

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA SUMBER
MARON KABUPATEN MALANG)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



Disusun oleh:

Muhammad Izzat

(1861201013)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT**

MALANG

2022

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA SUMBER
MARON KABUPATEN MALANG)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



Disusun oleh :

Muhammad Izzat

(1861201013)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
MALANG**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap
Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Objek Wisata
Sumber Maron Kabupaten Malang)

Disusun Oleh : Muhammad Izzat

NIM : 1861201013

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Di Depan Dosen Penguji

Malang, 29 Agustus 2022

Mengetahui dan Menyetujui

Ketua Program Studi



Adita Nafisa, S.E., M.M

NIDN.0724068802

Dosen Pembimbing



Erna Resmiatini, S.M.B., M.Sc

NIDN.0715069004

TANDA PENGESAHAN

Telah Di Pertahankan Di Depan Majelis Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Raden Rahmat Malang Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 29 September 2022

Judul :PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA SUMBER MARON KABUPATEN MALANG)

DINYATAKAN LULUS
MAJELIS PENGUJI



R.M Mahrus Alie, S.Sos.M.M
NIDN. 0721087601
PENGUJI UTAMA



Ismi Iftikad, S.Pd., M.M.Sc., M.Ec
NIDN. 0704048907
ANGGOTA



Erna Resmiatini, SMB., MS.c
NIDN.0715069004
ANGGOTA

MENGESAHKAN

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Raden
Rahmat Malang




Dekan, Hasbi Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN.0713047901

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Atas Kuasa Allah SWT dan rasa Syukur, Kupersembahkan
Sebuah karya sederhana ini untuk:*

Semua orang yang aku sayangi..

*Terima kasih atas doa bantuan dan motivasi yang telah di
berikan*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, pada naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah dari orang lain yang digunakan sebagai syarat memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini terbukti ditemukan unsur-unsur menyalin atau meniru, maka saya akan bersedia untuk pembatalan pada skripsi saya, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi atau vokasi terbukti merupakan jiplakan, maka akan dicabut gelarnya. Kemudian pada pasal 70 yang berbunyi: lulusan yang karya ilmiahnya digunakan untuk mendapat gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan paling lama dua tahun atau dipidana denda paling banyak Rp200.000.000,- (dua ratus juta rupiah).

Malang, 29 Agustus 2022

Yang menyatakan



MUHAMMAD IZZAT

ABSTAK

Muhammad Izzat, 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Objek Wisata Sumber Maron Kabupaten Malang. (Pembimbing: Erna Resmiatini, S.M.B.,M.Sc)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di objek wisata Sumber Maron Kabupaten Malang baik parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Non probability Sampling. Sumber data utama dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Untuk menjawab tujuan penelitian menggunakan Analisis data regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan di objek wisata Sumber Maron Kabupaten Malang. Untuk itu kondisi tersebut harus dipertahankan dan ditingkatkan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga sehingga mampu menciptakan loyalitas terhadap pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Muhammad Izzat, 2022. The Effect of Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction at Sumber Maron Tourism Object, Malang Regency. (Supervisor: Erna Officialatini, S.M.B.,M.Sc)

This study aims to determine the effect of the quality of service and facilities on customer satisfaction at the Sumber Maron tourism object, Malang Regency, both partially and simultaneously. The approach used in this research is quantitative method. The sampling technique in this study uses non-probability sampling. The main data source in this study using a questionnaire. To answer the research objectives using multiple linear regression data analysis. The results obtained in this study prove that the quality of service and facilities has a positive and significant influence either partially or simultaneously on customer satisfaction at the Sumber Maron tourism object, Malang Regency. For this reason, these conditions must be maintained and improved so that customer satisfaction is maintained so as to create loyalty to customers.

Keywords: Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. yang senantiasa memberikan limpahan nikmat, rahmat, hidayah, serta Inayah-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama yang sempurna dan mejadi rahmat bagi seluruh alam.

Tujuan penulisan skripsi adalah untuk memenuhi syarat kelulusan guna mendapatkan gelar S1. Dalam proses penyelesaian skripsi ini ada beberapa hambatan yang peneliti jumpai namun akhirnya bisa terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ucapan terimakasih secara khusus peneliti sampaikan kepada kedua Orang tua tercinta yang senantiasa memanjatkan do'a dan memberikan dukungan untuk kesuksesan putranya.
2. Bapak Drs. Imron Rosyadi Hamid, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
3. Bapak Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Adita Nafisa, S.E., M.M selaku Kaprodi Manajemen.
5. Ibu Erna Resmiatini, SMB., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberikan petunjuk serta arahan.
6. Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang telah banyak memberikan bekal ilmu dan pengetahuan.
7. Kepala perangkat desa karangsuko pegelaran Malang beserta jajarannya.

8. Rekan-rekan peneliti yang telah banyak memberikan bantuan dan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini
9. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran peneliti harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan untuk selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berfungsi bagi semua pihak.

Malang, 29 Agustus 2022

Penulis,

MUHAMMAD IZZAT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
ABSTAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI	6
2.1 Kajian Empiris	6
2.2 Kajian Teoritis	7
2.2.1 Kepuasan Pelanggan.....	7
2.2.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	8
2.2.3 Kualitas Pelayanan	10
2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan.....	12
2.2.6 Fasilitas	14
2.2.7 Indikator Fasilitas	15
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan	17
2.3.2 Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	17
2.2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Rancangan Penelitian	20
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.3 Variabel Penelitian	20
3.4 Populasi dan Sampel	27

3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Sumber Data	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Analisis Deskriptif	31
3.7.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	31
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Profil Objek Wisata Sumber Maron	37
4.2 Hasil Penelitian	38
4.3 Deskripsi Data Penelitian	40
4.4 Analisis Data	44
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.3 Uji Analisis Linear Berganda	51
4.5 Pembahasan Penelitian.....	54
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Wisata Sumber Maron Kabupaten Malang	54
4.5.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Wisata Sumber Maron Kabupaten Malang	55
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Wisata Sumber Maron Kabupaten Malang	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Hipotesis	19
Gambar 2. Grafik P PLOT.....	48
Gambar 3. Grafik Scatterplot	50
Gambar 4. Dokumentasi Penelitian Skripsi	74
Gambar 5. Dokumentasi Penelitian Skripsi	74
Gambar 6. Dokumentasi Penelitian Skripsi	75
Gambar 7. Dokumentasi Penelitian Skripsi	75
Gambar 8. Dokumentasi Penelitian Skripsi	75
Gambar 9. Dokumentasi Penelitian Skripsi	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Empiris	6
Tabel 2. Variabel Penelitian	26
Tabel 3. Skala Likert	30
Tabel 4. Usia Responden	38
Tabel 5. Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 6. Domisili Responden	39
Tabel 7. Kuisisioner Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 8. Kuisisioner Fasilitas.....	41
Tabel 9. Kepuasan Pelanggan.....	43
Tabel 10. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	45
Tabel 11. Uji Validitas Fasilitas (X2).....	45
Tabel 12. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	46
Tabel 13. Uji Reliabilitas	46
Tabel 14. Kolmogorov Smirnov.....	48
Tabel 15. Uji Multikolinieritas	49
Tabel 16. Uji t	52
Tabel 17. Uji F	53
Tabel 18. Uji R Square.....	54

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	66
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Lampiran 4 Asumsi Klasik.....	70
Lampiran 5 Uji t	71
Lampiran 6 Uji F	72
Lampiran 7 Uji R Square.....	73
Lampiran 8 Dokumentasi	74
Lampiran 9 CurriculumVitae	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Saat ini kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan Pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena pelanggan akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon pelanggan, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa (Adam, 2015). Suatu pelayanan dapat diukur melalui sejauh mana tingkat keunggulan pelayanan telah berhasil memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana konsumen menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan menunjukkan perusahaan telah berhasil memuaskan pelanggan, ini berarti keunggulan pelayanan semakin baik.

Menurut Tjiptono (2012) pelayanan merupakan suatu tindakan yang diberikan perusahaan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen. kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen sebagai ketepatan penyempaiannya dalam memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan sebuah persepsi para konsumen atas pelayanan nyata yang mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi konsumen untuk menjalin ikatan saling menguntungkan dengan

perusahaan. Ikatan tersebut memungkinkan perusahaan dapat memahami harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat memaksimalkan nilai baik yang dirasakan pelanggan dan memaksimalkan kepuasan yang dapat dirasakan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila perusahaan memberikan fasilitas untuk menambah nilai dari sebuah layanan. Fasilitas disediakan untuk dipergunakan dan dinikmati oleh pengunjung selama menggunakan jasa layanan sehingga membuat pengunjung merasa nyaman.

Ketertarikan wisatawan terhadap objek atau destinasi wisata tidak lain karena merasa tertarik dengan kemudahan yang didapat melalui fasilitas. Menurut Srijani (2017) Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada bagi wisatawan Sumber maron.

Wisata Sumber Maron merupakan salah satu destinasi wisata air di Provinsi Jawa Timur, terletak sekitar 26 km arah selatan kota Malang, tepatnya di Desa Karangsono, kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang. Adanya kebijakan baru dari pemerintah, menimbulkan kelonjakan pengunjung untuk berwisata, dengan mematuhi protokol kesehatan, membuat masyarakat bisa kembali berwisata setelah 2 tahun pemerintah membatasi aktivitas masyarakat untuk keluar ruangan atau berpariwisata. Objek wisata Sumber Maron kini menjadi pilihan terbaik setelah berakhirnya pandemi, melonjaknya pengunjung di akhirpekan dan di hari libur mencapai tuju ribu pengunjung (Pengelola Sumber Maron, 2022).

Dengan berkembangnya suatu usaha pariwisata di suatu daerah akan mendorong munculnya berbagai usaha-usaha penunjang lainnya seperti usaha penginapan, restoran, souvenir dan sebagainya. Dengan begitu banyaknya tempat pariwisata yang ada tentunya faktor kepuasan pengunjung harus menjadi prioritas oleh pelaku usaha pariwisata. Pengukuran kepuasan pengunjung perlu dilakukan dengan alasan yaitu pertama, tingkat pesaing yang semakin meningkat. Kedua, semakin besar investasi yang dicurahkan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan program kepuasan konsumen. Ketiga, harapan konsumen yang berubah dari waktu ke waktu (Kaligis, 2014).

Obyek wisata yang memiliki daya tarik tersendiri tentunya akan membuat wisatawan tertarik untuk mengunjunginya. Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung.

Begitu pula dengan kualitas pelayanan. Melalui kualitas pelayanan yang prima di harapkan pengunjung merasa nyaman selama berwisata di Sumber Maron. Namun, apakah kualitas pelayanan dan fasilitas ini mampu mendatangkan kepuasan pelanggan? inilah yang akan di teliti lebih lanjut melalui penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas menjadi alasan peneliti untuk mengungkap lebih jauh tentang kepuasan pelanggan, sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA SUMBER MARON KABUPATEN MALANG)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya dapat dimuskan masalahnya, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah untuk mencari jawaban atas permasalahan berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti sebelumnya yaitu:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron.
2. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti agar dapat bermanfaat tidak hanya bagi peneliti secara individu, tetapi juga bagi orang lain sebagai sumbangan pemikiran.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang perkembangan ilmu pengetahuan serta pemahaman yang lebih baik dari ide-ide yang dipelajari selama perkuliahan terkait manajemen pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Menambah pengetahuan baik teori maupun praktek di bidang pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan studi pada Objek Wisata Sumber Maron.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya terkait kualitas pelayanan, fasilitas dan keamanan yang telah dimiliki Objek wisata Sumber Maron.

3. Bagi Objek Wisata Sumber Maron Karangsono Pagelaran Malang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi perkembangan Objek Wisata Sumber Maron Karangsono kedepannya, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperkuat kualitas pelayanan, Fasilitas dan keamanan yang telah dimiliki Objek wisata Sumber Maron selama ini.

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Kajian Empiris

Untuk melengkapi teori-teori pada penelitian ini, peneliti mengemukakan beberapa penelitian terdahulu baik berupa jurnal maupun skripsi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan ialah sebagai berikut:

Tabel 1. Kajian Empiris

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Prathama (2021)	Pengaruh Kualitas layanan dan Penyediaan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Era Pandemi Covid 19 (Studi Kasus penumpang KA PT KAI Persero)	X ¹ : Kualitas X ² : Fasilitas Y ¹ : Kepuasan Konsumen	kualitas layanan dan penyediaan fasilitas memilikipengaruh positif, semakin meningkat kualitas semakin meningkat pula kepuasan konsumen
2	Andriyani (2018)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Nasabah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Gaharu Medan	X ₁ = Kualitas Pelayanan X ₂ = Fasilitas Y = Kepuasan Pelanggan	Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Gaharu Medan
3	Fakrunnissa (2019)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Nasabah Di Bri Syariah Ponorogo	X ₁ = fasilitas X ₂ = kualitas pelayanan Y ₁ = Kepuasan Penumpang	Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo
4	Andari (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas TerhadapKepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pengunjung The Sila's Agrotourism)	X ¹ = Kualitas pelayanan X ² = fasilitas Y ¹ =kepuasan pengunjung	kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-samaberpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
5.	Akbar (2020)	Pengaruh Pelayanan, Obyek Dan Daya Tarik Wisata Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	X ¹ =Pelayanan X ² = Objek dan daya tarik X ³ =Fasilitas Y ¹ =Kepuasan wisatawan	Pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, Obyek dan daya tarik wisata tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan kepuasan konsumen, Pelayanan, obyek dan daya tarik wisata serta fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas maka terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya ada pada tahun penelitian dan lokasi atau tempat yang menjadi objek penelitian. Sedangkan persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama – sama memprediksi tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Kepuasan Pelanggan

Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah. Pelanggan akan mempertimbangkan kepuasan berdasarkan harapan dan harga yang harus dibayar. Harapan dan harga harus beriringan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Alma, Buchori (2011:285) menyatakan bahwa kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan mendapat kepuasan. Sebaliknya jika produk atau jasa yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan timbul ketidakpuasan serta perasaan kecewa.

Menurut Tjiptono (2015:146) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016:39) *Customer Satisfaction the extent to which a product's or services perceived performance matches a buyer's expectations. If the product's or services performance falls short of expectations, the customers is dissatisfied. If performance matches expectations, the customer is satisfied. If performance exceeds expectation,*

the customers is highly satisfied or delighted. Yang artinya kepuasan merupakan tingkat sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Jika kinerja produk atau jasa lebih kecil dari harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen merasa sangat puas atau sangat senang.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap produk atau jasa yang sudah dibelinya setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan yang dirasakan konsumen. Apabila kinerja dianggap melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya apabila kinerja dianggap tidak melebihi harapan maka konsumen tidak merasa puas.

2.2.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2015:146) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014), yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfactor*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

2. Dimensi Kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilih kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri Prosesnya melalui empat langkah, pertama mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci

kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramaan staff pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan

Pada cara ini kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan perusahaan jasa lagi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, dll.

Sedangkan, menurut Kotler (2005), ada tiga indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
2. Sistem survei reputasi perusahaan Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.
3. Sistem analisis konsumen Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012:143) kualitas tergantung pada bagaimana seseorang menilainya, sehingga jasa yang menurut seseorang tersebut paling memuaskan merupakan jasa yang memiliki kualitas tertinggi.

Dengan demikian kualitas merupakan perspektif yang bersifat subyektif. Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya. Sesuatu yang dinilai berkualitas baik oleh seseorang individu belum tentu dinilai sama baiknya dengan orang lain.

Kualitas memberikan dorongan khusus bagi konsumen untuk menjalin ikatan saling menguntungkan dengan perusahaan. Ikatan tersebut memungkinkan perusahaan dapat memahami harapan dan kebutuhan spesifik konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat memaksimalkan nilai baik yang dirasakan konsumen dan memaksimalkan kepuasan yang dapat dirasakan konsumen.

Sedangkan Menurut Sviokla dalam Tjiptono (2012:157) kualitas pelayanan merupakan kontribusi keberhasilan suatu perusahaan yang mampu menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan serta mampu menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kualitas meliputi usaha perusahaan memenuhi atau melebihi harapan konsumen, artinya kualitas pelayanan dapat diwujudkan apabila perusahaan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sesuai dengan manfaat dan pengorbanan yang dibayarkan konsumen. Baik buruknya kualitas pelayanan ditentukan dari persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan yang dihasilkan perusahaan sama dengan nilai yang diberikan dalam meningkatkan kualitas hidup pelanggan. Semakin tinggi nilai yang diperoleh maka semakin besar kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Dalam menjaga kualitas layanan sangatlah berat karena kondisi yang dihadapi perusahaan tidaklah selalu stabil. Adanya respon konsumen tentunya akan memberikan kontribusi terhadap upaya perusahaan untuk melakukan perbaikan pelayanan yang tujuannya ialah meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin puas konsumen akan pelayanan yang ditawarkan, maka kemungkinan peluang konsumen melakukan kunjungan

kembali semakin besar. Namun apabila pelayanan yang ditawarkan mengecewakan harapan konsumen, maka kemungkinan konsumen beralih kepada perusahaan akan terjadi.

2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:4) dimensi Kualitas pelayan tersebut antara lain:

1. Kecepatan yaitu waktu dalam melayani pelanggan sesuai dengan batas waktu standar yang telah ditentukan perusahaan.
2. Ketepatan, kecepatan tanpa memperhatikan ketepatan tidak dapat mencapai kepuasan kosumen. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting untuk diperhatikan untuk mewujudkan pelayanan yang berkualitas.
3. Keamanan yaitu rasa aman yang ditawarkan perusahaan pada saat melayani pelanggan.
4. Keramahan yaitu pelayanan terhadap konsumen yang disertai sikap sopan dan ramah.
5. Kenyamanan yaitu rasa nyaman yang ditawarkan perusahaan yang membuat pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Meskipun beberapa dimensi di atas dapat diterapkan pada bisnis jasa, tetapi sebagian besar dimensi tersebut dikembangkan berdasarkan pengalaman dan penelitian terhadap perusahaan manufaktur.

2.2.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) mengemukakan bahwa terdapat lima indikator layanan yang sering digunakan

untuk mengukur kualitas layanan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Candra (2011:198) Kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
3. Jaminan (*Assurance*), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya.
4. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat *individu* atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengorganisasian yang nyaman bagi pelanggan.
5. Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan.

2.2.6 Fasilitas

Fasilitas merupakan faktor penunjang yang digunakan yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk memudahkan konsumen mendapatkan kebutuhan-kebutuhannya. Sebelum perusahaan menawarkan jasa, perusahaan terlebih dahulu harus menyediakan fasilitas yang mendukung jasa yang akan ditawarkan. Seperti pendapat Kotler dalam Apriyadi (2017) mengemukakan bahwa “segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen”.

Menurut Tjiptono (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.

Menurut Youti dalam Mardiyani & Murwatiningsih (2015) menyatakan bahwa “fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang

menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri”.

Menurut Tjiptono dalam Toriq & Martoatmodjo (2014) menyatakan bahwa “fasilitas merupakan bagian dari *physical evidence*, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk – bentuk komunikasi fisik lainnya”

Berdasarkan definisi para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

2.2.7 Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:46) indikator fasilitas adalah:

1. Pertimbangan / Perencanaan spasial

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

2. Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3. Perlekapan

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

infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para nasabah. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti ketersediaan listrik, meja atau kursi, papan bacaan dan lain-lain.

4. Warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang di pilih.

5. Grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visua, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi.

6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, televisi, dan keamanan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran pada studi ini mendeskripsikan hubungan antara *independent variable*, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) terhadap *dependent variable*, yakni Kepuasan pelanggan (Y).

2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan hal penting dalam memberikan kepuasan terhadap wisatawan Sumber Maron, jika wisatawan mengalami kualitas pelayanan yang buruk maka dapat dipastikan wisatawan akan berpaling terhadap jasa yang disediakan karena mereka akan merasa tidak puas pada suatu pelayanan yang sudah diberikan. Seperti yang dikatakan hasil penelitian Fakrunnisa (2019) ditemukan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Baik buruknya kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pengunjung. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung. Sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan pengunjung. Berdasarkan uraian konsep dan kajian empiris di atas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Objek wisata Sumber Maron.

2.3.2 Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam membangun kepuasan konsumen perusahaan perlu memberikan fasilitas untuk menambah nilai dari sebuah layanan. Fasilitas sebagai salah satu faktor penting dalam memberikan tingkat kepuasan terhadap wisatawan, jika fasilitas yang disediakan oleh pihak pariwisata itu baik dan lengkap maka tamu akan dengan senang menggunakan fasilitas yang disediakan untuk mempermudah segala aktivitas yang dilakukannya, ini akan membuat wisatawan senang dan puas terhadap fasilitas yang diberikan.

Fasilitas disediakan untuk dipergunakan dan dinikmati oleh pengunjung selama menggunakan jasa layanan sehingga membuat pengunjung merasa nyaman. Semakin baik fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas fasilitas, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan pengunjung. Menurut Nainggolan (2019:37) terdapat suatu pengaruh fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna fasilitas. Berdasarkan uraian konsep dan kajian empiris di atas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

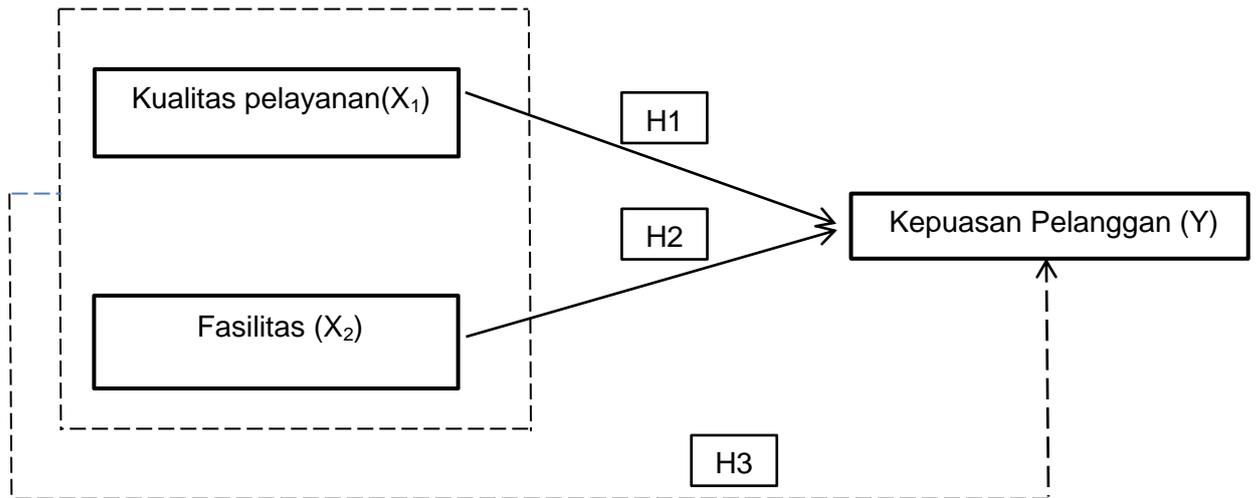
H₂: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron.

2.2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan bentuk terpenuhinya harapan konsumen yang tidak terlepas dari bagaimana usaha perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dan fasilitas akan selalu berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kenapa, karena sudah menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, pelanggan akan menilai dimana tingkat kepuasannya mulai dari tingkat pelayanannya serta fasilitas yang disediakan oleh pihak penyedia jasa. Seperti yang dikatakan menurut (Hanim, 2020:72) menyebutkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian konsep dan kajian empiris di atas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₃: Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata Sumber Maron.

Dari penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan model hipotesis penelitian pada gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Model Hipotesis

Sumber: Data Diolah, 2022