

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1.	(Wijaya & Sujana, 2020) “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth” (Studi Kasus Pada The Jungle Waterpark Bogor).	X1 : Kualitas Layanan X2 : Persepsi Harga Y : Kepuasan Pelanggan Z : Word of Mouth	Tipe penelitian yang digunakan yaitu eksplanatif dan menggunakan metode analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan Software AMOS 24.	a. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan The Jungle Waterpark. b. Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan The Jungle Waterpark. c. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Word of Mouth.
2.	(Irfan, 2019)	X1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan	Menggunakan metode analisis linear berganda	a. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
	“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan”	X2: Harga X3 : Fasilitas Y : Tingkat Kepuasan Pelanggan	terhadap 100 responden (Pengunjung Kenari Waterpark).	fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, namun harga tidak berpengaruh signifikan. b. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kenari waterpark Bontang.
3.	(Markus, 2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Fasilitas Y : Kepuasan Pelanggan	Menggunakan metode Accidental Sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan dengan menyebar kuesioner	a. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. b. Kualitas Pelanggan menunjukkan ada hasil yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
	Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat)”		terhadap pelanggan SPBU Muara Siban, Kabupaten Lahat.	c.Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4.	(Jayanti & Yulianthini, 2022) “Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtanegara”	X1 : Pengaruh Fasilitas X2 : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Pelanggan	Metode sampel yang digunakan yaitu Metode Purpositive Sampling dengan didasarkan pada kriteria tertentu.	a. Fasilitas dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. b.Fasilitas memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. c.Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	(Alana & Putro, 2020) “Pengaruh Fasilitas dan	X1 : Pengaruh Fasilitas X2 : Kualitas Pelayanan	Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100	a. Variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek”	Y : Kepuasan Wisatawan	wisatawan Goa Lowo Trenggalek.	Wisatawan Goa Lowo Trenggalek. b. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Goa Lowo Trenggalek.
6.	(Halim, 2023) “Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung” (Study Kasus pada Camp Kobes)	X1 : Pengaruh Fasilitas. X2 : Harga X3 : Kepuasan Pengunjung	Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan menggunakan pendekatan convenience sampling dan berjumlah 100 orang sebagai sampel.	a. Hasil penelitian secara parsial membuktikan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. b. Harga secara parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pengunjung. Yang artinya semakin terjangkau harganya, maka pengunjung semakin puas.

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
7.	(Rahmah et al., n.d. 2018) “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hairos Water Park Medan”	X1 : Pengaruh Fasilitas Y : Kepuasan Pengunjung	Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling. Random sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam satu populasi untuk dijadikan sampel. Sampel penelitian ini menggunakan teknik slovin.	Disimpulkan bahwa secara parsial variabel fasilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Hairos Water Park
8.	(Berliana Afifah, Djuardi Komarsyah, 2022)	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Daya Tarik Wisata X3 : Citra Destinasi	Teknik sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan tehnik	Hasil analisis memperlihatkan bahwa: - secara parsial kualitas pelayanan dan daya tarik wisata

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
		X4 : Harga Y : Kepuasan Pengunjung	purposive sampling.	tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. - secara parsial citra destinasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. - secara simultan citra destinasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
9.	(Riadhussyah & Subarkah, 2020)	X : Wisata Halal Y : Sumber Daya Manusia Z : Revolusi Industri 4.0	Metode penelitian ini deskriptif-kualitatif dengan konsep Manajemen Sumber Daya Manusia dan konsep pariwisata halal.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata halal memiliki potensi besar, sehingga pengelolaan sumber daya manusia pada sektor wisata halal dalam menghadapi revolusi industri 4.0 harus melakukan fungsi manajerial

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
				<p>yaitu dengan empat langkah :</p> <p>1)Perencanaan, menentukan arah pengembangan wisata halal.</p> <p>2)Pengorganisasian, menentukan lembaga yang berwenang menjalankannya.</p> <p>3)Pengarahan, membuat instruksi, peraturan, atau sosialisasi agar sesuai dengan perencanaan.</p> <p>4)Pengendalian, perlu adanya pengendalian dan pengawasan agar mencapai tujuan.</p>
10.	(Samsudin, 2021)	<p>X : Kinerja Pelayanan Publik</p> <p>Y : Penyelenggaraan Pelayanan</p>	<p>Menggunakan metode penelitian deskriptif melalui kegiatan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan : perlunya melakukan penelitian terkait analisis kinerja pelayanan publik di</p>

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
		Z : Kepuasan Masyarakat.	observasi lapangan, data primer dan sekunder dan wawancara, dan di analisis secara kualitatif.	kantor kelurahan Kecandran, Kecamatan Sidomukti yang lebih mendalam terhadap sumber daya Manusia serta responsivitas.
11.	(Indriyani, 2020)	X : Manajemen SDM Y : Kualitas Pelayanan	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (<i>field research</i>).	Hasil menunjukkan bahwa : - Semakin tinggi tingkat produktivitas karyawan, maka akan semakin meningkatkan kinerja serta pelayanan yang diberikan. Hal ini berakibat pada kepuasan nasabah, sehingga semakin banyak <i>client</i> yang tertarik untuk melakukan publikasi karya ilmiah dengan baik.

Dari tabel 2.1 penelitian terdahulu yang telah dijabarkan secara detail, dapat ditemukan beberapa perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini dengan penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut :

Persamaan :

1. Memiliki persamaan variabel yang digunakan seperti kualitas pelayanan, fasilitas wisata dan kualitas pelayanan.
2. Menggunakan metode penyebaran kuesioner.
3. Menggunakan teknik skala likert.
4. Menggunakan Rumus Slovin dan menggunakan Non Probability Sampling yang berjenis Purposive Sampling.
5. Menggunakan teknik analisis linear berganda.

Perbedaan :

1. Memiliki variabel bebas yang berbeda seperti persepsi harga, citra destinasi, daya tarik wisata.
2. Menggunakan teknik analisis data Structural Equation Modelling (SEM) dengan software AMOS 24
3. Menggunakan penelitian lapangan (*field research*).
4. Menggunakan kegiatan observasi lapangan, data primer dan sekunder dan wawancara, dan di analisis secara kualitatif.

B. Landasan Teori

Hubungan antara manajemen sumber daya manusia (SDM) dengan kepuasan pengunjung sangat penting dalam industri layanan, terutama di sektor layanan pelanggan seperti pariwisata, perhotelan, dan sektor layanan lainnya. Manajemen SDM yang efektif berkontribusi pada kinerja karyawan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi pengalaman pengunjung dan kepuasan mereka. Dengan adanya manajemen SDM yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan memberikan dampak positif pada citra perusahaan serta pengalaman pengunjung yang baik.

1. Kualitas Pelayanan

1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib dimiliki oleh setiap para pengusaha baik dalam bidang pariwisata ataupun lainnya serta wajib dimiliki juga bagi pengusaha yang baru merintis usahanya ataupun yang sudah bertahun-tahun menjalani dan terjun kedalam duni bisnis. Pengertian Kualitas Pelayanan sendiri merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan dari para konsumennya. Yang artinya, layanan bisa disebut berkualitas apabila dapat memenuhi Sebagian besar harapan konsumen.

(Rahmad Dani Syahputra & Sampurno Wibowo, 2019) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Selain itu (Sintya Jayanti & Yulianthini, n.d.) dalam sebuah tujuan penelitiannya yaitu dilakukan untuk menguji Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada kalangan wisatawan *domestic* pada Objek Wisata Taman Air Tirtanegara, menyimpulkan bahwa apabila Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh objek wisata yang cocok dengan harapan ataupun anggapan pelanggan, hingga obyek wisata tersebut secara tidak langsung sudah memenuhi kepuasan untuk para pelanggan.

Kualitas pelayanan akan memberikan dampak terhadap kepuasan konsumennya, dimana setiap konsumen menginginkan agar produk/jasa yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya (Merita Bernik, 2019).

Jadi secara garis besar semua itu akan sangat baik apabila untuk sebuah kemajuan objek wisata, sebab secara tidak langsung keuntungan obyek wisata akan bertambah dari waktu ke waktu sebab

wisatawan merasa puas atau bisa dikatakan semua keinginan mereka terpenuhi yang menyebabkan rasa ingin berkunjung kembali pada obyek wisata tersebut.

1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut (Wijaya & Sujana, 2020) adalah sebagai berikut :

- a. *Realiability* (keandalan), kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- c. *Assurances* (jaminan), kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang meyakinkan dan benar-benar membantu masyarakat.
- d. *Emphaty* (empati), perhatian individual terhadap pelanggan.
- e. *Tangibles* (berwujud), penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut (Maulidah et al., 2019) karakteristik kualitas pelayanan terdiri dari beberapa hal :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud) jasa tidak bisa di amati, dirasa, diraba, didengar ataupun dicium, pra pembelian.
- b. *Heterogeneity* (beragam) jasa memiliki cara benar variabel karena merupakan nonstandardized output.

- c. *Inseparability* (tidak bisa dipisahkan) barang kerap dibuat terlebih dahulu, kemudian dijual dan dikonsumsi.
- d. *Perishability* (tidak tahan lama) jasa ialah produk yang tidak awet, tidak dapat disisihkan pada penggunaan ulang diwaktu datang, dijual Kembali atau dikembalikan.

2. Fasilitas Wisata

2.1 Definisi Fasilitas

Suatu objek wisata akan banyak dikunjungi oleh wisatawan jika objek wisata tersebut mampu memberikan ataupun menawarkan fasilitas yang menarik yang mampu memanjakan konsumennya sehingga daya tarik konsumen tersebut akan meningkat dan keinginan untuk mengunjungi tempat itu kembali akan meningkat.

Fasilitas merupakan faktor yang sangat penting dalam upaya memasarkan produk dan jasa kepada konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Fasilitas yang baik dan lengkap atau komplit merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan sebuah pilihannya pada saat memilih/melakukan pembelian terhadap jasa.

(Listyawati, 2019) pengertian dari fasilitas adalah segala sesuatu yang secara sadar dipersiapkan oleh suatu perusahaan dengan maksud untuk digunakan oleh pelanggan guna memberikan rasa kepuasan yang tinggi oleh konsumen. Selain itu (Alana & Putro, 2020) dalam jurnal penelitiannya dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap wisatawan Goa Lowo Trenggalek menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa, perpaduan antara fasilitas penunjang yang memadai dan baiknya pelayanan yang diberikan kepada pengunjung akan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

2.2 Indikator Fasilitas

Menurut (Nadianingrum & Saputra, 2020) indikator fasilitas terdiri dari beberapa hal yaitu :

- a. Pemikiran/pertimbangan ruang/perencanaan spasial, meliputi segala sesuatu yang memiliki hubungan dengan kualitas dan corak untuk digabungkan dan dibuat secara merangsang reaksi pengetahuan maupun emosional oleh pelanggan dan orang yang mengamatinya.
- b. Perancangan tempat/perencanaan ruang, poin ini meliputi perencanaan interior dan desain.
- c. Perlengkapan/perabotan, memiliki fungsi untuk memberikan kesenangan sebagai penghias atau sebagai prasarana yang lain bagi pemanfaatan barang.
- d. Tata cahaya dan corak, corak pewarnaan tempat tertentu.
- e. Pesan yang disampaikan secara ilustratif, bagian penting dalam poin ini adalah, tampilan visual, penempatan, penyeleksi, format fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan penampilan symbol maupun tanda yang akan dipergunakan.
- f. Elemen pendukung, tanpa adanya fasilitas pendukung yang lain maka fasilitas utama tidak akan lengkap atau sempurna.

3. Kepuasan Pengunjung

3.1 Definisi Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pelanggan menjadi kunci keberhasilan khususnya di bidang pariwisata. Pengunjung akan merasa puas apabila mendapat pelayanan dan fasilitas yang setara dengan apa yang awalnya

dibeli/dibayar. Begitu pula sebaliknya, jika para pengunjung tidak merasa ataupun tidak dapat menikmati fasilitas yang diberikan dengan baik berarti pengunjung merasa tidak nyaman atas fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak tersebut, entah itu fasilitas yang sudah tidak layak pakai ataupun fasilitas yang diterima sangat terbatas sehingga daya tarik minat pengunjung untuk Kembali ke tempat tersebut kurang atau bisa dikatakan mereka menilai buruk terhadap tempat wisata tersebut.

Kepuasan konsumen adalah respon pelanggan dalam evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual yang dirasakan setelah menggunakan, membeli, menggunakan produk tersebut atau menerima pelayanan dan fasilitas (Taseng & Wijayangka, 2017). Selain itu (Markus, 2020) dalam jurnal penelitiannya yang memiliki tujuan menguji seberapa besar pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas dalam upaya peningkatan kualitas pelanggan menyimpulkan hasil penelitiannya dengan, kepuasan konsumen terbentuk adanya perasaan senang atau kecewanya seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap harapan mereka. Kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan, tetapi juga ditentukan oleh kualitas produk, harga dan faktor pribadi lainnya yang bersifat sementara.

3.2 Kriteria Mengukur Kepuasan Pengunjung

(Ponty Basowa & Setiawan, n.d.) terdapat empat kriteria dalam mengukur Kepuasan Pengunjung :

a. Sistem Kepuasan dan Saran

Mengarah ke pelanggan. Dalam bisnis, menerima kritik dan saran dari pelanggan adalah suatu keharusan. Hal ini sangat

membantu dalam memajukan bisnis dan mengatasi kekurangan yang ada. Biasanya dalam sebuah perusahaan apapun selalu menyediakan kontak saran/barcode sendiri yang dapat langsung diisi oleh pelanggan yang sangat berguna untuk mendapatkan saran-saran penting atau disebut layanan pelanggan (call center).

b. Menyewa Jasa Ghost Shopper

Strategi bisnis untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan para karyawan kepada konsumen melalui seseorang yang menyamar sebagai pelanggan. Selain itu juga berfungsi untuk mengamati dan mengevaluasi karyawan agar dapat melayani konsumen lebih baik lagi.

c. Mencari Tahu Alasan Pelanggan

Beberapa pengusaha harus pasti pernah mendapati pelanggan loyal, namun beberapa saat ternyata mereka beralih ke perusahaan/produk lain. Dalam hal ini setidaknya perusahaan setidaknya berusaha berkomunikasi dengan konsumen melalui dari saran-saran penting yang tersedia di layanan pelanggan (call center) dan mampu memahami kebutuhan para pelanggan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kekurangan yang ada.

d. Survey Kepuasan

Survei tersebut mengumpulkan informasi rinci berdasarkan kebutuhan yang diinginkan pemilik usaha. Biasanya dalam hal ini, perusahaan akan mencari tahu apa yang menyebabkan pelanggan berhenti ataupun kurang tertarik terhadap usahanya. Cara ini lebih efektif dan berguna dalam mengetahui isi hati para pelanggan, dan selain itu juga berguna dalam meningkatkan kualitas yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dalam bidang apapun.

3.3 Indikator Mengukur Kepuasan Pengunjung

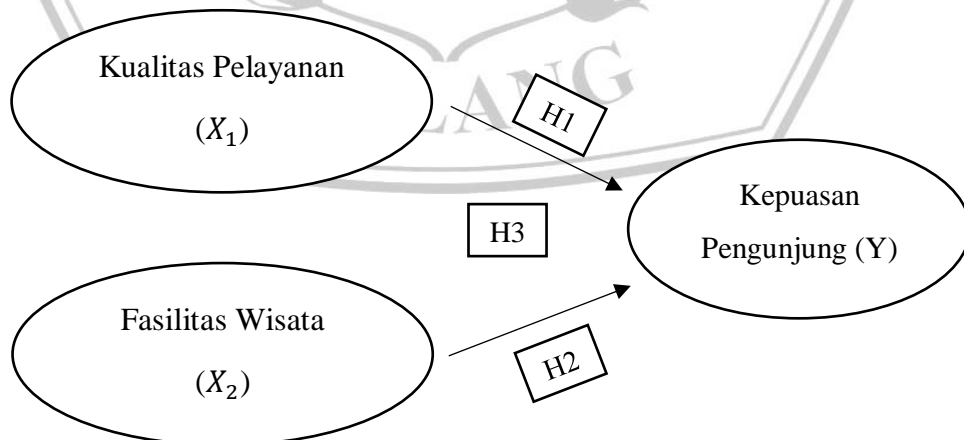
Indikator kepuasan menurut (Aswad & Wangdra, 2018) adalah sebagai berikut :

- a. Kinerja yaitu, apabila kemampuan memenuhi keinginan, konsumen akan puas.
- b. Harga yaitu Ketika perusahaan meninggikan kepuasan konsumen dengan mengurangi harga atau meningkatkan layanan, laba bias jadi turun.
- c. Ekspetasi yaitu harapan yang bermula dari pengetahuan pembelian sebelumnya, saran dari kerabat dan kolega, dan keterangan dari komitmen pemasar.

C. Kerangka Pikir & Hipotesis

1. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan bagian dari suatu hubungan atau kaitan antara variable satu dengan variable yang lainnya dari masalah yang akan diteliti dan berguna untuk menghubungkan suatu topik yang akan diteliti. Dari hipotesis penelitian maka konsep penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

2. Hipotesis

Arti hipotesis sendiri memiliki makna sebagai dugaan sementara terhadap masalah pada sebuah penelitian yang masih bersifat praduga, karena masih harus diuji kebenarannya. Berikut merupakan beberapa hipotesis dalam penelitian ini :

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Kualitas Pelayanan merupakan strategi yang diterapkan untuk memuaskan keinginan pelanggan dengan berbagai cara sehingga pelanggan ingin kembali (Siska Andrian Sianipar, 2020). Berdasarkan hasil rumusan penelitian dari (Atmanegara et al., 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

b. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Fasilitas Wisata merupakan segala fasilitas fisik yang telah disediakan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil rumusan penelitian dari (Listyawati, 2019; Nadianingrum & Saputra, 2020) menyatakan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sebaliknya dalam hasil rumusan penelitian dari (Purnawijaya, 2019; Rutjuhan & Ismunandar, 2020) menyatakan bahwa fasilitas wisata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

H2 : Pengaruh Fasilitas Wisata berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

- c. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung

Penelitian ini dilakukan oleh (Jayanti & Yulianthini, 2022) yang menyatakan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

H3 : Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

