

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Dasar

2.1.1 Jasa

Menurut Kotler dalam (Rachmadita & Arninputranto, 2018) mengatakan bahwa jasa merupakan tindakan atau perbuatan yang ditawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak bersifat kepemilikan. Sebagai contoh, jasa juga merujuk pada konsep ekonomi yang menggambarkan hubungan penawaran dan permintaan. Berdasarkan pengertian dari teori tersebut, peneliti memaknai bahwasannya jasa merupakan bentuk kegiatan yang berupa pelayanan yang tidak berwujud. Proses produksi dan konsumsi dari jasa dapat dilakukan dalam waktu yang sama, serta tidak tersimpan seperti halnya produk yang memiliki bentuk fisik sehingga bisa dinikmati secara individual (Muryan, 2022).

Dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu bentuk pemberian kepada pihak lain tanpa melihat bentuk fisik secara kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Hal ini menyebabkan jasa tidak memiliki sifat kepemilikan melainkan bisa dikonsumsi secara bersamaan oleh pengunjung, hal tersebut menuntut produsen untuk menjaga kualitas pelayanan yang akan pengunjung terima.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Berdasarkan konsep jasa yang dikemukakan oleh (Wiyono, 2020) mempunyai karakteristik jasa sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud (*intangible*), pada umumnya jasa tidak memiliki wujud secara fisik atau tidak bisa diraba dan dilihat secara kasat mata. Tidak terwujudnya jasa yang ditawarkan sekolah yang tidak bisa dilihat secara kasat mata, namun pada saat siswa sebagai pengunjung menyelesaikan pendidikan dan mendapat pekerjaan sesuai dengan kualifikasi pendidikannya.

- b. Tak terpisahkan (*inseparability*), pemberian jasa pendidikan membutuhkan kehadiran seorang guru dan anak didik pada saat yang bersamaan. Guru dan anak didik akan berinteraksi dan melakukan kegiatan pada suatu tempat. Interaksi tentu tidak dipisahkan dari (*place*) sebagai sumber perolehan jasa tersebut.
- c. Keragaman (*Variability*), kualitas yang dimiliki sekolah dalam mendidik sangat bervariasi atau beraneka ragam tergantung siapa yang memberikan pelayanan jasa.
- d. Tidak tahan lama (*Perishability*), berdasarkan pengertian jasa yang tidak memiliki kepemilikan dan tidak dapat dilihat secara kasat mata, maka jasa tentu tidak dapat tersimpan untuk diperjual belikan seperti barang dalam hal pemakaian yang akan datang. Tidak tahan lamanya jasa tidak menjadi suatu masalah apabila permintaan selalu ada. Tapi ketika naik dan turunnya permintaan dan penawaran perusahaan merancang strategi agar menyesuaikan dengan permintaan dan penawaran.

Menurut (Puspitasari & Bendesa, 2016) sekolah merupakan sebuah organisasi yang bergerak pada bidang jasa yang dipasarkan kepada siswa sebagai pengunjung, maka sekolah merupakan suatu penyedia jasa atau *service* yang memiliki karakteristik yang sama dengan jasa pada umumnya.

2.1.3 Kualitas Layanan

Menurut (Muryan, 2022) kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan (*expectation*) dengan persepsi (*perception*). Dimana harapan dari pelanggan adalah asumsi dalam memutuskan menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan, sementara itu persepsi pelanggan adalah interpretasi dari informasi kolektif setelah membeli atau menggunakannya. Dalam layanan jasa perpustakaan, kualitas layanan perpustakaan yang baik adalah ketika harapan pengunjung perpustakaan dapat terpenuhi dengan baik bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh pengunjung, seolah-olah pengelola perpustakaan dapat merasakan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pengunjung perpustakaan

(Ramadita, 2015). Sementara itu, (Paseleng dkk, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan perpustakaan dapat dilihat berdasarkan aspek-aspek yang dimiliki oleh layanan perpustakaan, berupa kualitas dan ketersediaan koleksi buku, fasilitas ruangan yang memadai, profesionalisme staf dan waktu layanan perpustakaan yang efisien. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki berbagai jenis atau aspek yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan pengunjung.

2.1.4 Definisi Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal (Triwijayanti et al., 2022) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang dan kecewa yang dirasakan setelah perbandingan kinerja dengan hasil yang diharapkan. Sejalan dengan makna kepuasan pelanggan, dalam penelitian ini kepuasan pelanggan diartikan sebagai kepuasan pengunjung perpustakaan yang juga dapat diketahui dengan melihat perbedaan antara ekspektasi pelanggan dengan implementasi yang diberikan penyedia jasa dalam usaha menggenapi kepuasan pengunjung. Definisi kepuasan pengunjung selaku pengguna layanan perpustakaan merupakan tingkat perbedaan antara performa dengan harapan pemustaka (Rahmah, 2020).

Kepuasan pengunjung perpustakaan merupakan persepsi atau respon mereka setelah menggunakan layanan jasa perpustakaan apakah terdapat kesetaraan atau nilai lebih antara hasil kinerja pengelola perpustakaan dengan harapan pengunjung. Ketika pengunjung mendapatkan nilai lebih dari apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pengunjung perpustakaan sudah terpenuhi atau sebaliknya jika tidak terpenuhi maka pengunjung akan merasa kecewa (Risparyanto, 2012).

Pentingnya kepuasan pengunjung perpustakaan harus menjadi perhatian pihak pengelola perpustakaan (Tumbuan & Loindong, 2023). Hal ini karena para pelanggan atau pengunjung akan cenderung mengkonsumsi layanan jasa yang memiliki nilai lebih tinggi karena jasa yang digunakan mereka sudah memenuhi tingkat kebutuhan yang diperlukan sehingga mereka mau menggunakan layanan itu kembali.

2.1.5 Pengukuran Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler (2000:21), ada empat metode untuk mengukur kepuasan pengunjung, sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Sistem keluhan dan saran ini memberikan akses sepenuhnya kepada pengunjung untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan dimana tindakan ini disebut sebagai perusahaan yang berorientasi pada pengunjung

2. Survei kepuasan pengunjung

Survei perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas yang berikan sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan terhadap layanan yang diberikan.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan sebagian orang pada perusahaan lain untuk mejadikan pelanggan di perusahaan asing dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan sehingga dapat menjadikan sebagai koreksi terhadap perusahaan sendiri.

4. Analisa pengunjung yang hilang

Analisa pengunjung dilakukan dengan cara menghubungi kembali pengunjung yang telah lama tidak berkunjung dalam perusahaan karena telah berpindah ke perusahaan lain dengan demikian perusahaan dapat menanyakan penyebabnya.

Menurut (Wulandari et al., 2021) dalam penelitian "*Pengaruh Kualitas Layanan Perpustakaan Terhadap Loyalitas Pemustaka Dengan Variabel Intervening Kepuasan*" indikator yang digunakan dalam penelitian kepuasan pengunjung dapat di jabarkan sebagai berikut :

1. Tidak terdapatnya keluhan
2. Perasaan puas yang dirasakan pengunjung pada keseluruhan produk
3. Sesuai dengan harapan pelanggan

Pendapat lain dalam jurnal (Risparyanto, 2012) dalam penelitian tentang "*Pengaruh Kualitas Website Kandaga Terhadap Kepuasan Pengguna*

Perpustakaan Pusat Universitas Padjajaran” mengemukakan indikator yang dijadikan sebagai tolak ukur dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Merasa puas setelah website memberikan informasi kebutuhan
2. Merasa puas setelah website memberikan informasi sesuai harapan
3. Merekomendasikan website
4. Merasa puas dengan kualitas pelayanan website

2.1.6 Hubungan Antar Variabel

Pada penelitian ini, beberapa aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung diantaranya: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Berikut penjelasan keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependent:

1. Hubungan *tangible* dengan kepuasan pengunjung

Berdasarkan sifat jasa yang tidak terlihat dan tidak bisa diraba, maka pengaruh bentuk fisik menjadi penting selaku standar dari pelayanan. Pengunjung akan menggunakan inderanya untuk menilai kualitas pelayanan. Tjiptono dalam (Puspitasari & Bendesa, 2016) menyimpulkan bahwa *tangible* atau bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, dimana pihak perusahaan menampilkan sarana dan prasarana fisik perusahaan dalam pelayanan perusahaan.

Indikator yang diukur dari bukti fisik adalah sebagai berikut:

- a. Penampilan luar fasilitas perusahaan:
 - Kondisi gedung
 - Kondisi sarana penunjang kegiatan
- b. Penampilan dalam perusahaan:
 - Kondisi kebersihan
 - Suasana dalam gedung
 - Sirkulasi udara

- Pencahayaan ruangan
- Jumlah loket yang tersedia
- Poster spanduk atau brosur sebagai media pendukung

Hubungan bentuk fisik dengan kepuasan pengunjung adalah bentuk fisik yang berpengaruh positif terhadap pengunjung. Dimana semakin baik persepsi harapan pengunjung terhadap wujud fisik maka akan membuat semakin tinggi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh (Restuti, 2019) mengatakan bahwa variabel *tangible*, *reability*, *assurance*, *responsiveness* serta *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

2. Hubungan *reliability* dengan kepuasan pengunjung

Menurut (Puspitasari & Bendesa, 2016) *reliability* merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, bukan hanya sekedar janji yang membuat pengunjung tertipu, namun harus menepati janji supaya pengunjung tidak merasa kecewa bahkan tertipu. Indikator yang diukur dalam *reliability* adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
- b. Melakukan pelayanan yang tepat waktu dan minimalisir membuat kesalahan.
- c. Memastikan tingkat akurasi yang tinggi dalam pelayanan yang diberikan.

Hubungan kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung yaitu *reliability* yang memberikan pengaruh positif kepada pengunjung. dimana semakin baik persepsi harapan pengunjung terhadap kehandalan maka akan membuat semakin tinggi kepuasan pengunjung.

3. Hubungan *responsiveness* dengan kepuasan pengunjung

Menurut (Puspitasari & Bendesa, 2016) *responsiveness* merupakan kemampuan penyedia layanan jasa dalam merespon cepat perihal keluhan penggunanya. Menurut (Safitri et al., 2022) dalam penelitiannya mengatakan

bahwa *responsiveness* berkaitan dengan seberapa efektif sebuah pelayanan dalam hal tingkat penanganan permasalahan. Sebaliknya, pelayan yang tidak tanggap akan membuat pengunjung kecewa dan cenderung berpaling dari pelayanan yang diberikan. Indikator yang menjadi tolak ukur *responsiveness* menurut (Fikri, 2018) yaitu:

- a. karyawan cepat dan tanggap terhadap pelayanan yang dibutuhkan
- b. pelayanan yang tepat pada pengunjung
- c. keinginan untuk membantu pengunjung

Daya tanggap dan kepuasan pengunjung saling berkaitan karena daya tanggap memberikan pengaruh positif terhadap pengunjung. Dimana semakin baik persepsi harapan pengunjung terhadap daya tanggap maka akan membuat semakin tinggi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh (Puspitasari & Bendesa, 2016) mengatakan bahwa variabel *tangible, reability, assurance, responsiveness* serta *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

4. Hubungan *assurance* dengan kepuasan pengunjung

Wiyono (2020) mendefinisikan bahwa *assurance* merupakan pengetahuan terhadap produk dengan tepat, sikap karyawan dalam memberikan pelayanan, kemampuan pemberian informasi, kemampuan dalam memberikan rasa aman serta nyaman menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pengunjung terhadap perusahaan.

Menurut (Romawati & Anggreny, 2022) *assurance* memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung. Dalam penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa karyawan harus lebih berkompeten artinya memiliki keahlian di masing-masing bidang. Dalam hal ini perilaku pelayan harus dapat menciptakan rasa aman dan nyaman terhadap pengunjung sehingga pengunjung merasakan jaminan atas jasa yang diinginkan. Mengutip (Puspitasari & Bendesa, 2016) jaminan adalah pengetahuan dan perilaku *employee* yang dapat meyakinkan diri pengunjung ketika menggunakan jasa yang ditawarkan.

Indikator yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam *assurance* menurut (Rachmadita & Arninputranto, 2018) yaitu :

- a. Karyawan mengetahui pengunjung
- b. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas dalam memberikan Pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan pengunjung.
- c. Perilaku karyawan yang membuat pengunjung merasa aman terhadap transaksi yang di lakukan secara terjamin.
- d. Perilaku karyawan yang sopan

Hubungan *assurance* dengan kepuasan pengunjung adalah *assurance* yang mempunyai pengaruh positif terhadap pengunjung. Semakin baik persepsi harapan pengunjung terhadap daya tanggap maka dapat membuat semakin tinggi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh (Puspitasari & Bendesa, 2016) mengatakan bahwa variabel *tangible, reability, assurance, responsiveness* serta *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

5. Hubungan *empathy* dengan kepuasan pengunjung

Menurut (Lubis & Andayani, 2018) *emphaty* merupakan kemampuan dalam melakukan pendekatan lebih terhadap pengunjung oleh perusahaan, dengan kata lain memberikan perhatian lebih kepada pengunjung termasuk kepekaan terhadap kebutuhan pengunjung. Menurut (Restuti, 2019) kepuasan pengunjung dalam mewujudkan sikap empati setiap perusahaan harus mampu memiliki sikap yang berkompromi bukan sikap bertolak belakang dengan kata lain melakukan perlawanan dengan pengunjung.

Dari penelitian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa perlu adanya kepedulian serta perhatian khusus terhadap segala bentuk keluhan serta kebutuhan pengunjung dengan menjaga komunikasi yang baik terhadap pengunjung. Selain itu, harus adanya perhatian khusus yang diberikan agar secara tidak langsung pengunjung merasa di perhatikan. Atribut-atribut yang di gunakan dalam mengukur dimensi ini yaitu:

- a. Memberikan perhatian khusus kepada individu pengunjung

- b. Petugas yang mengerti keadaan serta keinginan pengunjung
- c. Petugas memberikan kesempatan bertanya kepada pengunjung
- d. Petugas mudah di hubungi

Hubungan *empathy* dengan kepuasan pengunjung adalah *empathy* yang mempunyai pengaruh positif terhadap pengunjung. Semakin baik persepsi harapan pengunjung terhadap daya tanggap maka dapat membuat semakin tinggi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh (Puspitasari & Bendesa, 2016) mengatakan bahwa variabel *tangible, reability, assurance, responsiveness* serta *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

2.1.7 Perpustakaan

Perpustakaan merupakan suatu bentuk sarana informasi yang meliputi kegiatan pengumpulan, pengolahan, pengawetan, pelestarian dan penyajian informasi (Fatimah, 2018). Pada masa sekarang perpustakaan mengalami perkembangan serta perubahan oleh karena adanya kemajuan teknologi. Sebagai contoh, dahulu akses ke perpustakaan hanya bisa dilakukan dengan langsung datang ke tempatnya, namun kini bisa diakses dengan bantuan perkembangan teknologi di perpustakaan sebagai salah satu pusat informasi.

Menurut (Fatimah, 2018) perpustakaan merupakan salah satu layanan dalam bidang informasi dan sebagai “jembatan penghubung” antara informasi yang telah dikumpulkan sedemikian rupa dalam berbagai media penggunaannya. Realita yang terjadi masih banyak murid yang menganggap bahwa perpustakaan hanya sebatas tempat penyimpanan tumpukan buku saja. Perpustakaan belum dimanfaatkan dengan baik dan dianggap sebagai simbolisasi pelengkap dari sarana dan prasarana sekolah.

2.1.8 Tujuan Perpustakaan

Perpustakaan sekolah merupakan salah satu bagian yang sangat penting, oleh sebab itu aspek aktivitas yang dilakukan dalam lingkungan perpustakaan serta pelayanan yang diberikan menjadi penentu keberhasilan perpustakaan. Seperti pada latar belakang telah disebutkan bahwa perpustakaan yang baik adalah

jika memiliki kualitas yang baik pula. Kualitas perpustakaan yang baik harus selaras dengan tujuan perpustakaan, diantaranya sebagai sumber informasi yang mengandung rangkaian pengumpulan, pengolahan, pelestarian, dan penyajian informasi. Menurut (Fatimah, 2018) secara umum perpustakaan sekolah memiliki 4 fungsi yaitu:

1. Fungsi edukatif, fungsi ini membahas keseluruhan mengenai perihal sarana dan prasarana serta fasilitas, serta fasilitas yang dimilikinya terutama koleksi yang dimiliki demi menunjang proses belajar.
2. Fungsi informatif, informatif dapat dilihat dari perpustakaan sekolah yang berupaya menyediakan koleksi yang bersifat memberi informasi seputar hal-hal yang berhubungan dengan kepentingan aktivitas akademik serta aktivitas non akademik.
3. Fungsi kreasi, fungsi kreasi ini bisa tercipta ketika terjadinya upaya serta usaha peningkatan intelektual dan inspirasi.
4. Fungsi riset, fungsi ini terjadi ketika perpustakaan membuat koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan menjadi bahan riset atau bahan penelitian sederhana.

2.1.9 Kriteria Perpustakaan yang Baik

Menurut (Kaligis, Mananeke, & Jan, 2017) perpustakaan sekolah adalah satu bagian yang sangat penting dalam sebuah program penyelenggaraan pendidikan dalam tingkat sekolah yang berperan sebagai penunjang penyelenggaraan program sekolah dalam hal ini perpustakaan sekolah. Perpustakaan sangat menolong dalam hal menyediakan sumber informasi yang dapat dijadikan acuan untuk menunjang informasi yang kurang diperoleh dari proses belajar di kelas. Oleh karena itu, perpustakaan terus berupaya ikut serta untuk terus berkembang dan memenuhi kebutuhan pengunjung. Menurut (Rachmadita & Arninputranto, 2018) perpustakaan sekolah memiliki beberapa fungsi untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pengunjung dalam mewujudkan tingkat kepuasan pengunjung, antara lain:

- a. Kesederhanaan, dimana pelayanan yang diberikan mudah dipahami serta diaplikasikan.
- b. Tanggung jawab dalam hal ini berkaitan erat hubungannya dengan petugas perpustakaan dalam penguasaan pengelolaan perpustakaan.
- c. Kecakapan petugas pelayanan, yaitu petugas harus memiliki dan menguasai keterampilan yang diperlukan untuk mengelola perpustakaan.
- d. Pendekatan, hal ini merupakan sebuah interaksi yang dilakukan oleh petugas dengan maksud petugas harus dapat dihubungi, tidak hanya dilakukan dengan pertemuan secara langsung namun dapat juga melalui internet atau kontak telepon.
- e. Keramahan, aspek ini meliputi sikap sabar dalam menghadapi pengunjung ketika memberikan informasi seperti perhatian dan mampu membangun persahabatan demi terciptanya pelayanan yang berkualitas.
- f. Keterbukaan, memberikan akses informasi terhadap pengunjung secara mudah dan jelas
- g. Komunikasi antara petugas, hal ini perlu diperhatikan dengan tujuan membangun komunikasi yang baik.
- h. Kredibilitas, meliputi adanya saling percaya dalam lingkungan perpustakaan.
- i. Kejelasan dan kepastian, maksud dari kejelasan dan kepastian ini berkaitan erat hubungannya mengenai tata cara serta biaya layanan.
- j. Keamanan, merupakan suatu usaha yang memberikan perasaan aman, bebas dari bahaya dan resiko ragu-ragu.
- k. Mengerti harapan pelanggan, hal ini dapat dilakukan untuk memenuhi harapan pengunjung dalam pemenuhan kebutuhannya.
- l. Kenyataan, sebuah pelayanan dalam bentuk fasilitas fisik.
- m. Efisien, dimana harapan dari efisien ini bermaksud persyaratan pelayanan yang hanya dibatasi oleh hal-hal yang berhubungan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan.

- n. Ekonomis, kriteria ini membicarakan mengenai biaya pelayanan yang diberikan dan ditetapkan secara wajar.

Berdasarkan uraian di atas, aspek-aspek fungsi perpustakaan yang baik perlu untuk diterapkan dalam lingkungan perpustakaan demi mencapai kepuasan pengunjung, sebab memiliki dampak perubahan dan pengaruh yang sangat besar pada kualitas layanan perpustakaan.

2.1.10 Standar Perpustakaan Sekolah Menurut Peraturan Kepala Perpustakaan Nasional

Menurut (BANDO, 2017) perpustakaan sekolah sesuai peraturan kepala perpustakaan nasional Republik Indonesia nomor 12 tahun 2017, mengenai hal standar perpustakaan nasional sekolah tingkat menengah atas memiliki kriteria yang mewujudkan citra dari perpustakaan sebagaimana fungsinya. Fungsi perpustakaan diharapkan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan ketetapan kriterianya. Berdasarkan pasal 1 sampai 4 menyatakan bahwa kriteria perpustakaan atau standar perpustakaan sekolah dapat dijabarkan sebagai berikut (Bando, 2017):

1. Koleksi perpustakaan

Koleksi perpustakaan menjadi hal yang menjadi perhatian dimana koleksi perpustakaan dapat meliputi karya cetak, terbitan berkala, audio visual dan sumber elektronik. Jumlah koleksi juga perlu diperhatikan dengan ketentuan 70% nonfiksi dan 30% fiksi.

2. Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana ini mencakup kelengkapan dalam lingkungan perpustakaan di mana diharapkan bahwa luas gedung paling sedikit 0,4 m² x siswa. Pengaturan ruang secara teknis berdasarkan keputusan yang telah ditetapkan. Selain luas gedung area perpustakaan terbagi menjadi empat area, yaitu area koleksi, area baca, area kerja, dan area multi media.

3. Pelayanan perpustakaan

Pelayanan yang diberikan perpustakaan tergolong menjadi tiga yakni pelayanan sirkulasi, pelayanan referensi, dan pelayanan literasi informasi.

2.1.11 Metode *Service Quality* (*Servqual*)

Kepuasan pengunjung merupakan tujuan utama dari metode *service Quality* atau di sering disebut dengan *servqual*. Metode ini sering sekali digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pengunjung karena atribut-atribut yang digunakan dalam pendekatan bersifat non-otentikasi. Menurut (Arista, 2019) menyatakan bahwa metode *service Quality* merupakan penilaian yang memberikan gambaran penilaian terhadap keunggulan sebuah pelayanan. Keunggulan dalam hal pelayanan ini menjadi kunci utama bagi sebuah perusahaan ketika ingin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan dapat berupa sikap dan perilaku karyawan, fasilitas yang dimiliki, serta jaminan selama menggunakan pelayanan yang membuat pengunjung merasa puas.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* merupakan sebuah metode yang bertujuan untuk menilai tingkat kepuasan pengunjung terhadap sebuah layanan yang telah diberikan. Kepuasan pengunjung menjadi faktor penilaian yang harus diperhatikan. Pelayanan yang diberikan kepada pengunjung diharapkan dapat memuaskan pengunjung, jika pengunjung merasa puas dengan layanan yang diberikan maka pengunjung akan tertarik untuk menggunakan layanan itu kembali. Penggunaan layanan kembali ini dapat menjadi keuntungan bagi sebuah perusahaan atau lembaga yang dapat meningkatkan kinerja pendapatan. Model layanan sendiri mengandung beberapa atribut yang dapat menjadi tolak ukur, terutama yang berdasar pada perasaan, memiliki kesulitan dalam hal penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan. Maka, adanya atribut pelayanan merupakan aspek yang dapat menjadi tolak ukur untuk melakukan penilaian keseluruhan atau sikap, mengenai keunggulan suatu pelayanan yang diberikan (Arista, 2021).

Service Quality memiliki lima dimensi utama (Deviana dkk, 2021) antara lain:

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan dalam hal ini berpusat terhadap kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang diberikan secara akurat dan cepat sesuai

dengan harapan pengunjung. Keandalan merupakan sebuah jaminan pelayanan yang dilakukan dengan segera dan akurat dengan upaya memuaskan pengunjung. Keandalan dalam hubungannya dengan pelayanan pengunjung dalam lingkungan perpustakaan dalam hal ini membicarakan bagaimana seorang staf atau seorang penjaga perpustakaan memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan yaitu layanan yang segera, akurat dan memuaskan.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap seorang staf atau petugas penjaga perpustakaan sangat penting. Daya tanggap dalam hal ini merupakan sebuah tindakan yang memberikan bantuan pelayanan kepada pengunjung secara cepat dan akurat demi mewujudkan kepuasan pengunjung. Dari uraian diatas dapat disimpulkan mengenai daya tanggap, bahwa daya tanggap merupakan kesiapan seorang petugas dalam memberikan bantuan terhadap pengunjung secara cepat dan tanggap.

3. Jaminan (*Assurance*)

Keramahan dan kesopanan dalam pemberian pelayanan merupakan hal yang diperhatikan. Kemampuan seorang karyawan, keramahan serta kesopanan dalam meyakinkan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan sehingga pengunjung merasa nyaman dan aman dan merasa percaya dengan layanan yang diberikan.

4. Empati (*Empathy*)

Komunikasi yang baik dalam melakukan interaksi terhadap pengunjung sehingga pengunjung dapat mengerti dengan mudah maksud dan tujuan yang disampaikan, perhatian dan memahami kebutuhan pengunjung merupakan hal yang perlu diperhatikan. Empati merupakan perhatian khusus terhadap pengunjung dengan memperhatikan kebutuhan dan adanya komunikasi yang terjalin disertai pengertian tentang keinginan dari para pengunjung.

5. Bukti fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan atau lembaga menunjukkan eksistensinya kepada pengunjung atau pelanggan. Bukti fisik juga merupakan

sebuah dimensi yang dirasakan langsung oleh pengunjung yang berorientasi atau berfokus pada fasilitas fisik, seperti gedung, perlengkapan, penampilan pegawai serta kelengkapan peralatan pendukung lainnya yang berbentuk fisik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Taman, Ratna Sari, Setiawan, & Pustikaningsih, 2013)	analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada fakultas ekonomi universitas negeri Yogyakarta.	Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kehandalan pengunjung terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan terhadap kepuasan mahasiswa dan di dapat dengan koefisien determinan R ² sebesar 0,814 artinya kelima variabel memiliki pengaruh sebesar 81,4% sedangkan selebihnya 18,6% dipengaruhi oleh variabel lain.
2.	(Puspitasari & Bendesa, 2016)	Analisis kualitas pelayanan publik di badan pelayanan perijinan terpadu kabupaten bandung	Hasil penelitian ini menunjukkan kelima faktor yang terdiri dari faktor bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan empati. faktor yang paling

			berpengaruh adalah faktor tanggung jawab dalam pengurusan perijinan usaha badan pelayanan karena memiliki nilai koefisien yang tinggi.
3.	(Restuti, 2015)	Analisis kualitas pelayanan perpustakaan pada perpustakaan soeman HS Provinsi Riau Pekanbaru	Hasil perhitungan menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian sebesar 78,74% harapan pemustaka telah dipenuhi. Berdasarkan hasil analisis metode <i>importance performance analisis</i> terhadap hipotesis penelitian terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi pemustaka terhadap kinerja pelayanan.
4.	(Feviasari, Tholhah, & Norman, 2022)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas perpustakaan terhadap kepuasan pengguna institut agama islam nasional laa roiba Bogor.	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini penggunaan perpustakaan menurut pengunjung yang berkunjung kualitas pelayanan dan fasilitas mendapatkan nilai yang baik, hal ini dibuktikan dari hasil analisis regresi bahwa koefisien korelasi kemampuan kualitas pelayanan dan fasilitas perpustakaan menunjukkan

			hasil positif.
5	(Kaligis et al., 2017)	<i>Analysis of the quality of library services at the library and archives Department of the city government kotamobagu</i>	Hasil penelitian menunjukkan perpustakaan kota Mobagu belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan pengunjung. Indikator layanan perpustakaan yang menjadi prioritas berdasarkan harapan pengunjung pada matriks IPA kuadran I sehingga solusi teknis pengembangan kualitas layanan yang direkomendasikan yaitu pengadaan peralatan APBD setiap tahun dan mengusulkan pengadaan bukserta pengadaan buku terbitan terbaru.
6.	(Muryan, 2022)	penerapan metode <i>servqual</i> pada skala likert untuk mendapatkan kualitas pelayanan kepuasan pelanggan	hasil penelitian, analisis kepuasan pelanggan dengan metode <i>servqual</i> yang dilakukan dengan meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk serta keluhan pelanggan dengan nilai analisa pada dimensi tangible diperoleh =-0,0877, <i>Reliability</i> =- 0,0965, <i>responsiveness</i> =- 0,079,

			<p><i>assurance</i> =- 0,087, dan <i>empathy</i> =-0,17544. Berdasarkan nilai di atas bahwa menghasilkan nilai yang ideal dalam kualitas pelayanan dengan memperoleh nilai gap dari hasil kualitas produk sangat memuaskan bagi para user, namun dari dimensi <i>Reliability</i> belum cukup memuaskan.</p>
7.	(Arista, 2021)	Pengukuran kepuasan pengunjung dan pemetaan lokasi wisata pantai di kota Batam	<p>Hasil penelitian terhadap 130 responden untuk <i>servqual score</i> yaitu nilai rata-rata gab untuk setiap dimensi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan nilai <i>servqual</i> tiap dimensi pada <i>vio-vio beach</i> adalah <i>tangible</i> (-1,014), <i>Reliability</i> (-0,910), <i>responsiveness</i> (-0,969) <i>assurance</i> (-0,967), dan <i>empathy</i> yaitu (-1,077). , sedangkan untuk Pantai Melayu adalah <i>Tangible</i> (-1,005), <i>Reliability</i> (0,969), <i>Responsiveness</i> (-0,938), <i>Assurance</i> (-0,883), dan <i>Empathy</i> (-0,992), dan berdasarkan hasil perhitungan</p>

			<p>skor <i>servqual</i> dari perhitungan gab untuk kelima dimensi > -1 yang artinya puas, untuk analisis IPA di pantai vio-vio yang perlu ditingkatkan adalah pada kuadran I yaitu dimensi kehandalan, tanggap dan empati sedangkan di pantai melayu adalah berwujud, tanggap dan empati.</p>
8.	(Wijaya, 2022)	<p>pengaruh kualitas pelayanan pemenduan kapal terhadap kepuasan pengguna jasa pada PT.Krakatau Bandar Samudera dengan metode <i>Servqual</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas <i>Realibility</i>, <i>Assurance</i>, <i>Empathy</i>, <i>Tangible</i>, dan <i>Responsiveness</i> secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif.</p> <p>Di mana persamaan regresi $Y=2,621 + 0,105 X1 + 0,182 X2 + 0,145 X3 + 0,110 X4 + 0,373 X5$. Dari uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara relevan sebesar 0,000 atau 0%. Namun berdasarkan hasil uji parsial, semua variabel memiliki pengaruh yang</p>

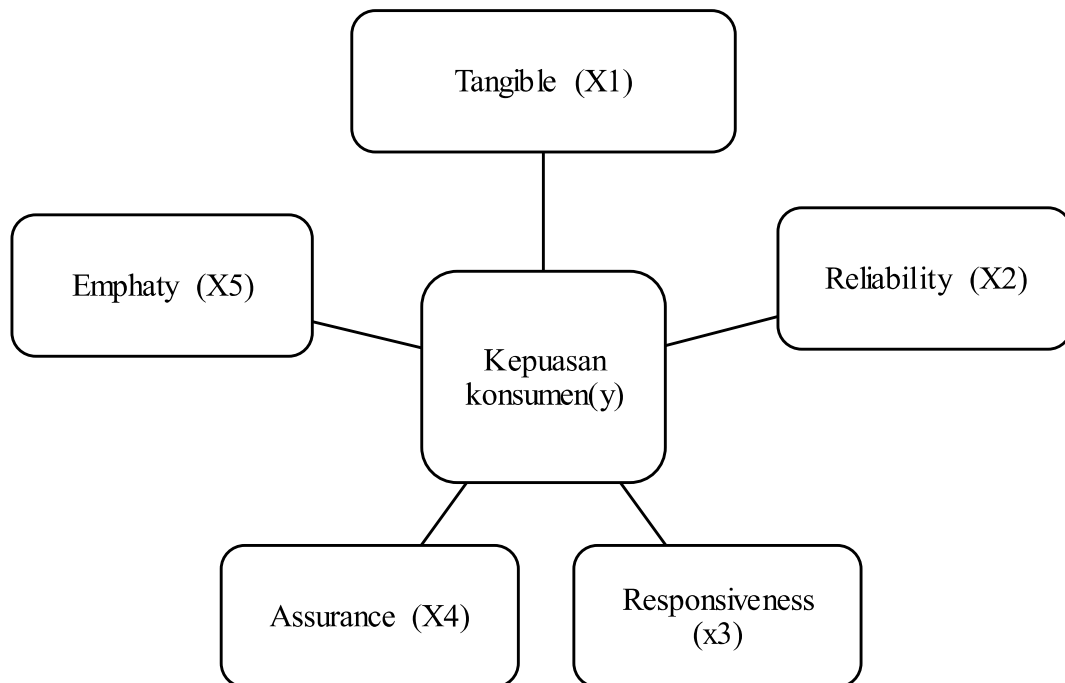
			signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan untuk <i>Realibility</i> sebesar 0%,40 dan <i>Responsiveness</i> sebesar 0,017 atau 0,17%.
9	(Safitri et al., 2022)	Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap kepuasan shopee Indonesia (studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)	Berdasarkan hasil riset menunjukkan variabel <i>efficiency, fulfillment, privacy, compensation, contact</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Secara bersamaan semua indikator dalam variabel <i>e-service quality</i> berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung nilai jumlah F 72,982. Dari koefisien determinasi menunjukkan kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh 7 membentuk kualitas <i>e-service</i> yaitu <i>efficiency, fulfillment, privacy, compensation, contact</i> .
10	(Salsabila & Sari, 2022)	Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap kepuasan pelanggan pada layanan shopeefood	Menurut analisis deskriptif, variable <i>e-service quality</i> dan kepuasan pelanggan berada pada kategori yang baik memberikan pengaruh

			sebesar 69,7% dan sisanya 30,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Dimensi varian <i>e-service quality</i> juga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan dalam layanan ShopeeFood.
11	(Sukmanawati & Purwati, 2022)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	Penelitian dengan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan penelitian kepustakaan. Analisis data menggunakan sederhana uji regresi linier dan regresi berganda dengan SPSS 26. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji f, koefisien korelasi, dan the koefisien determinasi.
12	(Anantadjaya, 2023)	Analysis of indihome customer satisfaction improvement Through service quality and brand image	hasil penelitian Pada variabel Brand Image (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) melalui T-

			<p>hitung 4,302 \geq T-tabel 1,97 dan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$; Pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), serta pada variabel Brand image (X1), kualitas pelayanan (X2) secara simultan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.</p>
13	(Lubis & Andayani, 2018)	Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) Terhadap kepuasan pelanggan pt. Sucofindo Batam	<p>Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda menggunakan program SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara sebagian dan serentak mempengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam</p>

14	(Isnaini Fathoni & Siyamto, 2022)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan di dinas perpustakaan dan kearsipan	Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak dinas perpustakaan dan kearsipan kabupaten Gunungkidul DI Yogyakarta memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dimana besaran pengaruh yang diberikan adalah sebesar 57,3%, artinya 42,7% dipengaruhi oleh faktor yang lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.
15	(Abdul Gofur, 2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan pelanggan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil lainnya, bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir