# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai definisi dan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Berikut adalah teori–teori yang mendasari dari *Website Cottage* Dararul Jannah Bandung.

## 2.1. Kajian Pustaka

Adapun kajian pustaka pada penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :

### 2.1.1 Kualitas *Website* Hotel

Adapun pengertian dari Kualitas *Website* Hotel akan dijelaskan sebagai berikut :

#### 2.1.1.1 Teori Kualitas

Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen. Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran, ( dalam Zulian Yamit, 1996 : 337 ) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya, kinerja, kendalannya, kemudahan pemeliharaan, dan karakteristiknya dapat diukur.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan kepada pelangan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan

dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasaan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

#### 2.1.1.2 Konsep *Website*

Hawryszkieewycz (2007 : 102-113) menyatakan *World Wide Web (www)* adalah sebuah layanan yang terdapat pada internet untuk pertukaran informasi multimedia. Informasi yang terdapat pada *www* disimpan dalam halaman-halaman, yang mana setiap halaman mempunyai alamat yang unik, dikenal dengan nama *URL (Uniform Resourch Locator)*. Biasanya sebuah situs mempunyai sejumlah besar halaman yang saling berkaitan. Sebuah situs mempunyai apa yang dinamakan *home address*, yang merupakan awal dari pencarian informasi.

#### 2.1.1.3 Jenis *Website*

Ada 2 macam jenis website, yaitu

1. *Website* Statis

   *Website* statis yaitu *website* yang informasinya merupakan informasi satu arah, yakni yang hanya berasal dari pemilik *software*nya saja. Umumnya *website* ini bersifat tetap, jarang berubah, dan hanya bisa di update oleh pemiliknya saja, contoh dari *website* statis ini yaitu profil perusahaan.

2. Website Dinamis

   Website dinamis merupakan website yang mempunyai arus informasi dua arah yakni yang berasal dari pengguna dan pemilik, sehingga pengupdate-an dapat dilakukan oleh pengguna dan juga pemilik website dinamis ini, yaitu friendster, multiply, facebook, dll.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah desain *website* diantaranya adalah *(www.website.com*, 2006) :

1. Pemisahaan antara materi dengan presentasi.

   Desain harus berpihak kepada *costumer*, pemisah yang jelas antara materi dan presentasi harus dipertegas hal ini dilakukan dengan menggunakan *front,* warna *pedding* (jarak antara), *border* (garis pinggir).

2. Pemilihan warna yang cukup terang dan cukup kontras karena desain *web* berhubungan dengan indra penglihatan tentunya pemilihan warna materi dan presentasi haruslah membuat pengguna merasa nyaman dan betah untuk berlama-lama membaca/melihat *website.* .

3. Tingkat penjudulan (*headling*) yang jelas menentukan suatu judul dapat dipisahkan dengan jelas dengan paragraph, gambar, komponen dalam penjudulan diperlukan karakter yang berbeda, diantaranya :

   a. Pemilihan *front* yang berbeda tetapi masih dalam satu keluarga

   b. Permainan ukuran *front* yang lebih besar

c. Penggunaan *underline* dan *warna background mouse over* ketika *headling* merupakan sebuah *link*

*d.* Memisahkan *box headling* dengan materi lainnya dengan *pedding* dan *border.*

4. Konsistensi Navigasi/Menu

Dalam setiap halaman baik itu halaman *home* ataupun *interior* sangat penting untuk mempertahankan tampilan navigasi baik itu hierarki, posisi, dan warna, hal itu akan mempermudah user untuk melakukan navigasi antara halaman satu dengan halaman lainnya untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dan penempatan menu *home* menjadi keharusan disetiap halaman *website*. Menu kontak adalah penting untuk sebuat *website* karena merupakan suatu kesalahan besar ketika sebuah *website* yang ditampilkan untuk kepentingan publikasi tidak menempatkan halaman publikasi.

5. Antara tata rias dan fungsi

Hal-hal lain yang mengisi kekosongan dalam desain tetapi sangat penting dalam desain *website* seperti : *banner header* sebagai ciri kas *website, benner header* yang nendang selalu akan tertanam dalam benak user dengan menampilkan logo, *tags* ataupun ilustrasi/photo, *fother* dengan ilustrasi atau tanpa ilustrasi untuk menyeinbangkan desain sehingga tidak membuatnya menjadi timpang atau berat sebelah.

### 2.1.1.4 Konsep Konsumen Dalam Mengakses Layanan *Website*

Law dan Hsu (2007 : 102-113 ) membagi konsumen ke dalam 2 (dua) kategori dalam hubungannya dengan konsumen yang mengakses layanan *website* suatu hotel. Kategori yang pertama adalah "*online browser*", yakni orang yang hanya sekedar mencari informasi. Kategori yang ke dua adalah "*online purchaser*", yakni orang yang melakukan pembelian secara *online* yaitu dengan membuat reservasi.

Menurut Boone dan Kurtz (2007 : 102-113) salah satu langkah dalam proses pembuatan keputusan oleh konsumen adalah "*Search*", yakni suatu langkah dimana konsumen mencari informasi mengenai kebutuhan yang ingin dipuaskan. Pencarian informasi ini bisa dari berbagai sumber, dan internet menjadi salah satu sumber informasi yang terkenal.

### 2.1.1.5 Pengertian Hotel

Hotel merupakan suatu badan usaha komersil yang bergerak dibidang jasa dan merupakan salah satu sector pariwisata di Indonesia, dari pengertian ini hotel dapat didefinisikan dari beberapa instansi, lembaga ataupun keterangan-keterangan antara lain:

1. SK Menteri Perhubungan No. PM. 10/PW 301/77 menyatakan bahwa hotel merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersil, dan disediakan bagian setiap orang untuk memperoleh pelayanan yaitu makan dan minum.

2. SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No: KM 37/ PW 304/ MPPT 1989 tanggal 7 juni 1986 menyatakan bahwa Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum.
3. Menurut American Encyclopedia mengemukakan bahwa hotel merupakan suatu badan usaha yang menyediakan penginapan serta sarana lainnya bagi kaum pelancong dan musafir.

### 2.1.2 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler (2000:73) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004:108)

Kotler menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan mempunyai ciri-ciri (Indikator) sebagai berikut :

1. Menjadi lebih setia
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada
3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya

4. Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga.

#### 2.1.2.1 Ciri-ciri konsumen yang puas

Kotler, (2000:91) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

a) Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama

b) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan

c) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

### 2.1.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

Adapun keterkaitan antar variabel penelitian akan dibahas sebagai berikut :

#### 2.1.3.1 Hubungan Kualitas *Website* Hotel dengan Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini teori penghubung yang digunakan antara variabel *website* hotel pada *Cottage* Daarul Jannah (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) yaitu pada jurnal yang ditulis oleh Mario Spremic, Ivan Strugar mengemukakan bahwa : kepuasan pelanggan telah dianggap sebagai salah satu tujuan pemasaran yang paling penting dan memainkan peranan yang sangat penting dalam bisnis *online* karena membantu untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Dapat kita lihat teori penghubung antara kualitas *website* dengan kepuasan konsumen

| **X** | | **Y** |
|---|---|---|
| *Website* hotel | ⟶ | kepuasan konsumen |

**Towards a Framework For Hotel Website Evaluation**
***(Title)***

**"Customer satisfaction** has been considered one of the most important marketing goals and plays very important role in the online business since it helps to build customer trust."

*International Journal of Applied Mathematics and Informatics*, 2008

**Gambar 2.1**

**Teori Penghubung antara X (*Website* Hotel)**

**terhadap Y (Kepuasan Konsumen)**

## 2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berikut adalah kerangka pemikiran dan hipotesis yang terdapat pada *Cottage* Daarul Jannah.

### 2.2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan antar variabel independen dan dependen. Pertautan antar variabel tersebut selanjutnya dirumuskan kedalam bentuk paradigma penelitian yang didasarkan pada kerangka pemikiran.

Menurut Uma Sekaran yang dikutip oleh Prof. Dr. Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Bisnis (2008:88)

*"Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting".*

Menurut Uma Sekaran yang dikutip oleh Prof. Dr. Sugiyono dalam bukunya metode bisnis (2008:92) mengemukakan bahwa kerangka berpikir yang baik, memuat hal-hal sebagai berikut :

1. Variabel-variabel yang akan diteliti harus dijelaskan
2. Diskusi dalam berpikir harus dapat menunjukkan dan menjelaskan pertautan/hubungan antar variabel yang diteliti dan ada teori yang mendasari.

3. Kerangka pemikiran tersebut selanjutnya perlu dinyatakan dalam bentuk diagram (paradigma penelitian) sehingga pihak lain dapat memahami kerangka pikir yang dikemukakan dalam penelitian.

**a. Narasi**

Asumsi bahwa *website* berperan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dan didasarkan dari data perbandingan antara sebelum dan sesudah menggunakan *website* yang merupakan hasil dari wawancara penulis dengan kepala *front office cottage* Daarul Jannah.

Menurut Amir (2005: 13) kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kemudian secara sederhana kepuasan konsumen adalah sebuah produk atau jasa yang dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, bisanya pelanggan merasa puas.

Indikator yang digunakan pada website cottage Daarul Jannah mengacu pada *Jurnal Akuntasi dan Keuangan, vol. 10, no. 1, Mei 2008: 34-47* oleh Josua Tarigan yaitu:

1. *Usability*

   kualitas yang berkaitan dengan desain situs, misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan gambar disampaikan kepada pengguna.

2. *Information Quality*

   Kualitas yang berkaitan dengan isi situs, kesesuaian inforrmasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, format, dan relevansi.

3. *Service Interaction Quality*

   Kualitas layanan interaksi dialami oleh pengguna ketika mereka mempelajari lebih dalam situs, diwujudkan oleh kepercayaan dan empati, misalnya masalah keamanan informasi, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik situs.

Kepuasaan menurut Philip Kotler (2002:42) perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan *response* atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen atas terpenuhinya kebutuhan, sehingga memperoleh rasa senang atau nyaman.

Pengukuran kepuasan konsumen menurut Irawan (2002:37-40) dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu :

1. Kualitas Produk

   Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi).

2. Emosional

   Kepuasan konsumen dapat timbul pada saat konsumen menggunakan atau memanfaatkan produk/jasa tersebut, karena memiliki *brand image* yang baik.

3. Harga

   Produk/jasa yang mempunyai kualitas yang sama dengan harga yang ditetapkan relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumenya.

4. Kemudahan

   Tingkat kemudahan konsumen dalam memperoleh info-info seputar *cottage*.

**b. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya**

Perbedaan penelitian ini dengan jurnal sebelumnya, dijelaskan pada tabel dibawah ini :

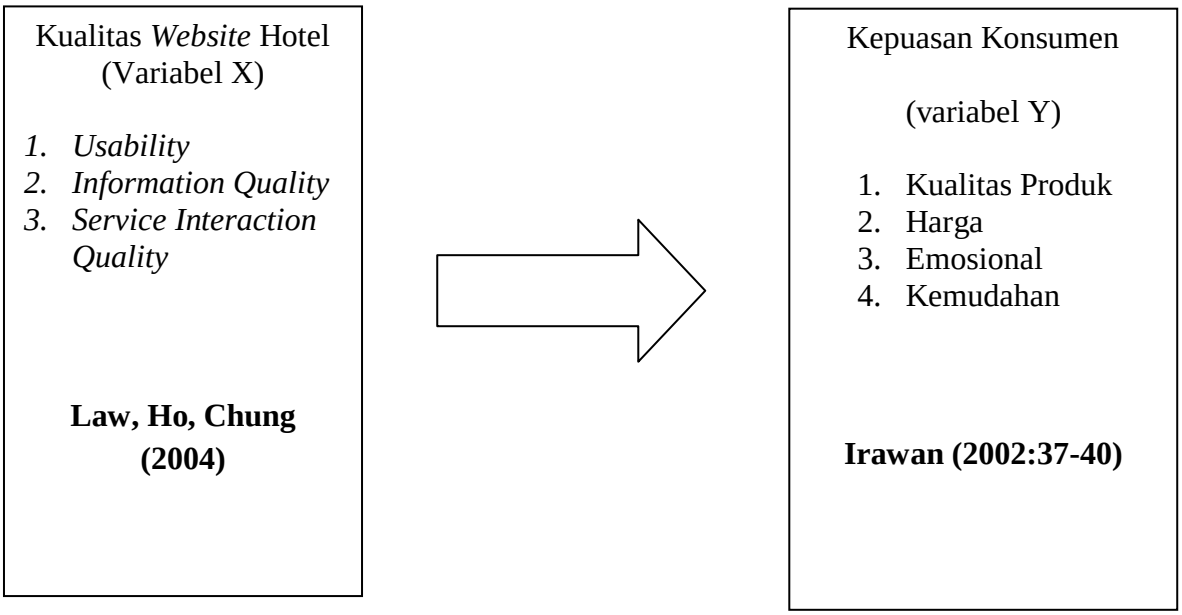
**Tabel 2.1**
**Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu**

| No | Nama | Judul | Hasil Penelitian | Perbedaan |
|---|---|---|---|---|
| 1. | **Evi Febrianti & Iwan Eko Setyawan** | Analisi Harapan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Website Hotel Bintang Lima di Surabaya | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harapan dan persepsi konsumen terhadap | Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada variabel harapan dan persepsi konsumen. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | dimensi website | |
| 2. | Fathoni | Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan Metode SERVQUAL | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan system informasi menggunakan metode servqual. | Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada variabel kualitas layanan system informasi |

**c. Bagan Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan paradigma mengenai peranan kualitas *website* hotel terhadap kepuasan konsumen pada *Cottage* Daarul Jannah dalam bentuk bagan kerangka pemikiran sebagai berikut :




**Gambar 2.2**

**Paradigma Penelitian**

## 2.3 Hipotesis

Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan antar variabel yang akan diuji kebenarannya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

"Peranan Kualitas *Website* Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Cottage* Daarul Jannah".