

PELAYANAN PRIMA *FRONT OFFICE* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN EXTERNAL PADA NEC UTAN KAYU JAKARTA

Syamsudin¹, Aprilia Pratiwi²

¹Sistem Informasi
Universitas Bina Sarana Informatika
e-mail: Syamsudin.sym@bsi.ac.id

²Administrasi Bisnis D3
Universitas Bina Sarana Informatika
e-mail: Apriliapratwi360@gmail.com

Abstract-One of the important duties of a institution is to satisfy its costumers by attempting to fulfil their needs in correlation with institution bussines. This study aims to discuss about the service hold by front office of NEC Jakarta concerning in satisfying its external costumers. This research method uses quantitative methods, with the technique of determining simple random sampling. The research was conducted through questionnaires to all costumers of with a total of 52 respondents. This questionnaire calculation with the technique of calculating the correlation coefficient, the coefficient of determination and multiple linear regression equations. With the SPSS 21 application, the correlation coefficient results are 0.867 and the results are categorized as strong. the determination coefficient can be seen that 0,751 or 75,1% satisfaction of NEC's external costumer can be influenced by service excellent done by its front office and the remaining 24,9% is influenced by other factors. Based on the calculation table of the regression equation can be obtained the equation is $Y= 5,869+0,854X$. From the equation of the function it can be said that if the service (X) rises 1 so, Y (costumer satisfaction) rises become a regression coefficient of 6,723.

Keywords: costumer satisfaction, external costumer, front office, service excellent.

Intisari- Salah satu kewajiban penting dari sebuah institusi adalah memuaskan pelanggannya dengan berusaha memenuhi kebutuhan mereka yang berhubungan dengan bisnis institusi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang layanan yang dilakukan oleh front office NEC Jakarta yang berkaitan dengan pemuasan pelanggan eksternalnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik simple random sampling. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang berjumlah 52 responden. Penghitungan kuesioner dengan teknik penghitungan koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan koefisien regresi

menggunakan aplikasi SPSS 21 . koefisien korelasi didapat 0,867 dan hasilnya dinyatakan kuat. Koefisien determinasi hasilnya 0,751 atau 75,1% kepuasan pelanggan eksternal NEC dipengaruhi oleh pelayanan prima yang dilakukan oleh bagian front office dan sisanya 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan tabel penghitungan regresi didapat nilai $Y=5,869+0,854X$. Dari fungsi ini dapat dikatakan bahwa jika layanan naik 1 maka kepuasan pelanggan naik menjadi 6,723

Kata Kunci: Front Office, Kepuasan Pelanggan, Pelanggan eksternal, Pelayanan Prima,

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya dunia usaha yang semakin pesat di era globalisasi seperti sekarang ini, banyak perusahaan yang melakukan berbagai macam kebijakan agar dapat bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis, baik perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun yang bergerak di bidang jasa. Hal tersebut membuat para pelaku usaha bisnis berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

Kualitas sebuah perusahaan dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan. Melalui kegiatan pelayanan prima yang diberikan dapat menjawab pertanyaan mengenai baik atau buruknya sebuah perusahaan. Perusahaan yang memberikan pelayanan yang tepat, akan menumbuhkan rasa percaya yang ada di dalam diri pelanggan untuk dapat memakai produk maupun jasanya.

Dalam mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya, perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas produk atau jasanya, salah satunya dengan memaksimalkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan melalui bagian Front Office dimana bagian ini merupakan bagian yang pertama berinteraksi langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bagian Front office suatu lembaga dijadikan ujung tombak dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Di beberapa penelitian menyebutkan bahwa bagian front office memegang peranan yang sangat penting dalam pelayanan pertama dengan pelanggan. Namun hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa bagian front office di beberapa institusi kurang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan seperti: berkomunikasi dengan pelanggan tanpa melihat muka pelanggan, kurang ramah, komunikasi yang kurang jelas, sikap kurang bersahabat, kurang responsif terhadap masalah-masalah pelanggan, dan lambatnya penanganan keluhan pelanggan.

Permasalahan layanan front office tersebut bukanlah tanpa sebab. Beberapa penyebab ditengarai karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman bagian front office akan konsep pelayanan prima. Hal ini juga dikarenakan kemampuan sumber daya manusianya yang masih rendah sehingga kurang menyadari arti penting dan fungsi bagian front office.

Melalui pelayanan prima yang diberikan perusahaan akan mendapatkan manfaat yang besar, terutama berupa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Selama ini, kepuasan pelanggan dijadikan sebagai kunci utama dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan eksistensi dari suatu perusahaan. Seperti halnya menurut (Asih, 2016) Konsep pemasaran, perusahaan tidak cukup hanya dengan memproduksi barang dan jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumennya dengan harga yang menarik, tapi yang harus dilaksanakan perusahaan adalah menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dari perusahaan. Sedangkan menurut (Mardikawati & Farida, 2013) Loyalitas meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian pelayanan atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada merk atau penyedia layanan lain. Dengan demikian, perusahaan harus mampu untuk memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan dan mendapatkan kepuasan karena kebutuhan dan keinginan para pelanggan dapat terpenuhi.

Penelitian ini membahas tentang pelayanan prima yang diterapkan *front office* di sebuah lembaga pendidikan. Lembaga yang penulis teliti merupakan lembaga pendidikan yang berbentuk kursus dan pelatihan Bahasa Inggris yang bernama NEC (National English Centre). Pelayanan yang dilakukan *front office* sangat bersinggungan langsung dengan para pelanggan sehingga bagian front office memiliki peran penting dalam melayani segala kebutuhan pelanggan. Terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan pelanggan dapat menciptakan loyalitas dan kepercayaan (*trust*) yang tinggi sehingga

pelanggan akan terus menggunakan jasa dari suatu lembaga pendidikan bahkan dapat merekomendasikan kepada orang lain untuk menjadi pengguna dari jasa tersebut.

Menurut Barata dalam (Asih, 2016) Pelayanan prima, adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan. Sedangkan dasar dari pelayanan prima merupakan rasa kepedulian organisasi yang berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*) atau organisasi yang berorientasi sosial (*nonprofit*) terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya sikap, perhatian, dan tindakan nyata, sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan prima yang diberikan. (Frimayasa & Kamal, 2017)

Pelayanan memiliki beberapa bentuk seperti yang dikemukakan Lovelock dalam (Sediawan, 2015) bahwa pelayanan dapat berbentuk lisan, tulisan, dan perbuatan:

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016:136) sepuluh dimensi pokok layanan sebagai berikut:

1. Reliabilitas, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal.
2. Responsivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat.
3. Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak.
5. Kesopanan (*courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak.
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
8. Keamanan (*security*), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan

- perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.
10. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan.

Rahmayanty (2014:23) menyatakan bahwa “pelanggan adalah setiap orang atau unit atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk”.

Menurut (Latuconsina, 2018) dalam dunia pendidikan pelanggan dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu:

1. Pelanggan Internal (*Internal Customer*)
Pelanggan internal merupakan pelanggan yang berasal dari internal lembaga, mereka itu adalah para guru/dosen/tutor dan tenaga administrasi lembaga pendidikan, serta pimpinan lembaga pendidikan.
2. Pelanggan eksternal (*External Customer*)
Pelanggan eksternal merupakan pelanggan yang berasal dari luar perusahaan, pelanggan eksternal meliputi pelanggan primer (*primary external customers*) adalah peserta didik, pelanggan sekunder (*secondary external customers*) adalah orang tua, pemerintah dan *employers*, serta pelanggan tersier (*tertiary external customers*) adalah pasaran kerja, pemerintah dan masyarakat.

Menurut Rangkuti (2017:79) “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya”.

Rahmayanty (2014:173) menyatakan ada lima faktor yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap jasa yang bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) yaitu:

1. Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
3. Keyakinan/Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, petugas, serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
4. Kepedulian/Empati (*Empahty*), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.

5. Bukti Langsung (*Tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

BAHAN DAN METODE

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang penulis gunakan untuk penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak dimana seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Penulis mendapatkan data tentang jumlah pelanggan Lembaga Kursus dan Pelatihan National English Centre Cabang Utan Kayu Jakarta sebanyak 60 orang pelanggan external yang terdiri dari murid, wali murid, dan masyarakat umum.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% (0,05), sehingga besar sampel dalam penelitian ini adalah 52 orang responden. Perhitungan yang dilakukan penulis menggunakan program SPSS versi 21 dan dengan bantuan Ms Excel 2007 dalam menghitung tabel X, tabel Y dan tabel penolong.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum penulis melakukan penghitungan Korelasi, determinasi dan juga persamaan regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen terhadap tiap-tiap indikator dari masing-masing variabel. Dan dilakukan uji instrumen ini agar data yang digunakan dapat dipercaya.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan atau kesesuaian suatu instrumen setiap penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner atau angket. Penulis melakukan uji validitas menggunakan *product moment person correlation* melalui SPSS versi 21 dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Nilai r hitung merupakan hasil jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis menggunakan program SPSS versi 21. *Output* untuk uji validitas bernama *Corrected Item Correlation*. Sedangkan nilai r tabel penulis memakai taraf signifikansi 5% adalah 0,279. Dibawah ini merupakan hasil uji validitas melalui program SPSS versi 21 dapat dilihat pada tabel 1 dan berikut tabel rangkumannya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas X dan Y

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Pelayanan Prima	X1	0,674	0,279	Valid
	X2	0,421	0,279	Valid
	X3	0,557	0,279	Valid
	X4	0,629	0,279	Valid
	X5	0,577	0,279	Valid
	X6	0,636	0,279	Valid
	X7	0,593	0,279	Valid
	X8	0,633	0,279	Valid
	X9	0,665	0,279	Valid
	X10	0,624	0,279	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,529	0,279	Valid
	Y2	0,669	0,279	Valid
	Y3	0,630	0,279	Valid
	Y4	0,531	0,279	Valid
	Y5	0,685	0,279	Valid
	Y6	0,534	0,279	Valid
	Y7	0,656	0,279	Valid
	Y8	0,497	0,279	Valid
	Y9	0,551	0,279	Valid
	Y10	0,498	0,279	Valid

Sumber: (Syamsudin & Pratiwi, 2018)

Berdasarkan analisis tabel 1, di atas maka dapat menunjukkan nilai-nilai *r* dihitung semua indikator lebih besar dari *r* tabel artinya semua indikatornya adalah alat ukur yang dapat dipercaya untuk mendapatkan nilai valid. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa jika nilai *r* hitung variabel X dan Y lebih besar dari pada nilai *r* tabel, maka angket tersebut dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu jawaban responden dari kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach Alpha* (α) dengan cara memasukkan semua item variabel X (Pelayanan Prima) dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) ke dalam SPSS versi 21. Dibawah ini terdapat hasil analisis yang dilakukan oleh penulis yang digambarkan menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> (α)	Keterangan
Pelayanan Prima	0,846	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,830	Reliabel

Sumber: (Syamsudin & Pratiwi, 2018)

Berdasarkan tabel 2, di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* (α) semua variabel masuk dalam kategori reliabel, sehingga dapat disimpulkan kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

3. Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar perhitungan dan kuatnya hubungan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Kursus dan Pelatihan National English Centre Cabang Utan Kayu Jakarta maka digunakan uji koefisien korelasi dengan bantuan program SPSS versi 21 sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Koefisien Korelasi
Correlations**

		Pelayanan_Prima	Kepuasan_Pelanggan
Pelayanan_Prima	Pearson Correlation	1	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	52	52
Kepuasan_Pelanggan	Pearson Correlation	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: (Syamsudin & Pratiwi, 2018)

Berdasarkan tabel 3 di atas informasi yang didapat bahwa diketahui nilai korelasi (hubungan) antara pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,867. Berdasarkan tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi, nilai tersebut masuk dalam kategori sangat kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif sebesar 0,867 antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan

perhitungan korelasi diatas dapat diambil kesimpulan terdapat hubungan yang positif.

4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan.

H0: Tidak ada pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan.

H1 : Adanya pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan
Kriteria uji yang digunakan yaitu :
Jika signifikansi > 0,05, maka H0 diterima
Jika signifikansi < 0,05, maka H0 ditolak

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 21 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Tabel Anova ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	513,765	1	513,765	151,172	,000 ^b
	Residual	169,927	50	3,399		
	Total	683,692	51			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan_Prime

Sumber: (Syamsudin & Pratiwi, 2018)

Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hasil uji F dilihat dalam tabel Anova di atas dalam kolom sig. sebesar 0,000. Jika nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka keputusannya H1

diterima. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5. Tabel SPSS Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,867 ^a	,751	,746	1,844	,751	151,172	1	50	,000

a. Predictors: (Constant), Pelayanan_Prime

Sumber: (Syamsudin & Pratiwi, 2018)

Berdasarkan hasil pengolahan melalui SPSS 21 dapat diketahui bahwa nilai R Square atau koefisien determinasi adalah 0.751 atau 75,1%, yang artinya bahwa Pelayanan Prima terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Cabang Utan Kayu Jakarta sebesar 75,1% dan sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti citra perusahaan, budaya organisasi, dan faktor lain yang membutuhkan penelitian lebih lanjut. Dari hasil uji determinasi di atas dapat diketahui bahwa antara pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Cabang Utan Kayu Jakarta, pelayanan prima hanya mempengaruhi 75,1% sedangkan sisanya 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti citra

perusahaan, budaya organisasi, dan faktor lain yang membutuhkan penelitian lebih lanjut.

Uji Persamaan Regresi

Uji persamaan regresi sederhana digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan Variabel Y, apabila nilai variabel X diubah atau dimanipulasi. Selain itu analisis ini digunakan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Kursus dan Pelatihan National English Centre cabang Utan Kayu Jakarta. Berdasarkan perhitungan persamaan regresi menggunakan SPSS versi 21 adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisa Regresi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,869	3,025		1,940	,058
	Pelayanan_Prime	,854	,069	,867	12,295	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: (Syamsudin & Pratiwi, 2018)



Berdasarkan tabel perhitungan di atas, dapat diperoleh persamaan yaitu: $Y = 5,869 + 0,854X$. Dimana $Y =$ Kepuasan Pelanggan dan $X =$ Pelayanan Prima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nilai Konstanta sebesar 5,869 menyatakan bahwa jika $X = 0$ atau tanpa adanya Pelayanan Prima maka Kepuasan Pelanggan sebesar 5,869 dimana jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan Pelayanan Prima sebesar 1 maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 6,723. Berdasarkan dari analisis tersebut hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan adalah positif atau searah. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Kursus dan Pelatihan National English Centre yang memiliki hubungan positif atau searah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Pada National English Centre Cabang Utan Kayu Jakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Dari hasil perhitungan Uji Koefisien Korelasi pada Lembaga Kursus dan Pelatihan National English Centre Cabang Utan Kayu Jakarta didapatkan nilai sebesar 0,867 yang mempunyai arti hubungan yang sangat kuat variabel independen (Pelayanan Prima) dengan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Berdasarkan tabel Anova dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka keputusannya H_1 diterima dan dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan. Hasil Koefisien Determinasi diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,751 atau 75,1%, hal ini berarti pelayanan prima mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 75,1% dan sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti citra perusahaan, budaya organisasi, dan faktor lain yang membutuhkan penelitian lebih lanjut. Dengan Analisis Uji Persamaan Regresi yang didapatkan, persamaan garis $Y = 5,869 + 0,854X$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Konstanta sebesar 5,869

menyatakan bahwa jika $X = 0$ atau tanpa adanya Pelayanan Prima maka Kepuasan Pelanggan sebesar 5,869 dimana jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan Pelayanan Prima sebesar 1 maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 6,723. Berdasarkan dari analisis tersebut hubungan antara pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan adalah positif atau searah.

REFERENSI

- Asih, N. S. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2).
- Frimayasa, A., & Kamal, F. (2017). PENERAPAN PELAYANAN PRIMA UNTUK MEMENUHI HARAPAN MASYARAKAT TERHADAP LAYANAN PUBLIK PADA KELURAHAN MAKASAR, JAKARTA TIMUR. *Cakrawala*, 17(2), 180–188.
- Latuconsina, Z. (2018). Faktor-Faktor Penentu Manajemen Mutu Terpadu Pada Perguruan Tinggi Di Kota Ambon. *Sosoq*, 6(1), 118.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). LOYALITAS PELANGGAN , MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN BUS EFISIENSI (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75.
- Sediawan, R. (2015). ANALISIS DALAM MENCIPTAKAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENGARAH PADA KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 11(1), 1–10.
- Syamsudin, & Pratiwi, A. (2018). *Laporan Akhir Penelitian - Pelayanan Prima Front Office Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan External Pada Nec Utan Kayu Jakarta*. Jakarta.