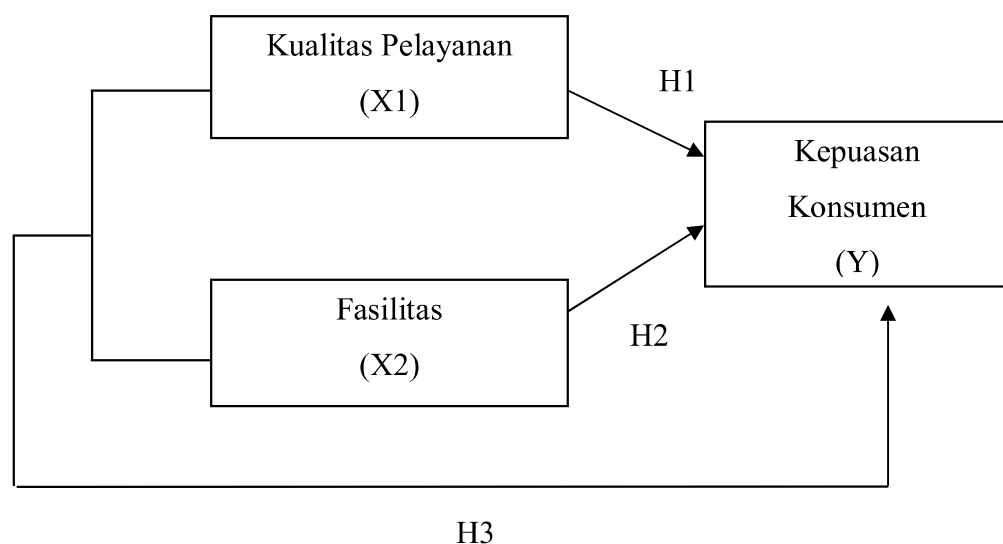
Kualitas pelayanan yaitu digambarkan sebagai bentuk dari sikap yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dari konsumen dengan kemampuan dari perusahaan itu yang berfokus pada konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh dengan pengkajian yang sudah dilakukan oleh (Susanti & Syahrian, 2019) yang menyatakan adanya kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dari nasabah.

2.5.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas pendukung ini adalah berupa usaha-usaha penunjang yang ada disekitar area tersebut yang tentunya memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Hasil kajian yang telah dilakukan oleh (Puspita & Singgih, 2018) menyatakan kualitas pelayanan serta fasilitas pendukung secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Adanya kualitas pelayanan ini merupakan cara untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen beserta ketepatan dalam menyampaikan atau mengkomunikasikan dengan baik agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Apabila konsumen merasa senang, tentunya ia akan berencana untuk menginap kembali atau membeli jasa tersebut secara berkelanjutan serta dapat memberikan rekomendasi kepada temannya terhadap jasa yang diberikan. Fasilitas pendukung yang memadai akan membuat konsumen mudah dalam beraktifitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Pada kajian yang diperoleh oleh (Ivan Tanaka & Darmawan, 2021) bahwa kualitas pelayanan, fasilitas serta harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan dan parsial kepada kepuasan pasien. Adapun kerangka pemikiran seperti berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti (2021)

2.6 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas serta tambahan referensi yang dikemukakan oleh pelayanan (Vuspita & Heryenzus, 2020:125), pengembangan hipotesis terkait dengan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, bahwa dapat dirumuskan hipotesis yang dilakukan di dalam suatu penelitian yaitu:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam.

H2: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam.

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam.