

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Salah satu data pendukung yang didapatkan dari fakta atau hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, baik itu persamaan dalam hal metode yang digunakan maupun tujuan dalam penelitian. Dalam hal ini penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan merupakan penelitian yang berupa skripsi maupun jurnal. Gambaran dari hasil penelitian terdahulu dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 2.1 Review Jurnal Terdahulu

No	Judul Artikel Jurnal, Penulis, dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Yang Digunakan	Kesimpulan
1.	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Customer Satisfaction Indeks dan Service Quality (Studi Kasus Di Amayasuites Hotel Yogyakarta) Oleh Iriandika (2018)	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.	<i>Tangibles</i> (X1), <i>Responsiveness</i> (X2), <i>Reliability</i> (X3), <i>Asurance</i> (X4), <i>Empathy</i> (X5)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode CSI yaitu 73%, Pengolahan data dengan metode service quality perolehan nilai <i>gap</i> pada setiap atribut-atribut memiliki nilai negatif yang berarti masih kurang dari harapan yang diinginkan.

Lanjutan Tabel 2.1 Review Jurnal Terdahulu

2.	Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kantin Institut Teknologi Sumatera Menggunakan Importance-Performance Analysis Oleh Pangastuti & Permana (2019)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	<i>Tangibles</i> (X1), <i>Responsiveness</i> (X2), <i>Reliability</i> (X3), <i>Assurance</i> (X4), <i>Empathy</i> (X5)	Hasil penelitian menunjukkan hasil CSI adalah 72,33%, menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen kantin dikategorikan sebagai "puas".
3.	Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Braja Mustika Hotel & Convention Centre Bogor Oleh Suwanda & Siregar (2015)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	<i>Tangibles</i> (X1), <i>Responsiveness</i> (X2), <i>Reliability</i> (X3), <i>Assurance</i> (X4), <i>Empathy</i> (X5)	Hasil penelitian menunjukkan nilai dari CSI yang telah dihitung mencapai angka 0,80 dimana dari skala yang ada nilai tersebut masuk dalam tingkatan 0,66-0,80 dimana konsumen merasa PUAS dengan kualitas layanan.

Sumber : (Iriandika, 2018), (Pangastuti & Permana, 2019), (Suwanda & Siregar, 2015).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Layanan

2.2.1.1 Pengertian

Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyoadi, 2001). Kualitas layanan yaitu memberikan kepuasan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan oleh penerima layanan (Rahmayanty, 2010). Kualitas layanan adalah

suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas layanan juga harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 2009).

2.2.1.2 Indikator

Berikut merupakan indikator dimensi kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2009) :

1. *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten.

2. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.

3. *Tangibles* (Berwujud)

Yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

4. *Empathy* (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

5. *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.