

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan karyawan merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen sumber daya manusia dan berpengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung serta keberhasilan organisasi. Kualitas pelayanan juga merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya untuk mengimbangi harapan pengunjung. Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya, karena pelayanan bersifat tidak berwujud dan sangat bergantung pada interaksi antara karyawan dan pengunjung. Oleh karena itu, peran karyawan sebagai pelaksana pelayanan menjadi sangat menentukan dalam menciptakan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya ditunjukkan melalui kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugas secara teknis, tetapi juga melalui sikap ramah, sopan, tanggap, dan profesional dalam melayani pengunjung. Karyawan yang mampu memberikan perhatian, memahami kebutuhan pengunjung, serta merespons keluhan dengan cepat dan tepat akan meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan pengunjung. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berdampak pada menurunnya minat kunjungan dan citra organisasi.

Selain itu, kualitas pelayanan karyawan juga mencerminkan kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya manusia secara efektif. Pelatihan, pengawasan, serta pemberian motivasi kepada karyawan merupakan faktor pendukung dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Apabila karyawan memiliki kompetensi dan komitmen yang baik, maka pelayanan yang diberikan akan lebih konsisten dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan karyawan menjadi langkah strategis dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung serta menjaga keberlangsungan dan

daya saing organisasi. Adapun definisi kualitas pelayanan menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan atau pengunjung. Menurut Ginting et al. (2025) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan karena melibatkan proses interaksi langsung antara penyedia jasa dan pelanggan. Kemampuan penyedia jasa dalam memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan yang beragam sangat menentukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sejalan dengan hal tersebut, Putri dan Santoso (2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik tercermin dari kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang responsif, ramah, dan profesional sehingga mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Selanjutnya, Lestari et al. (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat bergantung pada persepsi konsumen, di mana jasa yang dinilai paling memuaskan merupakan jasa dengan kualitas pelayanan tertinggi. Persepsi tersebut terbentuk dari kesesuaian antara harapan konsumen dan pelayanan yang diterima. Menurut Manengal (2021), kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang bersifat dinamis dan berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, serta lingkungan yang secara keseluruhan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Pendapat tersebut diperkuat oleh Dzikra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu sistem strategis yang melibatkan seluruh unsur organisasi, mulai dari pimpinan hingga pegawai, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara optimal. Sementara itu, Ibrahim dan Tawil (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan serangkaian bentuk layanan yang diberikan untuk membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, Ekasari, Purnamasari, dan Ali (2018) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kegiatan pelayanan yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pengunjung melalui penyediaan jasa yang meliputi harga yang wajar, kecepatan pelayanan, kenyamanan, kemudahan akses, serta penampilan yang menarik.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas, kualitas pelayanan merupakan konsep yang melibatkan berbagai produk, proses, sumber daya manusia, dan lingkungan. Kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari kemampuan memenuhi atau melampaui harapan pengunjung, tetapi juga dari tingkat keunggulan yang dikendalikan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan bersifat subjektif, tergantung pada persepsi dan kepuasan individu terhadap layanan yang diterima. Selain itu, kualitas pelayanan mencakup kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pengalaman yang memuaskan, yang meliputi faktor-faktor seperti harga yang wajar, kecepatan layanan, lokasi yang strategis, kenyamanan, dan penampilan yang menarik. Dengan demikian, kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan persepsi mereka setelah menerima layanan tersebut.

2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan adalah ukuran atau tanda yang digunakan untuk menilaiseberapa baik suatu layanan diberikan kepada pelanggan. Indikator ini membantu organisasimengetahui apakah layanan yang diberikan sudah memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Putri & Santoso (2024) adalah sebagai berikut:

1. Keandalan Pelayanan

Keandalan pelayanan menunjukkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Keandalan tercermin dari ketepatan waktu pelayanan, kesesuaian layanan dengan yang dijanjikan, serta minimnya kesalahan dalam proses pelayanan. Pelayanan yang andal akan meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap penyedia jasa.

2. Daya Tanggap Karyawan

Daya tanggap berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pengunjung serta merespons permintaan, pertanyaan, maupun keluhan yang disampaikan. Karyawan yang tanggap akan menciptakan kesan bahwa pengunjung diperhatikan dan dihargai, sehingga meningkatkan

kenyamanan selama berada di lokasi wisata.

3. Jaminan Pelayanan

Jaminan pelayanan mencerminkan kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pengunjung. Indikator ini meliputi pengetahuan karyawan terhadap layanan yang diberikan, sikap sopan dan profesional, serta kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan kepada pengunjung.

4. Empati terhadap Pengunjung

Empati menunjukkan perhatian dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pengunjung secara individual. Empati tercermin dari sikap ramah, kesediaan mendengarkan keluhan, serta kemampuan memahami kebutuhan dan harapan pengunjung yang beragam. Pelayanan yang penuh empati akan meningkatkan kepuasan emosional pengunjung.

5. Bukti Fisik Pelayanan

Bukti fisik mencakup kondisi fasilitas, kebersihan lingkungan, kelengkapan sarana dan prasarana, serta kerapian penampilan karyawan. Fasilitas yang bersih, nyaman, dan tertata dengan baik akan memberikan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan pengunjung selama menikmati layanan.

6. Keramahan dan Sikap Karyawan

Keramahan karyawan merupakan indikator penting dalam kualitas pelayanan karena berhubungan langsung dengan interaksi antara karyawan dan pengunjung. Sikap ramah, sopan, dan komunikatif akan menciptakan suasana pelayanan yang menyenangkan dan meningkatkan pengalaman positif pengunjung.

7. Kejelasan Informasi Pelayanan

Kejelasan informasi berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi mengenai harga, fasilitas, aturan, dan prosedur pelayanan secara jelas dan mudah dipahami. Informasi yang jelas akan mengurangi kebingungan pengunjung dan meningkatkan efisiensi pelayanan.

8. Penanganan Keluhan Pengunjung

Penanganan keluhan menunjukkan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami pengunjung secara cepat, tepat, dan adil. Penanganan keluhan yang baik dapat mengurangi ketidakpuasan dan meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap kualitas pelayanan.

Sementara itu, menurut Rahman dan Putra (2024), kualitas pelayanan dapat diukur melalui sejumlah indikator yang menekankan pada kinerja karyawan, proses pelayanan, serta kenyamanan pengunjung selama menerima layanan.

1. Ketepatan dan keakuratan pelayanan, yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung secara tepat, benar, dan akurat, baik dari segi waktu, prosedur, maupun informasi yang disampaikan, sehingga tidak menimbulkan kesalahan dalam proses pelayanan.
2. Kecepatan pelayanan, yaitu kemampuan karyawan dalam melayani pengunjung dengan waktu tunggu yang relatif singkat tanpa mengurangi mutu, ketelitian, dan ketepatan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung.
3. Kesopanan dan etika karyawan, yaitu sikap karyawan dalam berinteraksi dengan pengunjung yang ditunjukkan melalui perilaku yang santun, tutur kata yang baik, serta sikap menghormati dan menghargai pengunjung selama proses pelayanan berlangsung.
4. Kemampuan komunikasi karyawan, yaitu kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi pelayanan secara jelas, lengkap, dan mudah dipahami oleh pengunjung, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman atau kebingungan selama menerima layanan.
5. Perhatian dan kepedulian karyawan, yaitu kesediaan karyawan dalam memberikan perhatian secara personal kepada pengunjung, mendengarkan kebutuhan dan keluhan pengunjung, serta berupaya memberikan solusi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi pengunjung.

6. Konsistensi pelayanan, yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang stabil dan seragam kepada setiap pengunjung secara berkelanjutan, tanpa adanya perbedaan perlakuan antar pengunjung.
7. Kenyamanan fasilitas pendukung pelayanan, yaitu kondisi fasilitas yang bersih, rapi, tertata, dan berfungsi dengan baik sehingga mampu mendukung proses pelayanan serta menciptakan rasa nyaman bagi pengunjung selama berada di lokasi wisata.
8. Keamanan dan keselamatan pengunjung, yaitu kemampuan pengelola dan karyawan dalam menciptakan lingkungan pelayanan yang aman, tertib, dan memberikan rasa tenang bagi pengunjung selama menikmati layanan yang diberikan.
9. Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan, yaitu kemampuan karyawan dalam menerima, menanggapi, dan menyelesaikan keluhan pengunjung secara cepat, tepat, dan bertanggung jawab sehingga dapat meminimalkan ketidakpuasan pengunjung.
10. Kesesuaian pelayanan dengan standar operasional, yaitu tingkat kesesuaian pelayanan yang diberikan oleh karyawan dengan standar operasional pelayanan yang telah ditetapkan oleh pengelola, sehingga pelayanan dapat berjalan secara terarah, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan.
11. Komitmen karyawan terhadap kualitas pelayanan, yaitu kesungguhan karyawan dalam menjalankan tugas pelayanan dengan penuh tanggung jawab serta berorientasi pada kepuasan pengunjung.
12. Pengalaman pelayanan secara keseluruhan, yaitu penilaian pengunjung terhadap seluruh proses pelayanan yang diterima, mulai dari kedatangan hingga selesai menikmati layanan, yang membentuk persepsi terhadap kualitas pelayanan secara menyeluruh.

2.1.3 Faktor faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Menurut Sualang (2020), faktor utama yang memengaruhi kualitas pelayanan terdiri atas dua komponen, yaitu layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*).

1. *Expected Service* (Pelayanan yang Diharapkan Pelanggan)

Expected service merupakan standar atau tolok ukur yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan. Harapan pelanggan terbentuk sebelum menerima pelayanan dan dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, rekomendasi orang lain, informasi promosi, serta citra perusahaan atau penyedia jasa. Harapan ini mencerminkan apa yang dianggap penting oleh pelanggan dan menjadi dasar utama dalam mengevaluasi pelayanan yang diterima. Faktor-faktor yang memengaruhi *expected service* antara lain:

a. Pengalaman Masa Lalu

Pelanggan cenderung membandingkan pelayanan saat ini dengan pengalaman sebelumnya. Jika pengalaman terdahulu memuaskan, pelanggan memiliki harapan tinggi; sebaliknya, pengalaman negatif akan menurunkan harapan.

b. Rekomendasi dan Ulasan Orang Lain

Pendapat teman, keluarga, atau ulasan online dapat membentuk harapan pelanggan sebelum mereka menggunakan jasa.

c. Informasi Promosi

Promosi, iklan, dan penjelasan layanan dapat memengaruhi ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

d. Citra Perusahaan

Reputasi perusahaan atau penyedia jasa memengaruhi tingkat kepercayaan dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi ini, pelanggan akan merasa puas dan membentuk persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Sebaliknya, jika pelayanan di bawah harapan, pelanggan akan menilai kualitas pelayanan kurang baik, yang dapat memengaruhi loyalitas dan keputusan untuk menggunakan kembali jasa.

2. *Perceived Service* (Pelayanan yang Dirasakan Pelanggan)

Perceived service adalah penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang benar-benar dirasakan selama proses pelayanan berlangsung. Persepsi ini terbentuk melalui pengalaman langsung dengan penyedia jasa dan melibatkan beberapa aspek penting:

a. Interaksi Karyawan dan Pelanggan

Cara karyawan melayani pelanggan, sikap ramah, responsif, dan kesopanan sangat memengaruhi persepsi kualitas. Pelanggan menilai pelayanan bukan hanya dari hasil akhir, tetapi dari proses interaksi secara langsung.

b. Kecepatan dan Ketepatan Pelayanan

Pelayanan yang cepat, tepat waktu, dan sesuai prosedur meningkatkan persepsi positif pelanggan. Ketidaktepatan atau keterlambatan pelayanan dapat menurunkan persepsi kualitas meskipun hasil akhirnya memuaskan.

c. Kenyamanan dan Fasilitas Pendukung

Kondisi fasilitas, peralatan, dan lingkungan yang mendukung kenyamanan pelanggan turut membentuk persepsi kualitas. Fasilitas yang memadai menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

d. Konsistensi Pelayanan

Pelayanan yang konsisten sesuai standar dan prosedur membantu pelanggan merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman yang stabil setiap kali menggunakan jasa.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan muncul dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*).

a. Kepuasan Positif

Terjadi ketika pelayanan yang diterima melebihi atau sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini mendorong loyalitas, promosi dari mulut ke mulut, dan kemungkinan pelanggan menggunakan kembali jasa.

b. Ketidakpuasan

Terjadi ketika pelayanan yang diterima berada di bawah ekspektasi pelanggan. Ketidakpuasan dapat menurunkan reputasi perusahaan, mengurangi loyalitas, dan memengaruhi keputusan pelanggan untuk mencari alternatif layanan lain.

4. Upaya Perusahaan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Agar kualitas pelayanan tetap optimal dan sesuai harapan pelanggan, perusahaan harus melakukan langkah-langkah strategis berikut:

a. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

Melatih karyawan agar memiliki keterampilan teknis dan sikap pelayanan yang baik. Karyawan yang terlatih mampu melayani pelanggan dengan ramah, cepat, dan tepat.

b. Perbaikan Sistem dan Prosedur Pelayanan

Menyederhanakan alur pelayanan, memperjelas prosedur, dan meningkatkan efisiensi proses agar pelayanan lebih cepat dan akurat.

c. Penyediaan Fasilitas Pendukung

Menyediakan peralatan dan fasilitas yang mendukung kenyamanan pelanggan selama menerima pelayanan. Fasilitas yang baik meningkatkan pengalaman positif pelanggan.

d. Pengelolaan Harapan Pelanggan

Menyampaikan informasi layanan secara jelas melalui promosi, brosur, atau komunikasi langsung agar ekspektasi pelanggan realistis dan sesuai dengan kemampuan perusahaan.

e. Evaluasi dan Umpan Balik Pelanggan

Secara berkala mengevaluasi pelayanan yang diberikan, mendengarkan keluhan dan saran pelanggan, serta melakukan perbaikan berkesinambungan untuk meningkatkan kualitas layanan.

5. Dampak Kualitas Pelayanan yang Baik

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan secara konsisten.
- b. Membentuk loyalitas pelanggan jangka panjang.
- c. Meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata publik.
- d. Memperkuat daya saing perusahaan dalam pasar jasa yang kompetitif.

Sementara itu, menurut Christian Gronroos dalam Rolando (2018), terdapat empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Menjaga Perhatian dan memperhatikan, di mana pelanggan merasa puas jika karyawan dan sistem operasional mampu menyelesaikan masalah mereka.
2. Spontanitas, yaitu karyawan menunjukkan keinginan untuk membantu menyelesaikan masalah pelanggan.
3. Penyelesaian masalah, di mana karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan menjalankan tugas sesuai standar, termasuk pelatihan yang memadai untuk memberikan pelayanan yang lebih baik.
4. Perbaikan, apabila terjadi masalah, harus ada personil yang siap melakukan upaya khusus untuk mengatasi kondisi tersebut.

2.2 Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau puas yang dirasakan seseorang setelah menerima layanan atau pengalaman tertentu. Kepuasan ini muncul ketika harapan pengunjung terhadap layanan atau produk yang diterima terpenuhi atau bahkan terlampaui. Jika layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan, pengunjung akan merasa puas dan cenderung memiliki kesan positif. Sebaliknya, jika layanan tersebut kurang memenuhi harapan, pengunjung bisa merasa kecewa. Dengan kata lain, kepuasan pengunjung merupakan hasil dari perbandingan antara harapan mereka sebelum menerima layanan dan kenyataan yang mereka alami selama atau setelah mendapatkan layanan tersebut. Kepuasan pengunjung tidak hanya ditentukan oleh produk atau layanan itu sendiri, tetapi juga oleh pengalaman keseluruhan, termasuk interaksi dengan staf, responsivitas pelayanan, kondisi fasilitas, lingkungan yang nyaman, serta kemampuan perusahaan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan individual pengunjung. Faktor psikologis, seperti persepsi keadilan, rasa dihargai, dan kenyamanan emosional, juga memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan. Semakin konsisten pengalaman yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas, promosi dari mulut ke mulut, dan citra positif bagi perusahaan. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menimbulkan persepsi negatif, mengurangi kemungkinan pengunjung kembali, dan menurunkan reputasi layanan di mata publik. Oleh karena itu, perusahaan atau penyedia jasa perlu secara berkelanjutan mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan, memahami harapan pengunjung, serta menciptakan pengalaman yang menyenangkan agar kepuasan pengunjung selalu terjaga dan memberikan dampak positif jangka panjang.

Adapun pengertian kepuasan pengunjung menurut para ahli antara lain yaitu, Menurut (Wihananto,2019), kepuasan pengunjung merupakan perasaan pengunjung baik puas atau tidak karena evaluasi antar produk atau pelayanan yang diharapkan dengan produk atau layanan yang mereka terima. Menurut (Razak & Rasmansyah,2018), kepuasan pengunjung adalah kondisi dinamis memiliki

hubungan dengan layanan, produk, orang, alam, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan pengunjung. Layanan bagus cerminan perusahaan yang baik dalam menjalankan operasinya. Menurut (Subagja & Susanto, 2019) mengatakan bahwa Kepuasan pengunjung adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pengunjung dapat dipenuhi dengan produk yang digunakan. Menurut (Effendy et al, 2019) mendefinisikan bahwa kepuasan pengunjung harus menjadi hal yang diutamakan setiap perusahaan, kepuasan yang dimaksud Adalah perasaan seseorang yang merasa senang atau sedih yang muncul setelah membandingkan hasil dari suatu produk atau layanan yang dilakukan dengan hasil yang diharapkan.

Berdasarkan pemahaman para ahli teori mengenai kepuasan pengunjung di simpulkan kepuasan pengunjung adalah keadaan yang dirasakan oleh pengunjung dengan baik maupun tidak baik yang layanannya diharapkan produk dan jasa yang diberikan pegawai melalui membandingkan kinerja diberikan dengan ekspektasi yang pengunjung harapkan.

2.2.1 Indikator Kepuasan Pengunjung

Indikator kepuasan pengunjung merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana layanan atau fasilitas yang diberikan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung. Adapun indikator menurut ahli yaitu, Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) kepuasan pengunjung dapat diukur dengan beberapa indikator.

1. Kesesuaian harapan Kesesuaian harapan pengunjung merupakan sejauh mana pengalaman yang dirasakan atas suatu destinasi yang dibandingkan dengan harapan yang dimiliki oleh pengunjung. Hal ini tentunya mencapai berbagai aspek seperti fasilitas fisik, kenyamanan, hingga pelayanan yang diberikan. Dalam pengelolaan tempat wisata sangat penting untuk memahami dan memperhatikan harapan pengunjung untuk menyentuh ekspektasi mereka sehingga terbangun reputasi yang baik.

2. Minat berkunjung kembali Minat berkunjung kembali Ketertarikan seseorang untuk kembali mengunjungi suatu tempat mencerminkan kondisi menyenangkan dari tempat tersebut sehingga berkeinginan untuk mengunjungi kembali. Dalam konteks ini, minat melakukan kunjungan ulang dapat mencakup ketertarikan dengan koleksi artefak, keinginan untuk mempelajari lebih dalam terkait sejarah dan budaya, atau hanya untuk menikmati pengalaman menyenangkan dan informatif.
3. Kesiapan merekomendasikan Pengunjung yang merasa puas atas kunjungannya akan memiliki tindakan untuk memberikan saran atau rekomendasi kepada orang lain dengan maksud agar orang tersebut mendapatkan pengalaman yang menyenangkan juga. Dalam hal ini, seseorang akan mengatakan pengalaman menyenangkan sehingga tempat atau destinasi wisata tersebut memiliki pengunjung baru.

Sementara menurut Hidayatullah (2020) dalam kajian indikator kepuasan pengunjung, indikator yang mencakup:

- a. Kualitas produk wisata

indikator ini menunjukkan sejauh mana pengunjung merasa puas terhadap produk atau objek wisata yang ditawarkan. Produk wisata yang berkualitas meliputi daya tarik wisata yang lengkap, fasilitas yang memadai, kebersihan dan keamanan area, serta kesesuaian dengan kebutuhan dan preferensi pengunjung. Semakin tinggi kualitas produk wisata, semakin besar kemungkinan pengunjung merasa pengalaman mereka memuaskan dan ingin kembali. Kualitas produk tidak hanya berfokus pada aspek fisik, tetapi juga pada keberagaman pengalaman yang ditawarkan, seperti wisata edukatif, rekreatif, dan interaktif, yang dapat meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

- b. Kualitas pelayanan

indikator ini berkaitan dengan bagaimana staf dan pengelola memberikan layanan kepada pengunjung. Pelayanan yang baik mencakup sikap ramah, sopan, responsif, profesional, dan mampu memenuhi permintaan

pengunjung secara tepat waktu. Kualitas pelayanan yang tinggi akan membuat pengunjung merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga memengaruhi persepsi positif mereka terhadap tempat atau destinasi tersebut. Selain itu, kualitas pelayanan juga meliputi kemampuan staf dalam memberikan informasi yang jelas, membantu pengunjung menyelesaikan masalah, serta menciptakan suasana yang nyaman dan aman selama kunjungan.

c. Aspek emosional (harapan dan kepercayaan pengunjung)

indikator ini mencakup respon psikologis pengunjung selama dan setelah pengalaman mereka. Pengunjung yang merasa puas biasanya mengalami emosi positif seperti senang, nyaman, dan percaya diri terhadap layanan yang diterima. Perasaan ini muncul karena pengalaman mereka sesuai atau melebihi ekspektasi awal. Aspek emosional sangat penting karena memengaruhi persepsi keseluruhan terhadap kualitas destinasi dan layanan, serta dapat meningkatkan loyalitas pengunjung. Pengunjung yang memiliki pengalaman emosional positif cenderung membentuk kesan baik dan bersedia merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

d. Minat kunjungan ulang (revisit intention)

indikator ini menunjukkan perilaku atau niat pengunjung untuk kembali mengunjungi tempat yang sama di masa depan. Minat kunjungan ulang biasanya muncul setelah pengunjung merasa puas dengan kualitas produk, layanan, dan pengalaman yang diterima. Tingkat minat kunjungan ulang juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti rekomendasi teman, ulasan online, dan perubahan kebutuhan atau preferensi pengunjung. Indikator ini penting karena tidak hanya mencerminkan kepuasan saat ini, tetapi juga potensi loyalitas jangka panjang yang dapat mendukung reputasi dan keberlanjutan destinasi wisata.

2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pengalaman yang dirasakan selama menikmati suatu objek wisata. Faktor-faktor tersebut antara lain kualitas pelayanan, fasilitas yang disediakan, harga, kenyamanan, keamanan, serta lingkungan wisata. Setiap pengunjung memiliki tingkat harapan yang berbeda, sehingga kepuasan yang dirasakan juga bergantung pada sejauh mana pengelola mampu memenuhi harapan tersebut. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pengunjung. Namun demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati et al. (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan jumlah karyawan serta kurang optimalnya pelayanan yang diberikan, sehingga pengunjung lebih memprioritaskan faktor lain seperti fasilitas dan harga dibandingkan kualitas pelayanan. Berbeda dengan hasil penelitian tersebut, penelitian ini menempatkan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengunjung di Wisata Monaco Park Sibiru-biru. Oleh karena itu, kualitas pelayanan karyawan menjadi fokus utama dalam penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Beberapa faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengunjung antara lain:

1. Kualitas Pelayanan

- a. Berhubungan dengan bagaimana karyawan atau pengelola memberikan layanan kepada pengunjung.
- b. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, karena keterbatasan jumlah karyawan membuat informasi dan bantuan yang diberikan kurang optimal.

2. Fasilitas

- a. Meliputi sarana dan prasarana yang tersedia seperti mushola, toilet, lahan parkir, kebersihan lingkungan, hingga kenyamanan tempat wisata.
- b. Fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin baik dan lengkap fasilitas, semakin tinggi kepuasan wisatawan.

3. Harga

- a. Berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan pengunjung selama berwisata.
- b. Faktor harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan, bahkan menjadi faktor paling dominan.

2.2.3 Model Pengukuran Kepuasan Pengunjung

Model pengukuran kepuasan pengunjung dalam penelitian yang dilakukan oleh Adrianto dan Tulus Rohana (2022) didasarkan pada pendekatan kualitas pelayanan (*service quality*). Model ini menjelaskan bahwa tingkat kepuasan pengunjung dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan ditempatkan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen. Dengan demikian, kepuasan pengunjung dipandang sebagai hasil evaluasi pengunjung terhadap pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dalam model ini diukur menggunakan lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), ketanggapan (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), dan jaminan kepastian (*assurance*). Bukti fisik mencakup fasilitas, sarana prasarana, serta penampilan pegawai. Empati mencerminkan perhatian dan pemahaman penyedia layanan terhadap kebutuhan pengunjung. Ketanggapan menunjukkan kesediaan dan kecepatan petugas dalam membantu pengunjung, sedangkan kehandalan berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan memberikan pelayanan secara tepat dan sesuai janji. Jaminan kepastian mencakup pengetahuan,

kesopanan, serta kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa percaya dan aman bagi pengunjung.

Sementara itu, kepuasan pengunjung diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kemudahan. Kualitas produk berkaitan dengan manfaat dan mutu layanan yang diterima pengunjung. Kualitas layanan mencerminkan kesesuaian pelayanan dengan harapan pengunjung, sedangkan kemudahan mencakup akses, proses, dan waktu yang dibutuhkan pengunjung dalam memperoleh layanan. Semakin baik persepsi pengunjung terhadap ketiga indikator tersebut, semakin tinggi tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Hasil penelitian Adrianto dan Rohana (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, peningkatan kualitas pelayanan pada kelima dimensi Servqual akan meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan. Model pengukuran ini dapat dijadikan acuan dalam penelitian kepuasan pengunjung di berbagai sektor jasa, karena mampu menggambarkan hubungan yang jelas antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung.

Model pengukuran kepuasan pengunjung berbasis kualitas pelayanan ini menegaskan bahwa kepuasan tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari pengalaman layanan yang dirasakan secara berkelanjutan. Setiap dimensi kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengunjung, sehingga kelemahan pada salah satu dimensi dapat memengaruhi tingkat kepuasan secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengelola jasa perlu memperhatikan seluruh aspek kualitas pelayanan secara seimbang agar kepuasan pengunjung tetap terjaga dan meningkat.

2.3 Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan penelitian ini, penulis telah mempelajari dan memahami berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil
1	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada waterpark kindom citraland di samarinda, Titin charisma (2021).	Untuk memberikan masukan mengenai aspek aspek kualitas pelayanan yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong kungkungan kembali.	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian kualitas peelayanan memiliki hasil yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
2	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di museum nasional jakarta pusat, M.Risky & Kania Ratnasari (2024).	Untuk menganalis kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung dan nuga menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukukan dari data yang dikategorikan sangat baik.
3	Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dikawasan wisata carocok painang, Ciyeng aprilorenza & Lip Permana (2024).	Untuk mengukur seberapa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan mengatasi permasalahan penurunan angka kunjungan pengunjung.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung.
4	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung padaHotel Kyriad Sadurengas Kabupaten Paser,Feronika Clara Natalia Sagala & Fareis Althalets (2022).	Untuk memahami bagaimana museum dapat meningkatkan kualitas layanannya untuk mencapai kepuasan pengunjung yang lebih tinggi.	Kuantitatif	Kepuasan pengunjung dan menunjukkan berdampak positif dengan meningkatnya kepuasan pengunjung.
5	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di museum nasional Jakarta ,Haufi Sukmamedian (2022).	Untuk memahami bagaimana museum Dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pengunjung.	Kuantitatif	Berdasarkan hasil Penelitian bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan dan dimensinya memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan, tingkat kepuasan	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan secara

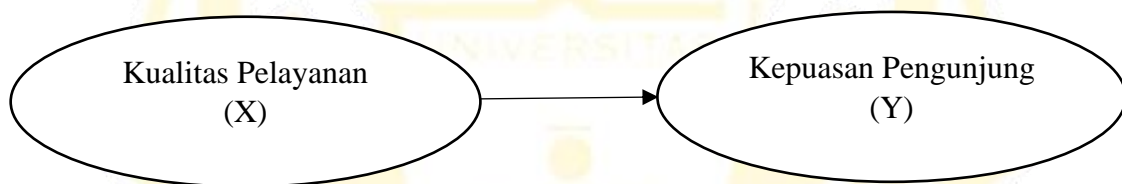
	Pengunjung Heha Sky View Yogyakarta, Desika Nur Jannah ¹ , Herman Novry Kristiansen Paninggiran ² , Niken Savitri Oktariani Lestari ³ (2023).	pengunjung, serta sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung melalui pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana.		keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
7	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Kawasan Wisata Permandian Alam Lejja, Puji Rahmah dkk. (2023).	Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Kawasan Wisata Permandian Alam Lejja, baik secara keseluruhan maupun berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan secara keseluruhan dan setiap dimensinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kawasan Wisata Permandian Alam Lejja.
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Perpustakaan Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan, Fathoni & Siyamto (2022).	Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
9	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Pemandian Suban Air Panas Kabupaten Rejang Lebong, Lara Ayu Lestari dkk. (2021).	Untuk memahami bagaimana museum dapat meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pengunjung.	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
10	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Bermain Banto Royo, Raftul Fedri & Dewi Anggraini (2022).	Untuk menganalisis upaya museum dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan secara keseluruhan dan setiap dimensinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Sumber : Penulis 2026

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah struktur konseptual atau landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian untuk mengorganisasikan, merencanakan, dan memandu studi. Kerangka berpikir membantu peneliti dalam memahami topik penelitian, merumuskan pertanyaan penelitian, dan merancang metode penelitian yang sesuai.

Menurut Hardani (2020) kerangka pemikiran adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Berdasarkan pandangan diatas, maka pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Monaco park dapat disajikan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah cara yang sangat khusus, sistematis, dan terukur untuk mendefinisikan atau mengukur suatu konsep atau variabel dalam konteks penelitian atau studi tertentu.

Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional variabel merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penetapan definisi operasional ini mencakup penentuan indikator-indikator variabel, skala pengukuran yang digunakan, serta cara pengukuran yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, definisi operasional menjadi bagian yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena berkaitan langsung dengan validitas dan reliabilitas data yang dihasilkan, serta menentukan kualitas hasil penelitian secara keseluruhan.

Tabel 2.2 Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada pengunjung untuk memenuhi atau melampaui harapan mereka. Menurut Putri & Santoso, (2024)	1. Kecepatan pelayanan 2. Ketepatan Informasi 3. Sikap Ramah dan Sopan 4. Kemampuan Menangani Keluhan 5. Kesesuaian Layanan dengan Harapan Pengunjung	Likert
2	Kepuasan Pengunjung (Y)	Kepuasan pengunjung adalah perasaan puas atau tidak puas setelah membandingkan harapan dengan kenyataan layanan di Wisata Monaco Park. Menurut Wihananto (2019)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan, Kesesuaian harapan.	Likert

Sumber : Penulis 2026

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis adalah prediksi atau asumsi awal tentang hubungan antara variabel atau fenomena dalam penelitian. Ini digunakan untuk mengarahkan dan merumuskan penelitian serta untuk menguji kebenaran atau validitasnya melalui pengumpulan data dan analisis. Menurut Sugiyono 2022, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap

rumusan masalah penelitian, yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan perumusan masalah serta mempelajari data-data yang ada maka di penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung.

H1: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan Karyawan terhadap kepuasan

