

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Jasa yang dirasakan harus sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Selanjutnya, jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih buruk dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten (Tjiptono, 2014).

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi

atau melebihi harapan (Tjiptono, 2014). (Olsen dan Wickoff dalam Yamit ,2010), jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya.

b. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Zeithaml, Parasuraman & Berry (2011) menyatakan, untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada 5 dimensi pelayanan, yaitu:

1. Tangible (Berwujud) : Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.
2. Reliability (Kehandalan) : Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
3. Responsiveness (Daya Tanggap) : Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
4. Assurance (Jaminan) : Merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
5. Emphaty (Empati) : Empati merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu.

2. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan (Zakiah Dradjat, 2012). Sedangkan menurut (Suryo Subroto, 2011) fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Selain itu fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan, memperlancar pelaksanaan suatu usaha (Suharsimi Arikunto, 2013).

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Nirwana (2012) menyatakan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah :

1. Desain Fasilitas
2. Nilai Fungsi
3. Estetika
4. Kondisi yang mendukung
5. Peralatan penunjang

b. Indikator fasilitas menurut Tjiptono (2011) terdiri dari :

1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial

Aspek seperti proporsi, kenyamanan 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 arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam terminal keberangkatan, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan dan Perabot

Unsur ini berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.

4. Unsur pendukung lainnya, misalnya: Wifi, Charger dan lain sebagainya.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2012). Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan menurut Tse & Wilton dalam Tjiptono (2014) adalah kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau kinerja norma lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipersepsikan dengan hasil (outcome) yang diharapkan. Ketika hasil berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Apabila hasil memenuhi harapan, pelanggan puas. Apabila hasil melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Konteks teori consumer behaviour, kepuasan didefinisikan dari pengalaman konsumen setelah merasakan dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa yang telah disediakan oleh pemasar atau perusahaan, (Kotler dan Keller, 2012). Harapan perusahaan dari mempertahankan konsumen yaitu untuk menstabilkan dan meningkatkan penjualan pada saat penjualan mengalami penurunan.

Tjiptono (2014) menyatakan pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama, yakni :

1. Barang dan Jasa berkualitas

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu berlaku prinsip “Quality comes first, satisfaction programs follow“. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Seringkali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga yang lebih mahal.

2. Hubungan Pemasaran

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (Repeat Business) dan menciptakan loyalitas pelanggan.

3. Program Promosi Loyalitas

Program Promosi Loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan.

4. Fokus pada pelanggan terbaik

Pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk (Heavy Users). Tentu saja mereka berbelanja banyak, namun kriteria lainnya menyangkut pembayarannya yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka telah sangat paham mengenai cara berinteraksi dengan perusahaan), dan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas dari pada terus – menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah).

5. Sistem penanganan komplain secara efektif

Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harus memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar – benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak

awal. Baru setelah itu, jika ada masalah, perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan keluhan. Tjiptono (2011) menyatakan sistem penanganan komplain yang efektif membutuhkan beberapa aspek seperti permohonan maaf kepada pelanggan yang marah atas ketidaknyamanan yang mereka alami, empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah/keluhan dan kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan (via saluran telepon bebas pulsa, surat, email, fax maupun tatap muka langsung) dalam rangka menyampaikan komentar, kritik, saran, pernyataan dan komplain.

6. Jaminan tanpa syarat

Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima. Garansi ini bermanfaat dalam mengurangi resiko pembelian oleh pelanggan, memberikan sinyal mengenai kualitas produk dan secara tegas menyatakan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas produk/jasa yang diberikannya.

7. Program Pembayaran Kinerja

Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga

harus dipuaskan kebutuhannya. Dengan kata lain, Total Customer Satisfaction harus didukung pula dengan Total Quality Reward yang mengaitkan sistem penilaian kinerja dan kompensasi dengan kontribusi setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Indikator kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lowney dalam Tjiptono (2004) :

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Ketersediaan Merekomendasikan

b. Faktor faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam Menentukan tingkat kepuasan Pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut (Lupiyoadi, 2014) yaitu :

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bawa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan (Service quality)

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Harga Produk

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga produk murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.

4. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi dari nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

4. Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta

Bandar Udara Internasional Halim Perdanakusuma adalah sebuah bandar udara yang terletak di Jakarta. Bandar udara ini juga digunakan sebagai markas Komando Operasi Angkatan Udara I (Koops AU I) TNI-AU sebelumnya bandar udara ini bernama Lapangan Udara Cililitan. Bandara Udara Halim Perdanakusuma merupakan bandara komersial dan Militer yang terletak di Jakarta Timur dan di kelola oleh PT. Angkasa Pura II.

Bandar Udara Halim Perdanakusuma sebelumnya merupakan bandara yang hanya melayani penerbangan VVIP dan charter flight, tapi mulai tanggal 10 Januari 2014 Bandar Udara Halim Perdanakusuma beroperasi sementara menjadi bandara komersial untuk membantu penerbangan di Bandar Udara Soekarno – Hatta yang telah padat. Mulai tahun 2013 Bandar Udara Halim Perdanakusuma juga melayani penerbangan haji yang dialihkan dari Bandar Udara Soekarno – Hatta akibat dari revitalisasi yang sedang dilakukan Bandar udara tersebut. Adapun maskapai yang beroperasi di bandara tersebut meliputi: Batik Air, Citilink, Garuda Indonesia, Susi Air, Trans Nusa dan Pelita Air Services yang melayani berbagai rute penerbangan.

5. Unit Informasi

Unit Informasi adalah unit operasional yang mempunyai peranan sangat penting dalam menunjang kegiatan operasional bandar udara bertugas untuk memberikan jasa pelayanan bandar udara secara langsung kepada penumpang maupun non-penumpang. Tugas Unit Informasi adalah sebagai berikut:

1. Bertugas memberikan informasi kepada seluruh penumpang maupun non-penumpang berkaitan dengan Schedule flight, change schedule, cancellation flight, delay, departure, arrival. Selain itu memberikan pengumuman kepada pengguna jasa di wilayah bandar udara mengenai berita kehilangan barang di terminal bandar udara serta

melakukan panggilan kepada pengguna jasa bandar udara sesuai permintaan.

2. Memberikan pengumuman pada flight information display system (FIDS) mengenai informasi terbaru dari data-data yang telah dicatat dalam log book.
3. Bertugas menerima telfon masuk maupun keluar untuk di teruskan kepada dinas terkait.

6. Ruang Tunggu Keberangkatan

Ruang tunggu keberangkatan merupakan salah satu bagian dari fasilitas sisi darat yang digunakan penumpang untuk menunggu keberangkatan pesawat. Ruang tunggu merupakan salah satu pelayanan yang disediakan oleh perusahaan jasa penerbangan kepada penumpang. Oleh karena itu perusahaan dalam hal ini pengelola jasa bandar udara harus memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya agar penumpang merasa nyaman dan puas. Adisasmita (2012), menyebutkan suatu ruang tunggu keberangkatan memerlukan penataan agar terkesan baik dengan cara berikut:

- a. Kualitas pelayanan pada ruang tunggu yang pertama dan terutama adalah luas ruangan harus cukup besar dan menyediakan kursi tempat duduk yang memenuhi jumlah penumpang di jam sibuk.
- b. Kondisi ruangan harus diciptakan sedemikian rupa sehingga memiliki kesejukan (temperatur yang dingin), bagi penumpang perokok

disediakan ruang khusus merokok sehingga penumpang lain merasa nyaman dan dapat bernafas bebas.

- c. Disekitar ruang keberangkatan terdapat restoran, kios, kafe mini, toko buku, toko kerajinan dan cinderamata, toko makanan dan minuman, toko pakaian, sepatu dan perhiasan untuk melayani kebutuhan penumpang.
- d. Penataan dan pengaturan dalam gedung terminal penumpang, termasuk pula pada ruang tunggu keberangkatan harus dilakukan secara serasi, harmonis, efektif, dan efisien sehingga penumpang merasa nyaman. Lokasi unit-unit pelayanan diletakkan di pinggir atau disekitar agar sirkulasi manusia dan barang dapat dilakukan secara lancar, cepat, mudah, dan tidak mengalami hambatan (aksesibilitas tinggi) serta berkapasitas.

B. Penelitian yang Relevan

Gambar 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	TomyAndrianto, S.ST, MM.Par dan Ariani Noor, M.Sc	2012	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung.	Hasil penelitian ini rata-rata penilaian responden bernilai 3.3653 yang berarti kualitas pelayanan Bandar Udara Husein Sastranegara dianggap biasa saja atau belum baik.
2	Muhammad Arief	2011	Kualitas Pelayanan Publik Di Bandara Internasional Sultan Hasanudin Makassar	Hasil Analisa data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan publik pada Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar belum maksimal, dimana penilaian negative dari penumpang lebih

				dominan dari penilaian positifnya.
3	WarthaArdia	2017	Pengaruh Fasilitas, Layanan dan Informasi Akseibilitas terhadap tingkat kepuasan penumpang di Bandara Husein Sastranegara Bandung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas, kualitas layanan, dan informasi akseibilitas secara gabungan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penumpang angkutan udara dalam negeri sebesar 60% dan terhadap tingkat kepuasan penumpang luar negeri 51,2 %. Nilai indeks kinerja pelayanan bandar udara berdasarkan kepuasan konsumen mendapatkan kategori baik.

Sumber: Peneliti (2020)

1. Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Tomy Andrianto, S.ST, MM.Par dan Ariani Noor, M.Sc

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tomy Andrianto, S.ST, MM. Par dan Ariani Noor, M.Sc yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas kualitas pelayanan dan variabel terikat kepuasan penumpang. Selain itu, pada penelitian ini juga menggunakan analisis data yang sama dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung dan penambahan variabel bebas yaitu fasilitas. Selain itu, terdapat perbedaan pada analisis data yang dilakukan oleh Tomy Andrianto, S.ST, MM.Par dan Ariani Noor, M.Sc yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena hanya menggunakan satu variabel bebas.

2. Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Arief

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arief yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian nomor dua terletak pada variabel penelitian, tempat penelitian, dan waktu penelitian. Pada penelitian kedua variabel penelitian hanya satu variabel, yaitu kualitas pelayanan, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis terdiri atas tiga variabel. Tempat penelitian pada penelitian kedua di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanudin Makassar pada tahun 2011. Penelitian yang dilakukan penulis di Bandar Udara Halim Perdanakusuma pada tahun 2020.

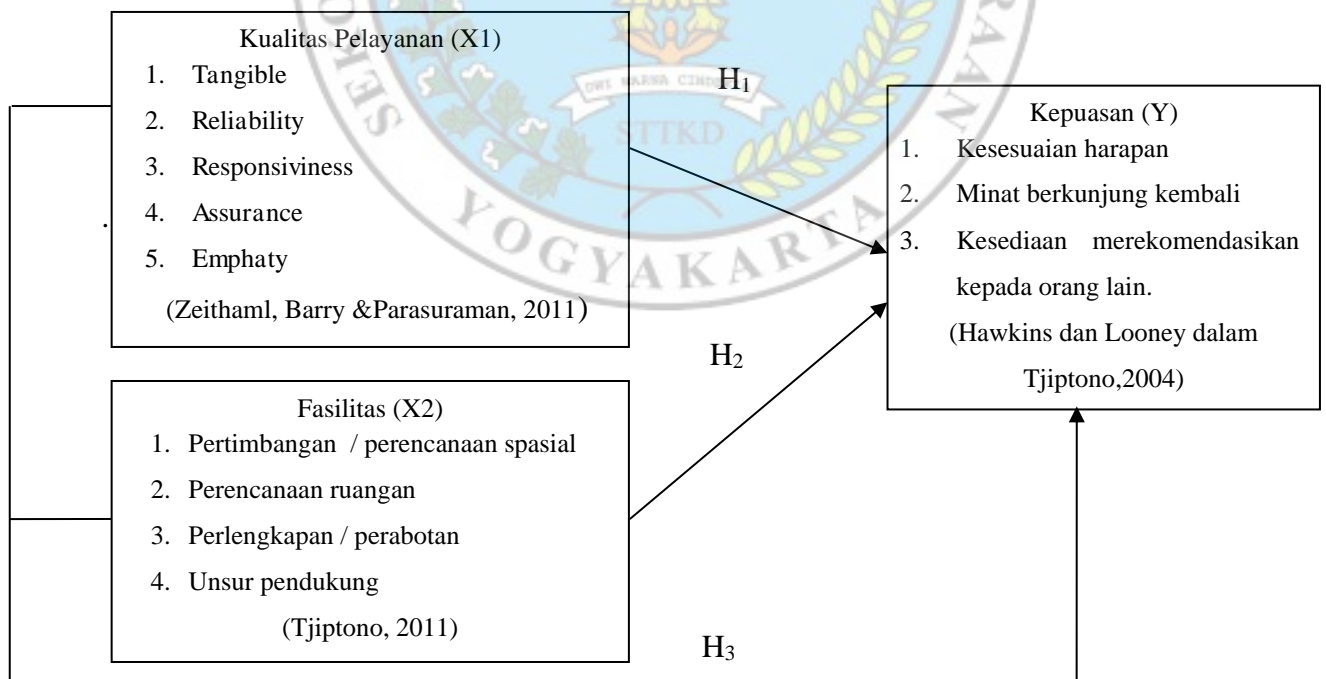
3. Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Wartha Ardhia

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wartha Ardhia yaitu sama sama menggunakan variabel bebas fasilitas dan variabel terikat kepuasan penumpang. Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan dan pada variabel kedua (X2) pada penelitian ketiga tentang informasi aksesibilitas, sedangkan variabel kedua (X2) pada penelitian yang dilakukan penulis tentang Unit Informasi. Selain itu, analisis data yang digunakan pada penelitian Wartha Ardhia menggunakan variabel bebas aksesibilitas dan metode analisis data menggunakan uji asumsi.

. Tempat penelitian pada penelitian ketiga di Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung pada tahun 2017. Tempat penelitian yang akan dilakukan penulis di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta, pada tahun 2020.

C. Kerangka Pemikiran Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan Unit Informasi dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta. Kerangka pemikiran dalam hal ini menggambarkan pengaruh dari variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan Unit Informasi (X1) dan Fasilitas Ruang Tunggu (X2) dengan variabel terikat, yaitu Kepuasan Penumpang (Y), baik secara parsial maupun secara simultan.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Sumber: Peneliti (2020)

D. Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan secara teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka (Martono, 2010).

Berdasarkan dari uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis untuk penelitian ini adalah :

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan unit informasi terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta.

H1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan Unit Informasi terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta.

Ho : Tidak terdapat pengaruh fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta.

H2 : Ada pengaruh fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta.

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan unit informasi dan fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta.

H3 : Ada pengaruh kualitas pelayanan Unit Informasi dan fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara Halim Perdanakusuma Jakarta.