

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah fasilitas fisik yang berupa sarana atau prasarana yang harus ada dalam sebelum jasa diberikan kepada pelanggan. (Isnana et al., 2019: 3)

Fasilitas mewakili segala sesuatu yang membuatnya mudah bagi pelanggandalam bisnis yang bergerak industri jasa, semua fasilitas yang harus diperhatikan oleh pelanggan terutama berkaitan dengan apa yang dirasakan langsung oleh pelanggan seperti, kebersihan fasilitas, desain eksterior, desain interior, kelengkapan fasilitas. (Harfika & Abdullah, 2017: 48)

Fasilitas ini merupakan fasilitas pendukung yang akan digunakan oleh perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada pelanggan, maka akan meningkatnya kepuasan pelanggan dalam usaha tersebut. (Sismiyati, 2017: 6)

Fasilitas adalah suatu penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan aktivitas atau kegiatan. (Pantilu et al., 2018: 3).

Fasilitas adalah suatu sarana atau alat yang disediakan oleh perusahaan untuk pelanggan yang menggunakannya dalam memenuhi kebutuhannya dan untuk menjalankan usaha yang diciptakan oleh perusahaan agar mencapai suatu tujuan (Sakti, 2018:3).

Berdasarkan pengertian fasilitas dari para ahli diatas dapat disimpulkan fasilitas merupakan sesuatu yang dapat dinikmati oleh pelanggan untuk dipakai dan dirasakan sebelum membeli jasa tersebut.

2.1.1.2 Faktor – Faktor Fasilitas

Menurut (Syahsudarmi, 2018: 51) terdapat beberapa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap fasilitas adalah sebagai berikut:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu layanan mempertimbangkan desain fasilitasnya. Desain fasilitas yang baik akan memberikan sebuah manfaat, seperti pelanggan akan bisa mengetahui desain interior dan mudah dikenali menjadi ciri atau petunjuk untuk mengenai sifat jasa didalamnya.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Dalam industri jasa biasa membutuhkan lokasi untuk mendirikan sebuah fasilitas jasanya tersebut. Dalam memilih lokasi ini ada beberapa faktor yang diperlukan seperti peraturan pemerintah, finansial, dan lain-lain

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas ini diperlukan jika permintaan sering naik dan jika sebuah jasa cepat berkembang sehingga dampak ke resiko keuangan relatif besar. Dalam kedua kondisi ini dapat menyebabkan fasilitas pada jasa harus disesuaikan dengan perkembangan zaman di masa depan.

4. Faktor Estetis

Estetis yang dimaksud adalah fasilitas yang tertata rapi, menarik akan dapat menarik pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu ada aspek karyawan dalam pekerjaan dan memotivasi kerjanya juga meningkat.

5. Masyarakat dan Lingkungan

Fasilitas jasa yang berada di lingkungan sekitar masyarakat menjadi peran penting dan berpengaruh terhadap perusahaan, jika perusahaan tidak memikirkan faktor ini, maka kelangsungan perusahaan kedepan bisa terancam

6. Biaya Konstruksi dan Operasi

Biaya konstruksi dan operasi ini dipengaruhi oleh desain fasilitas. Biaya konstruksi bisa didapat dari jenis dan jumlah bangunan yang digunakan sedangkan biaya operasi bisa didapat dari *energy* ruangan seperti perubahan suhu.

2.1.1.3 Faktor Yang Perlu Diperhatikan Dalam Merancang Fasilitas

Menurut (Krisdayanto et al., 2018: 6) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya adalah:

- a. Desain fasilitas
- b. Nilai fungsi
- c. Estetika
- d. Kondisi yang mendukung
- e. Peralatan penunjang

- f. Seragam karyawan
- g. Laporan-laporan
- h. Garansi

2.1.1.4 Indikator Fasilitas

Menurut (Isnana et al., 2019: 4) ada beberapa yang harus dipenuhi dalam menyediakan fasilitas, berikut ini disajikan indikator fasilitas yang digunakan adalah:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi peralatan atau perlengkapan itu harus menjaga kerapian dan kebersihan saat pelanggan membeli atau menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan diberikan, kondisi fasilitas yang diberikan perusahaan masih berfungsi dengan baik atau tidak mengalami kecacatan atau kerusakan.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan, fasilitas yang diberikan kepada pelanggan harusnya sudah dimengerti oleh pelanggan atau familiar dengan fasilitas tersebut agar mudah untuk digunakan pelanggan.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah bentuk pengukuran sebuah tingkat kelebihan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dari perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan jasa tersebut. (Firdaus, 2017: 4)

Kualitas pelayanan adalah penilaian sikap tentang kelebihan jasa yang diberikan pada pelanggan. (Buddy et al., 2019: 111)

Kualitas pelayanan ialah bentuk karakteristik atau keseluruhan ciri suatu jasa atau produk yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.(Fauzi et al., 2019: 380).

Kualitas pelayanan ialah mengukur seberapa besar tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan itu sendiri.(Aswad et al., 2018: 79).

Menurut (Isnana et al., 2019: 3), mendefinisikan kualitas pelayanan diukur melalui seberapa jauh perbandingan antara ekspektasi dan harapan pelanggan atas pelayanan yang pelanggan terima.

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan dari para ahli diatas diartikan kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam perusahaan untuk mencapai atau memenuhi harapan pelanggan demi mencapai kepuasan pelanggan itu sendiri.

2.1.2.2 Prinsip-prinsi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa enam prinsip utam yang berlaku bai bai perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa sebagai berikut :

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemn puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adana kepemimpinan dari

manajemen puncak, maka usaha untuk mencapai kualitas hanya berdampak kecil.

2. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.1.2.3 Faktor – Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (Yamit, 2013: 32) ada beberapa faktor penghambat tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Rendahnya hak yang diberikan perusahaan kepada karyawan
2. Masih menggunakan sistem birokrasi sehingga dalam menanggapi keluhan pelanggan sangat lambat
3. Bawahan kurang berani mengambil keputusan sebelum ada ijin dari atasan.
4. Karyawan masih bertindak kaku dan memberi jalan keluar dengan sangat baik
5. Karyawan sering susah dihubungi pada waktu jam kerja karyawan tidak ada di tempatnya.
6. Masih banyak mengurus kepentingan pribadi.
7. Masih menerima uang tip yang diberikan pelanggan.
8. Aturan main yang tidak terbuka dan tidak jelas.

9. Masih kurangnya keterampilan karyawannya dalam bidangnya atau belum profesional dalam bidangnya.
10. Banyak instansi atau bagian lain yang terlibat.
11. Disiplin kerja karyawan sangat kurang dan tidak tepat waktu.
12. Tidak adanya kekompakan antar bagian dalam memberikan layanan.
13. Kurangnya kontrol dari atasan sehingga karyawan menjadi sedikit pemalas
14. Masih terjadi diskriminasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan
15. Belum memiliki sistem informasi manajemen yang sempurna

2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Setyowati & Wiyadi, 2017: 104) terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang terletak pada dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Bukti fisik (*Tangible*)
 Bukti fisik dapat berupa peralatan dan fasilitas yang lengkap, fasilitas yang canggih atau modern.
2. Keandalan (*Reliability*)
 Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan seperti akurat, cepapt, dan tepat waktu sehinggann dapat memuaskan pelanggannya.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
 Perusahaan akan inisiatif dalam membantu pelanggannya dengan pelayanan yang tanggap, cepat, dan jelas kepada para pelanggannya.
4. Jaminan (*Assurance*)

Perusahaan akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan dalam hal sikap pengetahuan, berkompeten, sikap sopan, dan dapat dipercaya sehingga para pelanggan akan merasa senang atau nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

5. Empati (*Empathy*)

Perusahaan akan memberikan suatu bentuk perhatian kepada pelanggan, perhatian yang dimaksud berupa kebutuhan pelanggan atau memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dengan perusahaan.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan dari jasa tersebut apakah jasa tersebut telah mencapai atau melebihi harapan pelanggan. (Buddy et al., 2019: 112)

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan oleh seseorang mau itu senang atau kecewanya setelah merasakan jasa tersebut dibandingkan dengan harapannya (Syarifullah & Mira, 2018: 87)

Kepuasan pelanggan adalah kondisi atau perasaan pelanggan ketika membeli dan menggunakan jasa atau produknya sesuai dengan ekspektasi pelanggan. (Setyowati & Wiyadi, 2017)

Kepuasan pelanggan merupakan kepuasan yang baik jika produk atau jasa yang diberikan melebihi ekspektasi pelanggan, sedangkan kepuasan yang buruk akan timbul jika hasil yang didapat tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan. (Sismiyati, 2017: 3)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat yang dimiliki seseorang dalam membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (Angelia et al., 2018: 3)

Berdasarkan pengertian kepuasan pelanggan dari para beberapa ahli diatas dapat diartikan kepuasan pelanggan merupakan tanggapan atau respon pelanggan tentang pemenuhan kebutuhannya menjadi penilaian kelebihan atau kekurangan sebuah jasa yang diberikan dalam tingkat kesenangan pelanggan.

2.1.3.2 Manfaat Dari Kepuasan Pelanggan

Menurut (Setyowati & Wiyadi, 2017) ada beberapa manfaat dari kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Terjadinya hubungan baik atau dekat antara pelanggan dengan perusahaan.
2. Dapat terjadinya loyalitas atau kesetian pelanggan pada perusahaan.
3. Pelanggan akan menjadi pemasaran pasif seperti mulut ke mulut.

2.1.3.3 Cara Mengukur Dan Memantau Kepuasan Pelanggan

Menurut (Setyowati & Wiyadi, 2017) ada beberapa cara untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Metode keluhan dan saran, keluhan dan saran ini disampaikan secara langsung oleh pelanggan kepada perusahaan untuk mengetahui semana jauh kepuasan yang diberikan kepada pelanggan. adapun cara lain yang digunakan untuk mendapatkan keluhan dan saran pelanggan dengan memberikan kartu saran yang dapat diisi langsung oleh pelanggan.

2. Melakukan survei kepuasan pelanggan, dengan menggunakan metode ini perusahaan akan dapat mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan yang dirasakan.
3. *Lost customer analysis*, dengan menggunakan metode ini perusahaan menelepon pelanggannya yang telah membeli atau beralih ke perusahaan lain agar dapat mengetahui mengapa pelanggan tersebut pindah atau berhenti membeli pada perusahaan tersebut. Dengan metode ini perusahaan dapat mencari solusi agar pelanggan tetap membeli jasa atau produk pada perusahaannya.
4. *Ghost shopping*, metode ini dilakukan untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan jasa atau produk perusahaan dengan kompetitor. Dengan cara mempekerjakan seseorang untuk menjadi pelanggan pada perusahaan pesaing dan kemudian memberikan laporan mengenai kelebihan dan kekurangan jasa atau produk perusahaan pesaing tersebut.

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Syaifulloh & Mira, 2018: 87) pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Perasaan puas, yaitu ungkapan pelanggan dalam perasaan puas atau tidak puasnya dari pelanggan terhadap sebuah produk, jasa, atau pelayanan yang baik atau buruknya dari suatu perusahaan.
2. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan membeli produk atau menggunakan jasa tersebut lagi apabila harapan dalam membeli jasa atau produk sesuai dengan mereka inginkan

3. Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan akan menceritakan produk dan jasa yang pelanggan rasakan kepada orang lain yang mampu membuat pelanggan baru bagi perusahaan
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu harapan pelanggan akan terpenuhi ketika jasa atau produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu yang dikemukakan akan memberikan penguat terhadap kajian teoritis sebelumnya sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

N o	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Puspita & Santoso, 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta	Analisa regresi linear berganda	1. Variabel keandalan dan empati secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. 2. Variabel daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik serta fasilitas pendukung secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta.
2	(Pangila et al., 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi gojek	Analisis regresi berganda	1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh positif dan signifikan. 2. Variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh positif dan signifikan.

3	(Lusia et al., 2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa transportasi <i>online</i>	Analisis jalur dengan tingkat signifikansi 5%	1. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online. 2. Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan juga memiliki efek positif langsung pada loyalitas pelanggan jasa transportasi online.
4	(Syahsudarmini, 2018)	Pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi bengkalis di pekanbaru	Metode analisis deskriptif dan verifikasi dengan teknis partial least square (PLS)	1. variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru 2. variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru
5	(Isnana et al., 2019)	Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas Terhadap keputusan berkunjung di new marjoly beach and resort	Analisis jalur (<i>path analysis</i>)	1. variabel kepuasan pengunjung tidak berhasil menjadi variabel yang memediasi antara variabel kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung. 2. variabel kualitas pelayanan, lokasi fasilitas dan kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung secara parsial berpengaruh positif dan signifikan
6	(Meftahudin, 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas UNSIQ terhadap kepuasan pelanggan	Analisa regresi linear berganda	1. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan 2. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

7	(Hilaliyah et al., 2017)	Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk yang dimoderasi oleh suasana terhadap kepuasan pelanggan	<i>Partial Least Square</i>	1. Variabel layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan 3. Suasana tidak memoderasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan 4. Suasana tidak memoderasi pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
---	--------------------------	--	-----------------------------	--

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Hubungan variabel fasilitas (X1) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y)

Fasilitas yang diberikan yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk mendukung kenyamanan pelanggan dimana kepuasan pelanggan mengukur kesesuaian dengan harapan yang diinginkan atau melampaui harapan oleh pelanggan. (Pantilu et al., 2018)

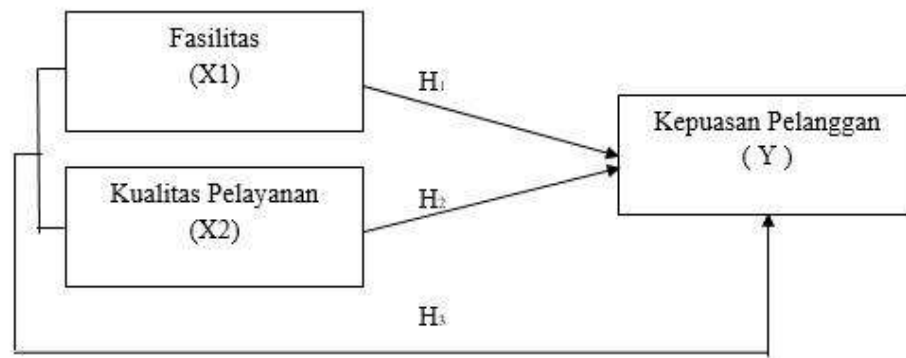
2.3.2 Hubungan variabel kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y)

Keterkaitan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. (Buddy et al., 2019: 113)

2.3.3 Hubungan variabel fasilitas (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y)

Untuk membangun dan mempertahankan konsumen yang komitmen dapat menguntungkan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan ini, perusahaan-perusahaan akan memfokuskan pada penarikan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen dengan cara memberikan fasilitas dan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. (Moha & Loindong, 2016)

Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori yang dikemukakan diatas, maka kerang pemikiran dalam penelitian ini adalah pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : Fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Avava Cemerlang
- H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Avava Cemerlang

H₃ : Fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Avava Cemerlang.