

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

Pemasaran ialah sebuah pengetahuan dalam strategi bisnis yang mempunyai tujuan untuk mencapai sebuah keputusan yang berlanjut bagi para konsumen ataupun karyawan. Di dalam strategi bisnis, pemasaran adalah sebuah tindakan dalam penyesuaian pada sebuah perusahaan pasar yang biasanya menghadapi suatu bisnis yang baik yang terus berubah-ubah (Pantilu, Rosalina A.M Koleangan, and Roring 2018:3724).

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Sebuah layanan yang berkualitas dapat memperlihatkan kelebihan pada suatu layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas pelayanan ini lebih menekankan pada sebuah kualitas yang mempunyai proses, di karenakan pada biasanya para konsumen akan langsung terlibat dalam proses seperti ini (Razak and Rasmansyah 2018:3). Kualitas pelayanan ialah merupakan sebuah kelebihan yang dapat di rasakan oleh pelanggan ketika mereka sudah melakukan proses pembelian dan sudah menerima hal tersebut (Hartini 2017:407).

Pelayanan itu mempunyai sebuah arti yaitu sesuatu perbuatan ataupun aktivitas yang di tawari oleh salah satu pihak kepada pihak yang lain pada dasarnya itu adalah yang tidak terwujud atau tidak mempunyai kepemilikan

apapun. Kualitas pelayanan ialah suatu tingkat pada kinerja yang di harapkan dan mempunyai pengendalian pada suatu tingkatan kerja yang di harapkan dan tingkatan tersebut sudah memenuhi keinginan konsumen tersebut (Maryati and Husda 2020:21).

Kualitas pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang dikerjakan pada organisasi agar dapat memenuhi apa yang konsumen harapkan. Pelayanan yang di maksud ialah merupakan seperti servis yang di lakukan oleh para staff yang bekerja di perusahaan itu, contohnya pelayanan tersebut berupa membantu para konsumen dalam proses *Check-in* maupun *Check-out*, dan membersihkan kamar setelah konsumen sudah melakukan *Check-out*.

Kualitas pelayanan sangat berperan penting dalam kegiatan perhotelan maupun yang lain, jika kualitas pelayanan tersebut dipandang buruk oleh konsumen, maka untuk selanjutnya konsumen akan lebih bijak lagi dalam memilih tempat penginapan yang menurut mereka baik dalam melayani para konsumen yang ingin bertempat disana.

2.1.1.2. Faktor Kualitas Pelayanan

Faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan (Gultom and Mardika 2019:2–3) yakni:

1. Mengidentifikasi determinasi kualitas jasa

Pada perusahaan jasa wajib memiliki kualitas jasa yang baik untuk para pelanggan yang berkunjung.

2. Mengelola harapan pelanggan

Tidak sedikitnya perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan yang ada pada perusahaannya agar para pengunjung itu tertarik terhadap kualitas tersebut.

3. Mengelola bukti kualitas jasa

Dalam mengelola sebuah bukti dalam kualitas jasa ini sangat penting, jika mempunyai bukti maka para konsumen pasti akan percaya.

4. Harapan pelanggan

Sebuah antisipasi yang ada pada pikiran pelanggan selama mereka ingin membeli produk/barang atau dilayanan bisnis.

2.1.1.3. Kriteria Kualitas Pelayanan

Beberapa kriteria terhadap kualitas pelayanan (Saputra 2018:77–78) yakni:

1. Keandalan

Sebuah konsistensi kinerja bahwa pada perusahaan menyiapkan pelayanan yang benar dilakukan dengan waktu yang tepat dan hal ini juga membuat perusahaan menepati janjinya.

2. Responsif

Ketersediaan pekerjaannya didalam hal melayani yang baik.

3. Kompetensi

Sebuah kemampuan yang baik dalam hal melayani.

4. Aksesibilitas

Kemudahan dalam menyesuaikan, misalnya mudah dalam menemukan lokasi, waktu, dan saluran komunikasi yang tidak sulit untuk dihubungi.

5. Kesopanan

Perilaku yang bersifat baik, ramah, dan rasa hormat kepada pengunjung.

6. Komunikasi

Sebuah jalan sampaian pemberitahuan dari salah satu orang kepada orang yang lain.

7. Kredibilitas

Suatu kepercayaan yang dapat diunggulkan atau pertanggungjawabkan oleh seseorang.

8. Keamanan

Jauh dari segala segi kejahatan, risiko dan gangguan. Maksud dari kriteria ini adalah aman dari segi keuangan, dan kerahasiaan.

9. Empati

Sebuah perasaan yang paham keperluan dan keinginan para konsumennya.

10. Fisik

Keadaan yang meliputi sarana yang di berikan oleh pihak perusahaan, penampilan pada karyawan, dan cara pelayanan melayani konsumennya.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Beberapa indikator kualitas pelayanan (Baetie 2018:8–9) yakni:

1. Reabilitas

Sebuah kelebihan untuk mencapai pelayanan yang jelas dengan yang dijanjikannya.

2. *Responsiveness*

Selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang tamu hadapi dan memberikan informasi yang jelas kepada tamu.

3. *Assurance*

Kemampuan dan kesopanan yang ada pada karyawan serta mempunyai kemampuan untuk mendapatkan sebuah kepercayaan.

4. *Empathy*

Menjaga dan memberikan perhatian kepada tamu yang memerlukan sesuatu yang diinginkan.

5. *Tangible*

Sarana yang dapat diberikan oleh perusahaan yang meliputi, peralatan, perlengkapan, dan harga.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Semua negara maupun tempat yang kita kunjungi pasti akan memberikan fasilitas yang baik untuk konsumennya. Fasilitas ialah sebuah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa tersebut di tawarkan kepada pelanggan. Fasilitas yang di maksud dapat termasuk pada suatu hal yang dapat mempermudah pelanggan untuk mencapai suatu kepuasan (Apriyadi 2017:73).

Fasilitas yakni segala sesuatu yang dapat mempermudah konsumen menggunakannya dalam usaha pada bidang jasa, oleh karena itu segala fasilitas yaitu seperti kondisi sarana tersebut, perlengkapan, serta kebersihan yang harus diperhatikan (Dalame and Rustam 2020:219). Fasilitas merupakan sebuah sarana yang dipersiapkan oleh hotel, dan adalah sebuah faktor penentuan apa pilihan tamu tersebut untuk menginap atau sewa di hotel tersebut (Anisshia and Prastiyo 2019:22).

Fasilitas ialah merupakan sebuah posisi tolak ukur dari semua layanan yang disediakan, bahkan hal tersebut sangat berpengaruh sekali terhadap kepuasan tamu, karena dengan adanya sarana yang sangat memungkinkan maka itu akan sangat memudahkan dan menyamankan para tamu yang berada dihotel tersebut menggunakannya (Srijani and Hidayat 2017:33–34).

Di dalam suatu penargetan dalam tujuan perusahaan, diperlukannya alat atau sebuah sarana yang dapat digunakan dalam setiap kegiatan sehari-hari di dalam perusahaan tersebut. Fasilitas yang diperlukannya itu sangat bermacam-

macam bentuk maupun jenisnya. Fasilitas adalah sebuah hal yang tidak bisa jauh dari kehidupan sehari-hari, karena hampir semua kegiatan atau aktivitas yang kita lakukan pasti menggunakan namanya fasilitas atau sarana.

Fasilitas adalah sesuatu hal yang dapat memudahkan kita dalam melakukannya bahkan menggunakannya dalam usaha yang pada bidang jasa ataupun lainnya. Biasanya fasilitas atau sarana ini harus dipersiapkan terdahulu sebelum di tawarkan untuk konsumen ataupun tamu. Jika hal tersebut dipersiapkan dengan baik maka ketika konsumen menggunakannya pasti akan merasa puas terhadap hal tersebut.

2.1.2.2 Faktor Fasilitas

Berikut beberapa faktor fasilitas (Apriyadi 2017:73–74) yakni:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sebuah sifat dalam suatu jasa sering kali ditentukan dalam syarat desain. Mempunyai desain fasilitas yang baik itu sangat mempunyai beberapa kegunaan antara lain pada perusahaan pasti akan mudah di kenali oleh masyarakat luar, dan pada desain interiornya bisa menjadi ciri khas pada tempat tersebut.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan pasti akan sangat di butuhkan letak untuk membangun sarana jasanya. Dalam proses penentuan letak juga harus menyelesaikan beberapa faktor antara lain yaitu kemampuan pada finansial, peraturan

pada pemerintah yang bersangkutan dengan kepemilikan tanah dan lain-lain.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas ini sangat diperlukan apabila adanya permintaan dan jika spesifikasi pertumbuhannya berjalan, sehingga dapat menghasilkan uang. Maka itu fasilitas juga harus semakin di perbaharui karena adanya zaman sudah semakin berkembang.

4. Faktor esteis

Jika sarana yang dipersiapkan ditata dengan rapi, maka hal tersebut akan menarik hati para pelanggan yang berkunjung serta meningkatkan sifat positif terhadap pelayanannya.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Pada fasilitas jasa masyarakat dan lingkungan adalah yang mempunyai peran penting bagi organisasi. Apabila perusahaan tidak memfokuskan ini, maka itu akan tergoyahkan.

6. Biaya kontruksi dan operasi

Pada biaya kontuksi itu biasanya mempunyai pengaruh seperti ada berapa bangunan yang di pakai sedangkan pada biaya operasi dipengerahi pada keperluan akan ruangan.

2.1.2.3 Indikator Fasilitas

Terdiri 6 indikator dalam fasilitas (Putra and Afandi 2018:546) yakni:

1. Perencanaan Spasial

Aspek yang termasuk dengan ukuran, bentuk dan warna yang digunakan untuk menarik hati para pengguna.

2. Perencanaan Ruangan

Faktor ini seperti perencanaan pada ruangan, yang mencakup peletakan pada furnitur serta peralatan yang ada pada ruangan.

3. Perlengkapan/perabotan

Sebuah hotel atau perusahaan mana saja harus memiliki perabotan, hal tersebut bisa menarik pelanggan yang berkunjung itu merasa nyaman dan ruangan tersebut juga tidak terlihat sangat kosong.

4. Tata Cahaya

Cahaya merupakan sebuah sarana yang perlu di perhatikan, jika memiliki cahaya yang cukup dan memadai dalam ruangan tersebut, maka pelanggan yang berkunjung pasti akan merasa nyaman jika terlihat terang.

5. Warna

Warna juga merupakan sebuah sarana yang harus di perhatikan, jika warna tersebut menarik untuk dipandang, maka pelanggan juga pasti akan merasa nyaman dengan hal tersebut.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Pesan yang ini sangat berpengaruh dalam faktor ini yaitu pada penampilan visual, pada penempatan, pemilihan bentuk fisik, pada warna serta pencahayaan.

2.1.3 Kepuasan Tamu

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Tamu

Kepuasan pelanggan ialah seseorang yang memiliki sebuah perasaan senang maupun kecewa terhadap apa yang di harapkannya dan apa yang di terimanya (Fitriyana and Dharmawan 2018:3). Kepuasan pada pelanggan terdiri dari beberapa aktivitas seperti kualitas pada produk dan pelayanan yang di berikan, harga yang cukup terjangkau, serta pengiriman yang tepat waktu (Janahi and Almubarak 2017:2).

Kepuasan pada pelanggan mempunyai sebuah pengaruh pada suatu strategi dalam pemasaran pada setiap perusahaannya. Dalam meningkatkan kepuasan pada pelanggan itu dapat mengarahkan pada peningkatan hasil dalam penjualan di perusahaan tersebut. Kepuasan ialah sebuah proses masukan pada produk ataupun layanan yang diberikan dari pihak perusahaan kepada konsumen yang menerimanya (Tram and Duy 2019:77).

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai seseorang yang membutuhkan atau memerlukan sesuatu dan hal tersebut dapat terpenuhi dan kepuasan pelanggan ialah bagian dari pemasaran dan sebuah peran yang penting didalam hal tersebut (Susanto and Subagja 2019:73).

Kepuasan konsumen ialah sebuah hal yang penting pada perusahaan jasa dari dalam hotel karena jika ada konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan di hotel tersebut maka tujuannya agar membuat hubungan antara konsumen dengan orang yang menyediakan jasa tersebut akan menjadi lebih baik dalam proses menjalankan bisnisnya. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan adalah kunci yang penting dalam hal membeli jasa yang diinginkan.

Kepuasan konsumen merupakan sebuah hal yang penting di perusahaan. Dalam hal tersebut memerlukan suatu hal ataupun kepuasan yang dapat terpenuhi untuk konsumen agar setelah mereka menerimanya itu akan mempunyai sebuah perasaan yang senang maupun kecewa pada suatu hal yang diterimanya.

2.1.3.2 Faktor Kepuasan Tamu

Dalam menentukan kepuasan tamu ada lima faktor yang harus diperhatikan (Atmaja 2018:51–52), yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan yang berkunjung akan merasa puas jika apa yang didapatinya jika kualitas tersebut bagus dan nyaman untuk digunakan.

2. Kualitas Pelayanan dan Jasa

Pelanggan akan merasa terpenuhi bila pelayanan yang diberikan dari pihak perusahaan kepada pelanggan itu baik atau sesuai dengan apa yang diharapkannya.

3. Emosi

Pelanggan akan merasa senang apabila apa yang digunakannya itu merupakan sebuah jasa atau produk yang banyak dikenal pada masyarakat.

4. Harga

Sebuah barang yang mempunyai kualitas yang baik dan mempunyai harga yang lebih murah maka akan mendapat nilai yang tinggi pada pelanggan.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu membayar tambahan biaya untuk mendapatkan apa yang ia butuhkan.

2.1.3.3 Metode Mengukur Kepuasan Tamu

Kepuasan Tamu dapat diukur melalui (Atmaja 2018:52) yakni:

1. Sistem Keluh dan Saran

Untuk membuat tamu merasa nyaman dan mudah dalam memberikan kritik maupun saran maka dari pihak hotel juga menyediakan kotak saran yang berada pada *receptionist*, serta memberikan sambungan telepon pengaduan terhadap yang apa yang terjadi tanpa biaya apapun.

2. *Ghost Shipping*

Memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai konsumen.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan mencoba mencari tahu sebenarnya apa yang terjadi mengapa mereka tidak menggunakan produk/jasa tersebut.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Hal tersebut dalam dilakukan menggunakan wawancara maupun secara langsung.

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Tamu

Terdiri tiga indikator kepuasan tamu (Imansyah and Irawan 2017:330) yaitu:

1. Kesesuaian Harapan

Pelayanan oleh karyawan yang di terima sesuai dengan apa yang di harapkan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Mempunyai minat untuk kunjung kembali di karenakan apa yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada pelanggan itu merasa puas.

3. Kediaan Merekomendasikan

Konsumen bersedia rekomendasi barang/jasa yang di gunakannya pada pihak keluarga maupun temannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Arianto and Muhammad 2018) ISSN 2615-6849	Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa	Regresi Linear Berganda	Fasilitas, Pelayanannya memengaruhi Kepuasan Pengunjung.
2	(Pantilu et al. 2018) ISSN 2303-1174	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado	Regresi Linear Berganda	Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas memengaruhi Kepuasan Pelanggan.
3	(Razak and Rasmansyah 2018) ISSN 2338-4794	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Kualitas Layanan memengaruhi Kepuasan Nasabah.
4	(Hartini 2017) ISSN 2476-9576	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya	Regresi Linear Berganda	Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Lokasi memengaruhi Keputusan Konsumen.
5	(Maryati and Husda 2020) ISSN 2337778X	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Holiday di Kota Batam	Regresi Linear Berganda	Fasilitas, Kualitas Pelayanan memengaruhi Kepuasan Pelanggan.
6	(Saputra 2018) ISSN 2477-1136	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien	Regresi Linear Berganda	Fasilitas, Kualitas Pelayanan memengaruhi Kepuasan Pasien.

Tabel 2.1 Lanjutan

7	(Apriyadi 2017) ISSN 0215-9511	Analisis Pengaruh Ketetapan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosar	Regresi Linear Berganda	Ketetapan Waktu, Fasilitas, Harga Tiket memengaruhi Kepuasan Penumpang.
8	(Endang and Cholida 2017) ISSN 2085 - 0859	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Di Terminal Rajekwesi Bojonegoro	Regresi Linear Berganda	Fasilitas, Kualitas Pelayanan, memengaruhi Kepuasan Penumpang.

Sumber : Peneliti, 2021

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasar pada penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Jasa, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Bukitapit Bumi Persada menyatakan Kualitas Layanan Jasa memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Fitriyana and Dharmawan 2018). Begitu juga dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelabuhan Batu Ampar di Batam menyatakan Kualitas Layanan memengaruhi Kepuasan Konsumen (Dalame and Rustam 2020).

Selanjutnya penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tata Letak Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Atria Malang menyatakan Kualitas Pelayanan memengaruhi Kepuasan Pelanggan di Hotel Atria Malang (Putra and Afandi 2018).

2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian berjudul Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center menyatakan fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan (Srijani and Hidayat 2017). Begitu juga penelitian berjudul Analisis Pelayanan Konsumen dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado menyatakan fasilitas memengaruhi kepuasan konsumen (Winarno, Mananeke, and Olgi 2018).

Selanjutnya penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 101 Hotel Bandung Dago menyatakan fasilitas fisik memengaruhi kepuasan pelanggan (Smaradhana and Lutfie 2017).

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu

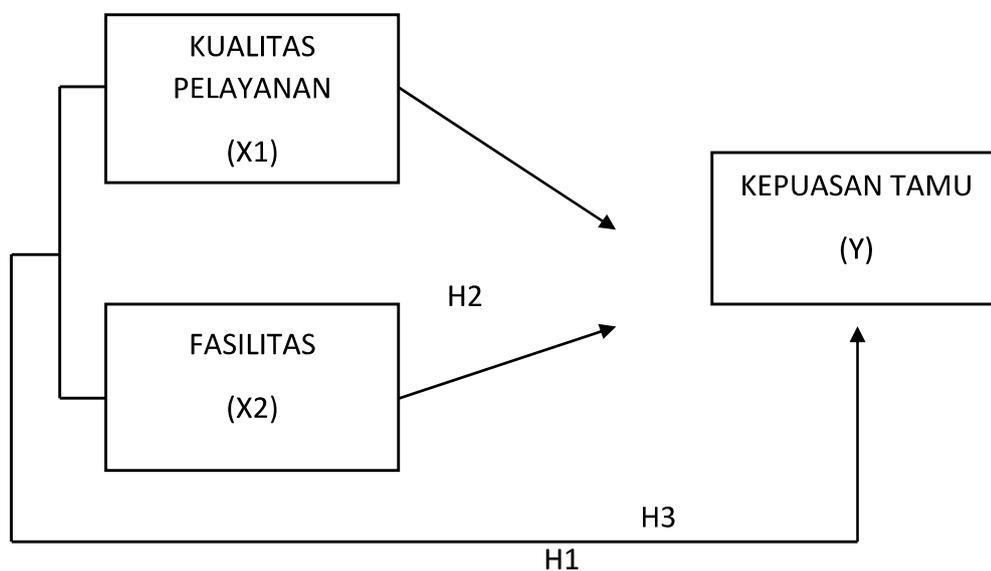
Penelitian berjudul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Holiday di Kota Batam menyatakan fasilitas dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan (Maryati and Husda 2020). Begitu juga penelitian yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkali Di Pekanbaru menyatakan fasilitas dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan (Syahsudarmi 2018).

Selanjutnya penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 101 Hotel Bandung Dago

menyatakan kualitas layanan dan fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan (Smaradhana and Lutfie 2017).

2.3.4 Gambar Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan kerangka yang dipakai sebagai dasar dalam penelitian ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori, maka ditetapkanlah hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Pelangi Tanjungbatu Kundur.

H2: Fasilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Pelangi Tanjungbatu Kundur.

H3: Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Pelangi Tanjungbatu Kundur.