

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah pengendalian tingkat keutamaan untuk memenuhi keinginan konsumen dan tingkat keutamaan untuk diharapkan (Syaifullah & Mira 2018: 87)

Kualitas pelayanan sebagai tingkat cara yang baik sejauh mana penyedia yang disediakan dapat membentuk harapan konsumen (Yulianto 2021: 64)

Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Maydiana 2019: 446)

Harapan dan keinginan pengguna harus selaras dengan karyawan yang menyediakan layanan ini. Jika persyaratan terpenuhi, maka pegawai atau peserta jasa akan memenuhi persyaratan untuk memberikan kualitas dan memenuhi harapan pengguna jasa. Jika sudah sejalan maka karyawan atau pelaku pelayanan akan sejalan memberikan kualitas dan pemenuhan harapan dari pengguna pelayanan tersebut. Maka pasti akan sesuai dengan standar staf dan harapan pengguna layanan itu sendiri (Gunartik & Nainggolan 2019: 31)

Maka dapat disimpulkan kualitas Pelayanan ini yaitu memenuhi kepuasan pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggannya.

2.1.1.2 Prinsip Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa memiliki 6 prinsip (Imansyah & Irawan 2017: 329) yaitu:

1. *Leadership*

Dalam mengatasi kualitas perusahaan haruslah mempunyai idea serta berkomitmen yang bisa mengarahkan bisnis demi meningkatkan kinerja kualitas perusahaan.

2. *Education*

Dari sang direktur hingga pekerjanya dibagian terbawah harus berpendidikan dengan kualitas bagus.

3. *Planning*

Rencana strategis harus mencakup tujuan dan kualitas yang akan digunakan untuk pencapaian perusahaan.

4. *Review*

Langkah terakhir paling efektif mengubah misi operasionalnya. Ini adalah transisi yang menjamin fokus dan kontinuitasnya dalam mewujudkannya.

5. *Communication*

Perusahaan, konsumen, dan investor, termasuk pemasok, pemerintah, dan masyarakat sekitar, semuanya perlu berkomunikasi.

6. *Total Human Reward*

Penghargaan dan pengukuran adalah bagian penting dari strategi implementasi. Pekerja yang memiliki kebutuhan tentunya perlu mendapatkan reward dari semua orang dalam organisasinya untuk memberikan hasil akhir

yang baik bagi perusahaan.

2.1.1.3 Faktor Kualitas Pelayanan

Pengevaluasian kualitas pelayanannya (Subagja, & Putri 2017: 71) yakni:

1. Keandalan

Kinerja yang konsisten bahwa perusahaan harus memberikan layanan dan memenuhi janji.

2. Responsif

Ketersediaan dan kemampuan pekerja untuk memberikan pelayanan yang efektif.

3. Kompetensi

Memiliki wawasan dan keahlian yang dibutuhkan saat melayani pelanggan.

4. Aksesibilitas

Kemudahan saat berinteraksi, misalnya mudah menemukan posisinya, waktunya, serta tidak sulit untuk dihubungi.

5. Kesopanan

Memahami sikap menghargai, sopan santun, serta ramahnya saat berkerja.

6. Komunikasi

Memberikan informasi yang dibutuhkan kepada pelanggan serta memberikan layanan sesuai keinginan pelanggan.

7. Kredibilitas

Kejujuran dan kepercayaannya, termasuk nama baik, reputasi, karakter, dan

komunikasinya.

8. Keamanan

Menjauhkan dari bahaya, risiko dan gangguan. Keadaan ini termasuk keamanan fisik, keuangan dan kerahasiaan pelanggan.

9. Empati

Mengusahakan pahami keperluan yang diinginkan pelanggan.

10. Fisik

Memiliki fasilitas dan kelengkapan yang dimanfaatkan oleh karyawan untuk pelanggan.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Beberapa indikator kualitas pelayanan (Lubis & Andayani 2018: 234) yakni:

1. Bukti fisiknya

Sebuah perusahaan dalam memperlihatkan keberadaan untuk pihak eksternal.

2. Keandalannya

Keahlian perusahaan yang memenuhi kinerja, ketepatan waktu, sikap yang simpati serta memberi pelayanan yang tanpa kesalahan.

3. Ketanggapannya

Keahlian perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberi respon yang cepat kepada pelanggan.

4. Jaminannya

Wawasan dan tingkah laku karyawan untuk mendirikan keyakinan dan

kepercayaan pada diri dalam memanfaatkan servis yang disediakan.

5. Berempati

Kinerja perusahaan yang dilaksanakan oleh karyawan untuk menyampaikan kepedulian bagi pelanggan secara perseorangan, berserta kerentanan dan keinginan pelanggan.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas ialah sebuah permudahankan bagi konsumen dalam usaha servis , maka semua fasilitas yang ada yakni kondisi fasilitas, peralatan, desain interioe dan eksterior dan kebersihan fasilitas perlu memperhatikan terutama yang berhubungan erat dengan apa yang diharapkan atau didapatkan konsumen secara langsung (Irfan 2019: 84).

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum memberikan layanan kepada konsumen. Fasilitas adalah suatu komponen penting dalam pengelolaan usaha jasa, oleh sebab itu kondisi fasilitas perlu diperhatikan, desain interior perusahaan dan eksterior serta kebersihan lokasi usaha harus dipertimbangkan oleh pengusaha terutama yang secara langsungdirasakan konsumen pada saat menggunakan jasa. Pandangan konsumen akan ekspetasi yang dirasakan pada saat proses penggunaan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut (Zaenudin & Purba 2020: 489)

Fasilitas adalah sarana penunjang termasuk semua barang serta jenis

perlengkapan, peralatan maupun pelayanan yang memiliki fungsi utama sebagai pelengkap suatu pekerjaan serta menjadi atribut utama untuk melaksanakan (Gunartik & Nainggolan 2019: 31)

Berdasarkan teori dari atas maka dapat disimpulkan fasilitas yaitu memberikan perlengkapan terhadap konsumen, sehingga konsumen merasa nyaman dan puas.

2.1.2.2. Faktor Fasilitas

Berikut beberapa faktor fasilitas (Apriyadi 2017: 73) yakni:

1. Sifatnya dan tujuannya organisasi

Sifat layanan seringkali dapat menentukan semua jenis kriteria desain. Metode fasilitas mampu memberikan beraneka nilai manfaat, perusahaan tersebut gampang diketahui dan desain tersebut dapat membuat kelebihan yang bersangkutan dengan sifat layanan tersebut.

2. Tersedianya tempat dan kebutuhannya akan ruang

Tiap usaha dalam bidang jasa memerlukan tempat yang digunakan untuk membuat fasilitas melayani. Dalam menentukan tempat, faktor yang diperlukan komponen seperti berkaitan dengan anggaran, syarat dari peraturan pemerintah, dan lain-lain.

3. Fleksibilitasnya

Fleksibilitas metode ini diperlukan apabila permintaan berfluktuasi dan jika spesifikasi layanan dapat bertumbuh dengan cepat, maka dapat menimbulkan

risiko keuangan menjadi masalah terutama. Keadaan ini dapat mewujudkan fasilitas pelayanan yang sesuai dengan perkembangan kedepannya.

4. Faktor estesisnya

Tersusun dengan rapi terhadap fasilitas pelayanan bisa mengambil perasaan pelanggan beserta dapat mengoptimalkan suasana konsumen atas pelayanan tersebut.

5. Masyarakat dan lingkungan

Penduduk dan lingkungan dapat berfungsi besar dalam perusahaan. misalnya perusahaan tidak berupaya evaluasi secara berlangsung pada perusahaan yang gampang terpengaruh.

6. Biaya perbaikan dan operasional

Pengeluaran untuk perbaikan dapat mempengaruhi jumlah beserta jenis konstruksi. Pengeluaran untuk operasional dapat terpengaruh oleh kekuatan ruang, yang bersama dengan pergantian suhu.

2.1.2.3 Unsur Fasilitas

Berikut ini ada beberapa unsur fasilitas yang diperlukan pertimbangan didalam penetapan fasilitasnya (Ekasari et al. 2018: 2) yakni:

1. Keadaan fasilitasnya
2. Perlengkapannya fasilitas
3. Desain interiornya serta eksteriornya fasilitas

2.1.2.4. Indikator Fasilitas

Terdapat enam indikator fasilitas (Smaradhana & Lutfie 2017: 474) yaitu:

1. Perencanaan spasialnya

Dimensi termasuk bentuk, warna dan ukuran untuk mendapatkan kritik dan saran dari konsumen.

2. Perencanaan ruang

Aspek sebagai untuk perencanaan ruangan, memiliki perabot dan perlengkapan dalam ruangan tersebut. Memiliki ruangan untuk tamu yang membutuhkan perhatian diluar kapasitas, dan perlu diperhatikan juga terhadap extra perlengkapan lainnya pada ruangan.

3. Perlengkapan perabotannya

Alat perlengkapan yang mencakup kegunaanya yaitu untuk pelanggan merasa lebih nyaman dan bisa ditambahkan hiasan kepada pemakai jasanya.

4. Tata cahaya

Cahaya berupa semacam variasi warna yang serasi dengan kegiatan yang secara langsung pada ruangan tersebut dan kondisi yang diinginkan.

5. Pewarnaan.

Perwarnaan juga sebagai alat penambahan efektif, dan membuat nyaman, beserta membantu kurangi bagian tingkat kecelakaannya.

6. Pesan secara grafis

Hal berhubungan dalam bagian ini yaitu peletakan, mengkategorikan warna, mengkategorikan bentuk fisik serta menatakan cahaya.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah respon senang atau kecewanya yang muncul karena perbandingan kemampuan yang dipersepsikan dari hasil terhadap harapan yang mereka inginkan (Aswad et al. 2018: 79).

Kepuasan pelanggan ialah persepsi pelanggan individu tentang kinerja produk atau jasa dan hubungannya dengan harapannya (Rusmahafi & Wulandari 2020: 70).

Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan (Lubis & Andayani 2018: 236).

Kepuasan pelanggan adalah dianggap sebagai aspek utama dalam strategi setiap organisasi dan telah menerima banyak perhatian peneliti (Janahi & Mubarak 2017: 2).

Disimpulkan kepuasan pelanggan yaitu dapat dirasakan terhadap kinerja atau hasil yang diberikan seorang karyawan, sehingga konsumen merasa puas.

2.1.3.2 Tingkat Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (Munawir, 2018: 210) yakni:

1. Sistem kepuasan dan saran

Memberikan kesempatan dan saluran yang nyaman bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran, komentar dan keluhan. Misalnya, sediakan kotak saran dan nomor bebas biaya yang mudah diakses.

2. Ghost shopping

Untuk memahami kepuasan pelanggan dapat mempekerjakan beberapa ghost shopper untuk mencari kelebihan dan kekurangan produk perusahaan pesaing.

3. Lost customer analysis

Perusahaan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih pemasuk untuk mengetahui alasannya dan mendapatkan kesimpulan tentang perubahan kebijakan atau perbaikan lebih lanjut.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Melakukan survei dan wawancara secara langsung.

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan (Aswad et al. 2018: 80) yakni:

1. Kinerja

Jika kinerjanya berkorelasi dengan keinginan konsumen, maka akan mendatangkan kepuasan kepada konsumen.

2. Harga

Menurunkan harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, itu juga akan menyebabkan keuntungan yang sedikit. Perusahaan dapat meningkatkan keuntungan melalui langkah-langkah lain, seperti memaksimalkan layanan

tanpa menurunkan harga.

3. Ekspektasi

Hal ini terlihat dari pembelian sebelumnya, rekomendasi dari rekan kerja, dan diskon.

2.2 Penelitian Terdahulu

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Syaifullah & Mira 2018) Sinta	Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam	Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan secara berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
2	(Zaenudin & Purba 2020) Google Scholar	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Multi Prima Daya Perkasa	Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
3	(Munawir 2018) Google Scholar	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi	Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4	(Irfan 2019)	Pengaruh Kualitas	Regresi	Kualitas pelayanan

	Sinta	Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan	Linier Berganda	dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5	(Gunartik & Nainggolan 2019) Google Scholar	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan (Di Politeknik Negeri Batam)	Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.
6	(Maydiana 2019) Sinta	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri	Regresi Linier Berganda	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama terpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan
7	(Saputra & Sudarsa 2019) Google Scholar	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment	Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan pada dimensi <i>tangible</i> dan <i>reliability</i> secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan pada dimensi <i>Tangible</i> dan <i>Reliability</i> secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan

				pelanggan
8	(Aswad et al. 2018) Sinta	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	Regresi Linier Berganda	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Sumber: Peneliti, 2021

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan ialah memberikan layanan sesuai harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas layanan telah menjadi penting, karena kualitas layanan penting terkait kepuasan pelanggan dalam meninjaunya kembali. Pernyataan ini relevan dengan Penelitian dilakukan oleh (Andari & Mulyantomo 2020) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

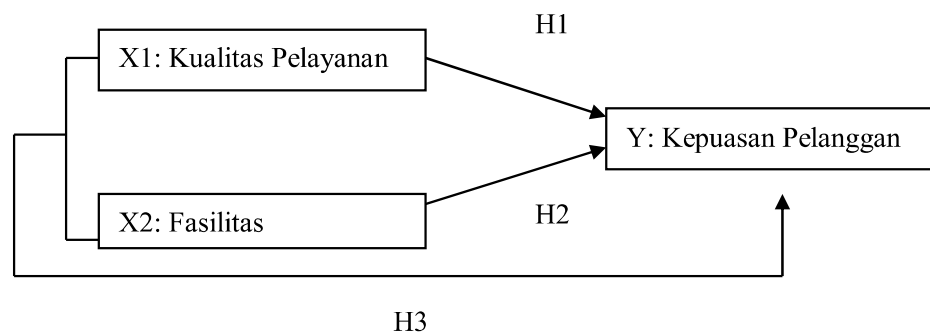
2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas ialah disediakan jenis peralatan yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Fasilitas yang bisa digunakan atau dimanfaatkan bagi para pelanggan ini, berjud agar membuat para pelanggan sangat nyaman. Pernyataan ini relevan dengan Penelitian dilakukan oleh (Gunartik & Nainggolan 2019) yaitu fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam Kualitas pelayanan merupakan harapan pelanggan terhadap layanan tersebut. Fasilitas dapat berupa peralatan yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan dan dimanfaatkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan dan fasilitas itu berkaitan dengan kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasakan nyaman dan memenuhi harapan yang diinginkan, maka akan terasa puas dalam layanan ini dan telah memberikan fasilitas yang lengkap. Pernyataan ini relevan dengan Penelitian dilakukan oleh (Maydiana 2019) yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terpengaruhi positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.

kerangka pemikiran dalam penelitian ini, antara lain yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Syaifullah & Mira 2018: 88).

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis merumuskan yaitu

H1 :Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelangga

H2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H3 :Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.