

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Customer satisfaction ialah hasil akhir penyedia jasa yang bersumber dari terpenuhinya keinginan atau tidaknya pihak konsumen melalui kinerja serta aspek aspek lain yang diberikan oleh penyedia jasa (Spranto & Limakrisna, 2011). Kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dimiliki oleh penyedia jasa yang bersumber dari terpenuhinya keinginan atau tidaknya pihak konsumen melalui kinerja serta aspek aspek lain yang diberikan oleh penyedia jasa (Ajizah & Nurlaela, 2018: 38).

Kepuasan konsumen Menurut Herlambang dalam penelitiannya adalah Tingkatan perasaan yang dialami oleh konsumen setelah membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen (Khairani, Siregar, Hutabalian, & Karolina, 2019: 131).

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen ialah tingkatan hasil akhir yang dimiliki oleh penyedia jasa dari terpenuhi atau tidaknya harapan konsumen atas kinerja yang telah diberikan oleh penyedia jasa.

2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Perusahaan perlu mempertimbangkan lima faktor utama untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen (Nuridin, 2018: 22) yaitu:

1. Kualitas Produk, ketika produk maupun jasa yang diperoleh oleh konsumen memenuhi syarat dari apa yang diharapkan maka konsumen tersebut akan puas. Pelanggan yang alasannya selalu membutuhkan produk yang berkualitas tinggi yang mereka lakukan untuk mendapatkan *product*. Sehingga, kualitas produk yang baik akan menciptakan nilai tambah pelanggan.
2. *Service quality*, jika konsumen mendapatkan pelayanan yang berkualitas atau hasil yang diharapkan dan mereka akan puas
3. Emosional, konsumen akan bangga ketika memiliki produk atau menggunakan jasa yang memiliki nilai yang tinggi hadapan social sehingga mereka juga merasa percaya diri dengan hal tersebut.
4. Harga, *product* yang sejenis, akan tetapi tersedia dengan harga yang terjangkau akan mendapatkan nilai tambah dari konsumen.
5. Biaya, konsumen lebih cenderung puas dengan suatu produk atau pelayan jika dibandingkan mereka harus mengeluarkan biaya tambahan.

2.1.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen menurut (Kotler & Keller, 2016: 155) terdapat 3 indikator yang digunakan yaitu:

1. Keinginan melakukan pembelian kembali
2. Kesiediaan merekomendasikan
3. Kesesuaian harapan

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam buku (Suhartanto, Djatnika, Ruhadi, & Triyuni, 2017: 133) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diharapkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan adalah berbagai kegiatan atau bisnis dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keperluan konsumen berupa jasa (Erlinda & Kurniawan, 2020: 04). Kualitas pelayanan menurut Hardiansyah dalam penelitiannya adalah ukuran terbaik yang dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan selera konsumen. (Septian & Saputra, 2020: 45)

Menurut (Foster, 2016: 2) *service quality* dapat dipahami sebagai upaya memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan informasi untuk memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan pemahaman para ahli diatas tentang kualitas layanan, dapat ditarik kesimpulan kualitas pelayanan yakni tingkatan penilaian performa disediakan oleh penyedia layanan terhadap harapan atau keinginan konsumen.

2.1.2.2 Unsur Penting Kualitas Pelayanan

Terdapat elemen penting kualitas pelayanan baik menurut (Rokhman, 2016: 333) 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.

2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan service quality perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Menurut (Suryani, 2013: 94-95) untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator yakni :

1. Berwujud (*tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

2.1.3 Fasilitas

2.1.3.1 Pengertian Fasilitas

Pendapat (Kusuma, Suroija, & Supaya, 2018: 38) fasilitas ialah suatu elemen untuk meminimalisir pergerakan konsumen mengenai usaha dalam bidang jasa. Menurut (Iskandarsyah & Utami, 2017: 132) fasilitas adalah Berbagai bentuk sarana yang disediakan oleh penyedia jasa, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen.

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 577) Fasilitas adalah Sarana yang disediakan oleh penyedia jasa kepada konsumen yang mencari kenyamanan, dengan tujuan agar konsumen merasa nyaman selama menjalani proses pelaksanaan pelayanan.

Berdasarkan pemahaman para ahli diatas maa dapat ditarik kesimpulan dari pengertian fasilitas ialah bentuk sarana yang disediakan oleh penyedia jasa guna mencari kenyamanan pada konsumen agar memberikan kepuasan maksimal pada konsumen.

2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Menurut (Buchori, 2015: 14) ada beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas tersebut, yakni :

1. Kelengkapan, dengan tersedianya fasilitas dalam sebuah layanan jasa akan dapat mendukung dan memudahkan kegiatan-kegiatan konsumen.
2. Praktikabilitas fasilitas, fasilitas dalam sebuah pelayanan jasa beragam, ada yang bersifat modern ada yang manual, fasilitas modern akan lebih dapat membantu konsumen memudahkan kegiatan-kegitannya dikarenakan lebih praktis dan cepat.

2.1.3.3 Indikator Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2014: 175 - 177) untuk mengukur fasilitas suatu hotel ada 6 Indikator yaitu:

1. Perencanaan spasial.

2. Perancangan ruangan.
3. Perlengkapan atau perabotan.
4. Tata cahaya.
5. Warna.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai referensi dan perbandingan suatu penelitian maka dibutuhkan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu mempunyai tujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai contoh penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah ringkasan dari penelitian sebelumnya terkait dengan penelitian.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Ajizah, E., & Nurlaela, S. (2018) (Google Scholar)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mutiara Di Rangkasbitung	kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel mutiara di Rangkasbitung dan pengaruhnya adalah positif.
2	Sartika Moha dan Sjendry Loindong (2016) (Google Scholar)	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado dan pengaruhnya adalah positif

3	Septian, D., & Saputra, A. (2020) (Scienta)	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall	Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kepri Mall dan pengaruhnya adalah positif
4	Erlinda, L., & Kurniawan, P. H. (2020) (Scienta)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam	Kualitas pelayanan dan bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam dan pengaruhnya positif
5	Dodi Iskandar, Rita Nurmalina dan Ety Riani (2015) (DOAJ)	<i>The Effect Of Service, Product Quality, And Perceived Value On Customer Purchase Intention And Satisfaction</i>	Pengaruh layanan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian dan kepuasan konsumen. Pengaruhnya adalah positif
6	Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016) (Google Scholar)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT Fifgroup Cabang Manado)	Kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Fifgroup Cabang Manado dan pengaruhnya positif
7	Rianto Nurcahyo, Annisa Fitriyani	<i>The Influence of Facility and Service Quality towards</i>	Kualitas pelayanan, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan

dan Irma Nur Hudda (2017) (<i>Science Direct</i>)	<i>Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta</i>	konsumen pada Hotel Borobudur di Jakarta
------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir membentuk kejelasan rangkaian konsep dan keterkaitan antar konsep tersebut, konsep tersebut didasarkan pada tinjauan pustakan dengan meninjau teori – teori yang dihimpun dan hasil penelitian sebelumnya. (Sugiyono, 2012: 60).

2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

layanan harus istimewa, menonjol dan menarik perhatian orang, serta akan memiliki respon yang menyenangkan dan menyenangkan kepada para tamu, karena mereka memang tidak ingin selama ini. Layanan semacam inilah yang akan membawa kegembiraan atau kebahagiaan khusus bagi para tamu.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Ajizah & Nurlaela, 2018) dengan nomor ISSN : 2407-6325 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mutiara Di Rangkasbitung. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

fasilitas adalah berbagai bentuk sarana yang disediakan oleh penyedia jasa, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Iskandarsyah & Utami, 2017) dengan nomor ISSN : 2598-635X yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah di Hadrah Property. Menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

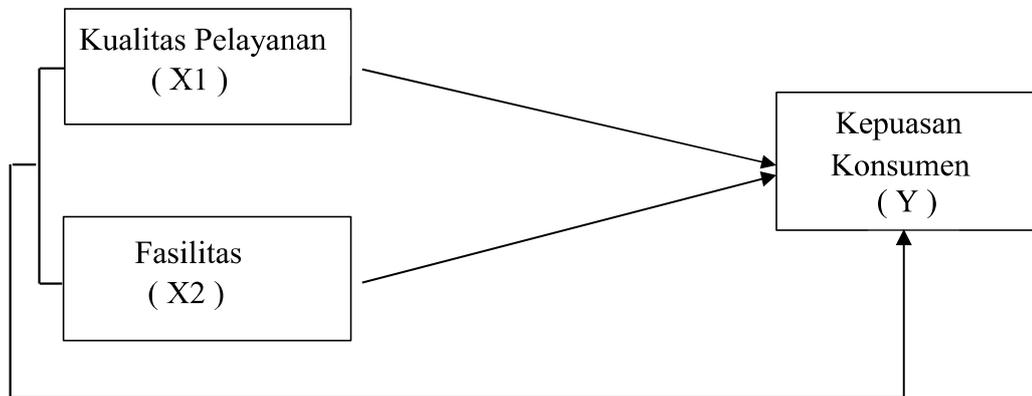
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan

Konsumen

Konsumen yang puas saat ekspektasi terpenuhi, konsumen yang puas saat ekspektasi terlampaui. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang menyenangkan, dan hasil yang diperoleh konsumen setelah mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan merupakan perasaan yang menyenangkan.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Moha & Loindong, 2016) dengan nomor ISSN : ISSN 2303-1174 yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado.

Berdasarkan rumusan masalah, kerangka pemikiran dalam penelitian ini bisa dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan pada penelitian ialah :

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada OS Hotel Batam
- H2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada OS Hotel Batam
- H3 : Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada OS Hotel Batam.