

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan hendak menentukan apakah penyampaian layanan yang dirasakan dapat memenuhi, melampaui atau tidak berhasil memenuhi harapan konsumen (Pasharibu, Paramita, & Febrianto, 2018)

Kualitas pelayanan adalah cara penyampaian jasa yang akan melebihi harapan dari pelanggan. Kualitas pelayanan ialah seberapa jauh perbedaan antara faktaserta cita konsumen terhadap layanan yang mereka dapat (Atmanegara 2019 : 78-89).

Kualitas layanan ialah keadaan yang dinamis yang berhubungan dengan layanan, produk, orang, proses serta lingkungan yang dapat mencukupi ataupun melampaui harapan konsumen (Laura 2016: 158).

Berdasarkan defenisi tentang kualitas pelayanan yang tetera diatas mampu dikonklusikan kualitas pelayanan ialah sebuah proses evaluasi persepsi seseorang tentang bagaimana membandingkan kesempurnaan kinerja pelayanan dengan harapan dan sifat dinamis.

2.1.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Guna mewujudkan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan dan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu

memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan. Enam prinsip pokok tersebut meliputi:

1. Kepemimpinan

Strategis kualitas pelayanan perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Suatu personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas, meliputi strategis bisnis, alat dan teknik implementasi strategis kualitas dan peranan esekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

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

4. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi.

5. Komunikasi

Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan *stake holder* perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham dan masyarakat umum lainnya.

6. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas pelayanan.

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat enam prinsip yang harus dimiliki oleh perusahaan penyelenggaraan jasa dalam usaha untuk menciptakan suatu lingkungan yang kondusif.

2.1.1.3 Unsur Penting Kualitas Pelayanan

Ada beberapa unsur penting yang dapat dilakukan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik (Rokhman 2016) yaitu:

1. Layanan yang cepat, kualitas layanan akan dapat terwujud jika mampu memberikan layanan yang cepat dan responsive terhadap konsumen.
2. Ketepatan, disamping ketepatan waktu pelayanan maka ketepatan mesti dapat dilakukan karena hal ini berkaitan dengan terwujudnya harapan konsumen.
3. Keramahan, keramahan ini terkait dengan sikap karyawan dalam menangani konsumen. Karyawan yang sopan, ramah, dan rapi akan memberikan kepuasan pada konsumen.
4. Kenyamanan, hal ini berkaitan dengan keamanan, dari tempat dan fasilitas yang diberikan pada konsumen.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator (Masrifani, Budiati, and Maulida 2017 : 103) yaitu :

1. Bukti Langsung (*tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan melaksanakan pelayanan yang disajikan secara meyakinkan dan akurat.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati (*empathy*) yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal (Iskandarsyah and Utami 2017 : 132) . Menurut (Hartini 2017 : 408) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Menurut (Saputra, 2018) Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik . fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Kusuma, Surojia, and Supaya 2018 : 38).

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Moha and Loindong 2016 : 577) . Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas

Berdasarkan pemahaman diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan-perlekapan fisik yang dimiliki perusahaan untuk menunjang kebutuhan konsumen serta dapat meningkatkan daya tarik dari penyedia jasa tersebut.

2.1.2.2 Unsur-unsur Fasilitas

Menurut (Saputra 2018 : 76) unsur – unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas sebagai berikut:

Pertimbangan yaitu aspek- aspek seerti perbandingan, tekstur warna serta lainnya dipertimbangkan, dipadukan serta diperluas guna meman- cing emosional si pelaku ataupun yang melihat.

Perencanaan ruang yakni meliputirancangan interior serta arsitektur, misalnyapenentuan perlengkapan di ruangan da desain aliran sirkulasi.

Perlengkapan yakni berguna selakurekomendasi perlindungan barang berhar- ga selaku pajangan serta selaku tanda penyambutan untuk pelanggan.

Tata cahaya yakni yang dibutuhkan di ruangan dan keadaan yang dikehendaki.

Warna yakni yang dipakai guna menaikkan efisiensi, memunculkan kesan rileks, dan menurunkan taraf kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas perludikaitkan bersama efek emosional dari warna yang

tetapkan. Perishability yakni jasa ialah komoditas tak tahan lama serta tak mampu disimpan.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas

Menurut (Suyitno, 2018:136) faktor-faktor yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain ,yaitu:

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
4. Kelengkapan alat yang digunakan

2.1.2.4 Indikator-Indikator fasilitas

Adapun Indikator – indikator guna mengukur fasilitas menurut (Munawir, 2018) ialah sebagai berikut:

1. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.

2. Perencanaan spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain- lain di pertimbangkan, dikombinasikan dan di kembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

3. Perlengkapan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi

penggunaan barang para pelanggan. Yang di maksud dengan perlengkapan dalam pelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain. 4.

4. Tata Cahaya dan warna

Tata cahaya yang di maksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang di lakukan dalam ruangan serta suasana yang di inginkan. Warna dapat di manfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang di gunakan untuk interior fasilitas jas perlu di kaitkan dengan efek emosional dari warna yang di pilih.

5. Pesan yang di sampaikan secara grafis.

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemelihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemelihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk mksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, atau papan informasi (yang di tempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6. Unsur pendukung.

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: toilet, tempat parkir, tempat makan dan minum, mendengarkan musik, internet area yang luas yang selalu di perhatikan tingkat keamananya. Pelayanan dapat di gambarkan sebagai tindakan atau perilaku seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tidak dapat di pungkiri bahwa hampir semua produk yang di

perlu dan dihasilkan itu semua memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang di tujukan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung.

2.1.3 Kepuasan konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dalam kaitannya dengan harapan mereka masing-masing Menurut (Harfika and Abdullah 2017 : 46).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan Menurut (Marliana 2017 : 50).

Kepuasan konsumen yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-haapannya Menurut (Febriana 2016 : 152).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan puas yang didapatkan oleh konsumen setelah menggunakan barang atau jasa, dikarenakan terwujudnya keselarasan antara apa yang di butuhkan dan diinginkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut meskipun harus melakukan usaha dan pengorbanan.

2.1.3.2 Manfaat Kepuasan konsumen

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat menurut (Adib, 2018)Yaitu:

- 1) Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.

- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan.
- 5) Laba yang diperoleh meningkat.

2.1.3.3 Penilaian Kepuasan Konsumen

Penilaian kepuasan konsumen mempunyai tiga bentuk (Ahror 2017 :

5), yaitu:

- a) *Positivedisconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan.
- b) *Simpleconfirmation*, dimana kinerja sama dengan harapan.
- c) *Negativedisconfirmation*, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut (Nadianingrum 2020 :534) adalah :

- 1) Kinerja yaitu bila kemampuan memenuhi keinginan, konsumen akan puas.
- 2) Harga ialah ketika perusahaan meninggikan kepuasan konsumen dengan mengurangi harga atau meningkatkan layanan, laba bias jadi turun.
- 3) Ekspektasi adalah harapan yang bermula dari pengetahuan pembelian sebelumnya, saran dari kerabat dan kolega, dan keterangan dan komitmen dari pemasar.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Netty Laura (2016) yang berjudul *The Effect Of Trust And Service Quality Toward Patient Satisfaction With Customer Value As Intervening Variable*, ditemukan metode dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling

dan analisis data menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0 dan capaian penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang berdampak ke kepuasan pelanggan secara positif namun tak secara signifikan berdampak ke kepuasan pelanggan, kepercayaan yang berdampak ke kepuasan pelanggan secara negatif namun secara signifikan berdampak ke nilai pelanggan, kualitas layanan yang berdampak ke kepuasan pelanggan secara positif serta signifikan, kualitas layanan yang berdampak nilai pelanggan secara positif serta signifikan, nilai pelanggan yang berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan, intervensi nilai pelanggan di kepercayaan pada kepuasan pelanggan yang berdampak negatif serta signifikan, serta intervensi nilai pelanggan di kualitas layanan pada kepuasan pelanggan yang berpengaruh positif namun tak signifikan (Laura, 2016).

Riset Wahibur Rokhman (2016) bertitel Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus, dalam riset ini menggunakan teknik purposive sampling dan olah data dilaksanakan memakai *software* SPSS 18.00. Capaian riset ini memperlihatkan angsuran serta kualitas pelayanan dampak positif signifikan pada kepuasan nasabah pembiayaan. Sedangkan biaya pinjaman tak berdampak pada kepuasan nasabah pembiayaan (Rokhman, 2016: 326).

Penelitian Harun Al Rasyid (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek, dalam penelitian ini memakai teknik purposive sampling dan olah data dilaksanakan memakai *software* Structural Equation Model (SEM)

menggunakan AMOS versi 19.00. Capaian riset ini memperlihatkan kualitas layanan serta pemanfaatan teknologi informasi dijumpaiberdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan. Diciptakan pula kepuasan pelanggan berdampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Kemudian dari capaian riset akhir pula ada dampak yang signifikan di hubungan kausal kualitas layanan serta pemanfaatan teknologi informasi pada loyalitas lewat kepuasan pelanggan. Selain kualitas layanan diperolehnya pula dampak positif terhadap pemanfaatan teknologi informasi pada kepuasan serta loyalitas pelanggan (Rasyid, 2017).

Penelitian Zulfikri Charis Darmawan (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah, dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* data diolah menggunakan metode regresi sederhana. Capaian riset ini memperlihatkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan pada Kepuasan Nasabah (Darmawan & Ridlwan, 2018).

Penelitian Mutmainnah (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah, dalam penelitian ini menganalisis data menggunakan pemodelan persamaan structural, dan olahdata dilaksanakan memakai bantuan perangkat lunak SEM. Capaian riset ini menunjukkan kualitas layanan serta citra perusahaan berdampak positif serta signifikan baik pada kepuasan ataupun loyalitas nasabah tabungan. Sedangkan kepuasan ternyata tak berdampak pada loyalitas nasabah (Mutmainnah, 2017).

Penelitian Teresia Purnomo Salim (2018) yang berjudul *Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer's Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City*, ditemukan metode di riset ini guna mengolah data memakai teknik purposive sampling dan teknik analisis data memakai Parsial Least Square (PLS). Capaian riset ini memperlihatkan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan serta mempengaruhi dari mulut ke mulut pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan tidak terbukti memediasi pengaruh kualitas layanan dari mulut ke mulut karena kepuasan pelanggan tak mempunyaidampak signifikan pada dari mulut ke mulut (Salim, 2018: 522).

Penelitian Irma Nur Hudda (2017) yang berjudul *The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta*, ditemukan metode dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dan teknik analisis menggunakan analisis jalur. Capaian riset ini menunjukkan fasilitas, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan berdampak signifikan pada loyalitas pelanggan secara simultan atau parsial. Selain itu, variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Nurchahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017).

Penelitian Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad (2018) yang berjudul *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa*, ditemukan metode di riset memakai teknik analisis data deskriptif dan uji regresi linier berganda dan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Capaian riset ini memperlihatkan fasilitas memilikidampakpada kepuasan pengunjung serta pelayanan tak memiliki dampak pada kepuasan pengunjung,

sementara capaian secara simultan fasilitas serta pelayanan memiliki dampak yang positif serta signifikan pada kepuasan pengunjung (Arianto & Muhammad, 2018).

Penelitian Yenny Maya Dora (2017) yang berjudul *Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung*, ditemukan di riset ini menggunakan metode survei dan data dianalisis menggunakan perangkat lunak SEM memakai AMOS. Capaian riset ini memperlihatkan terdapat dampak yang signifikan serta positif kualitas layanan pada kepuasan, kemudian terdapat dampak yang signifikan serta positif fasilitas pendidikan pada kepuasan, dan ada pengaruh yang signifikan dan positif metode pembelajaran pada kepuasan, serta terdapat dampak yang signifikan serta positif terhadap kepuasan pada loyalitas (Dora, 2017).

Riset Syaiful Aswad (2018) bertitel *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center*, ditemukan metode dalam riset ini yaitu teknik non probability sampling dan analisis teknis menggunakan analisis regresi linier berganda. Capaian riset ini memperlihatkan harga berdampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen serta kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan konsumen lalu harga serta kualitas pelayanan berdampak secara simultan pada kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center (Aswad, 2018: 84).

Penelitian Nuridin, SE. MM (2018) yang berjudul *Effect of Service Quality and Quality of Products to Customer loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable in PT. Nano Coating Indonesia*, ditemukan metode di riset ini memakai teknik sampel jenuh (sensus) dan di riset ini data diolah memakai software SPSS ver.22.0. Capaian riset ini memperlihatkan kualitas layanan berpengaruh langsung positif serta tak signifikan pada loyalitas pelanggan PT. Nano Coating Indonesia dan kualitas produk mempunyai dampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan PT. Nano Coating Indonesia. Kualitas layanan serta kualitas produk secara tidak langsung mempunyai dampak positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan lewat kepuasan pelanggan PT. Nano Coating Indonesia (Nuridin, 2018).

Riset Tamara Adriana Kusuma (2018) *Analysis The Influence Of Document Service Quality, Facility, And The Use Of Acceptance Online Module Technology Toward Service User Satisfaction (Case Study At Kppbc Tmp-A Semarang)*, ditemukan metode di studi ini teknik analisis regresi linier berganda. Capaian studi ini memperlihatkan kualitas layanan dokumen, fasilitas, serta penggunaan teknologi penerimaan modul online secara parsial berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang. Berdasarkan adjusted R², pengaruh 75,1% dalam kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dokumen, fasilitas, dan penggunaan teknologi penerimaan modul online, sedang selebihnya 24,9% dijabarkan variabel lainnya di luar model (Kusuma, 2018: 33).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Netty Laura (2016) DOAJ	<i>The Effect Of Trust And Service Quality Toward Patient Satisfaction With Customer Value As Intervening Variable</i>	Regresi linear berganda	Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Wahibur Rokhman (2016) ISSN :2502-3993	Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus	Regresi linear berganda	Variabel kualitas pelayanan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan
3.	Harun Al Rasyid (2017) Sinta	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek	Regresi linear berganda	Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan Gojek
4.	Zulfikri Charis Darmawan (2018) Sinta	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	Regresi linear berganda	Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
5.	Mutmainnah (2017) ISSN 2442 – 9732	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	Regresi linear berganda	kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah tabungan
6.	Teresia Purnomo Salim (2018) Doaj	<i>Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer's Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City</i>	Regresi linear berganda	kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan mempengaruhi

				dari mulut ke mulut pelanggan
7.	Irma Nur Hudda (2017) ISSN: 2476-9053	<i>The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta</i>	Regresi linear berganda	variabel fasilitas dan kualitas layanan berdampak signifikan pada variabel kepuasan pelanggan
8.	Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad (2018) Google scholar	Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa	Regresi linear berganda	secara simultan fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
9.	Yenny Maya Dora (2017) Internasional	<i>Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung</i>	Regresi linear berganda	pengaruh yang signifikan dan positif kualitas layanan terhadap kepuasan, kemudian ada pengaruh yang signifikan dan positif fasilitas pendidikan terhadap kepuasan
10.	Syaiful Aswad (2018) Goole Schoolar	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	Regresi linear berganda	kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kemudian harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center
11.	Nuridin, SE. MM (2018) Internasional	<i>Effect of Service Quality and Quality of Products to Customer loyalty with</i>	Regresi linear berganda	Kualitas layanan dan kualitas produk secara tidak

		<i>Customer Satisfaction as Intervening Variable in PT. Nano Coating Indonesia</i>		langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan lewat kepuasan pelanggan PT. Nano Coating Indonesia
12.	Tamara Adriana Kusuma (2018) ISSN: 2467-8790	<i>Analysis The Influence Of Document Service Quality, Facility, And The Use Of Acceptance Online Module Technology Toward Service User Satisfaction (Case Study At Kppbc Tmp-A Semarang)</i>	Regresi linear berganda	kualitas layanan dokumen, fasilitas, dan penggunaan teknologi penerimaan modul online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran studi mendeskripsikan korelasi dari *independent variable*, perihal ini yakni Kualitas Pelayanan sebagai (X1), Fasilitas sebagai (X2) pada *dependent variable* Kepuasan Konsumen sebagai (Y).

2.3.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Baik buruknya kualitas pelayanan yang ditentukan oleh sebagaimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi yang dirasakan oleh konsumen. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen. Dari uraian ini di peroleh hipotesis sebagai berikut:

H1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.3.2 Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas disediakan untuk di pergunakan dan dinikmati oleh para konsumen selama menggunakan jasa pelayanan sehingga membuat para konsumen puas dan nyaman diberlakukan oleh perusahaan. Semakin baik fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dan sebaliknya semakin buruk fasilitas yang di berikan oleh perusahaan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen. Dari uraian ini di peroleh hipotesisi sebagai berikut:

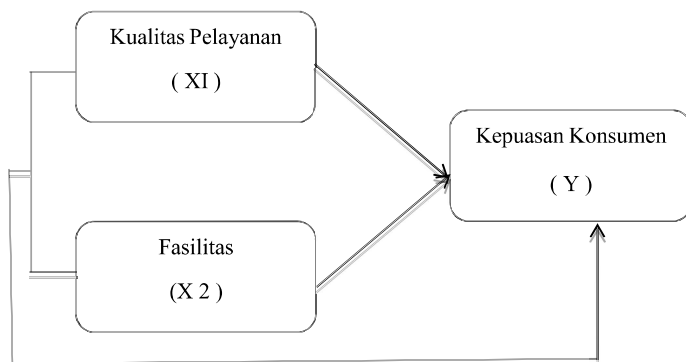
H2 = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

2.3.3 Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan dan fasilitas akan selalu berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Dari uraian ini di peroleh hipotesisi sebagai berikut:

H3 = Kualitas pelayanan dan fasilitas bersamaan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.

Adapun kerangka konseptual ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.4 Hipotesis

Dari rumusan masalah dapat dilihat, tinjauan pustaka serta landasan teori terhadap penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diangkat di studi ini, yaitu:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

H2: Fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen