

HUBUNGAN PELAYANAN PRIMA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) PADA STASIUN PASAR SENEN JAKARTA

Suhartono^{1*)}, Eka Putri Nur Azizah², Lukman Hakim³, Hartanti⁴

¹Program Studi Akuntansi S1, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

^{2,3}Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

⁴Program Studi Manajemen Pajak, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Abstract

Excellent service as one of the main factors in the realization of customer satisfaction is a very important factor for every business, especially at PT. Kereta Api Indonesia (Persero). The purpose of this study was to determine excellent service, to determine customer satisfaction and to determine the relationship of excellent service with customer satisfaction at Pasar Senen Jakarta Station (case study: Progo Pasar Senen-Lempuyangan Economy class train). The research method uses quantitative methods with questionnaires and interviews analyzed using SPSS 22.0. Population of 100 respondents using saturated sample techniques. The results showed that the correlation of 0.746 which means that there is a very strong relationship between excellent service and customer satisfaction. Each addition of 1 value excellent service will increase customer satisfaction by 0.856

Keywords: *Excellent Service, Customer Satisfaction*

Abstrak

Pelayanan prima sebagai salah satu faktor utama terwujudnya kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi setiap usaha terutama pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelayanan prima, untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui hubungan pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan pada Stasiun Pasar Senen Jakarta (studi kasus : KA Progo Pasar Senen-Lempuyangan kelas ekonomi). Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner dan wawancara yang dianalisis menggunakan SPSS 22.0. Populasi sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik sample jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi sebesar 0,746 yang artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Setiap penambahan 1 nilai pelayanan prima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,856.

Kata kunci: **Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan**

^{*)}Suhartono

E-mail : suhartono.sht@bsi.ac.id

PENDAHULUAN

Pada perusahaan jasa, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan tercapainya tujuan perusahaan salah satunya adalah pelayanan. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan oleh seorang pelayan kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan harus sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan perusahaan. Apabila pelayanan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) maka akan menjamin proses pelayanan tersebut berjalan secara efisien dan pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari hasil penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dalam bentuk barang/jasa.

Menurut Tjiptono, et al. dalam (Alfin dan Nurdin 2017) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Menurut Maddy dalam (Frimayasa 2017) pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut (Nurmah 2018) pelayanan prima (*excellence service*) adalah satu bentuk pelayanan yang sangat memuaskan bagi para penerima pelayanan.

Menurut (Rangkuti 2016) prinsip-prinsip pelayanan prima yaitu : sikap, perhatian, dan tindakan.

Menurut Kasmir dalam (Islami 2018) kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapkan.

Menurut Oliver dalam (Rahman 2017) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari konsumen.

Menurut (Windasuri dan Susanti 2017) kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mempunyai beberapa perusahaan jasa, salah satunya PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berada dibawah Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perusahaan jasa transportasi darat seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero) ini mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam meningkatkan standar pelayanan di perusahaan tersebut. Kepuasan yang pelanggan dapatkan, berkaitan dengan

pelayanan prima yang diberikan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki banyak stasiun tersebar di Indonesia.

Salah satunya ada di Jakarta Pusat yaitu Stasiun Pasar Senen. Stasiun Pasar Senen merupakan stasiun besar yang berlokasi di Jalan Stasiun Senen Jakarta Pusat yang merupakan unit pelayanan transportasi darat dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) cabang Senen. Pada Stasiun Pasar Senen terdapat beberapa aktivitas kereta api yang diberangkatkan dari Stasiun Pasar Senen. Salah satunya kereta api Progo. Kereta api Progo memiliki rute Pasar Senen-Lempuyangan dengan jenis kelas ekonomi AC. Kereta api Progo mulai beroperasi pada tahun 2002. Sejak mulai beroperasi kereta api Progo selalu memberikan pelayanan terbaik untuk para pelanggannya. Namun belum diketahui apakah terdapat hubungan antara pelayanan prima yang diberikan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan, karena hal tersebut belum diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan yaitu dari bulan April sampai Juni 2019 dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Lokasi penelitian berada di stasiun Pasar Senen

karena sesuai latar belakang masalah kepuasan pelanggan kereta api progo masih kurang baik dan maksimal dalam pelayanannya sehingga menjadi tempat yang sangat tepat untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan Pelayanan Prima dengan Kepuasan Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: KA Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi)”

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan tipe penelitiannya yaitu tipe penelitian survey. Sumber data yakni data primer dan data sekunder. Responden penelitian yakni pelanggan kereta api progo di Stasiun Pasar Senen. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pelanggan kereta api progo di Stasiun Pasar Senen sebagian besar adalah perempuan dengan persentase 51% sedangkan pelanggan laki-laki dengan persentase 49%, ditemukan kelompok umur responden antara 21- 30 tahun ternyata lebih banyak jumlahnya daripada kelompok umur lainnya, ditemukan bahwa mayoritas pelanggan kereta api progo di Stasiun Pasar Senen di dominasi dengan

tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK dan ditemukan bahwa mayoritas pelanggan kereta api progo di Stasiun Pasar Senen adalah pelajar/mahasiswa. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima di stasiun Pasar Senen, dapat diuraikan beberapa indikator pelayanan prima menurut Barata dalam (Rusyid 2017) yaitu : sikap (penampilan yang sopan dan serasi, berfikir positif, sehat dan logis, bersikap menghargai), perhatian (mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku pelanggan, mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan), tindakan (mencatat setiap pesanan pelanggan, mencatat kebutuhan pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan pelanggan, mewujudkan kebutuhan pelanggan), kemampuan (kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, mengembangkan *public relation* ssebagai *instrument* daam membina hubungan relasi), penampilan (penampilan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik, mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain, mengucapkan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali) dan tanggung jawab (sikap keberpihakan

kepada pelanggan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pelayanan prima dalam kuesioner mempunyai r hitung $>$ r tabel 0,1654, maka semua pertanyaan tersebut valid.

Menurut (Juaini, Rusdarti, & Sudana, 2016) indikator pelayanan prima seperti kecepatan dan ketepatan, akurasi, keramahan, penampilan, perhatian, kenyamanan dan tanggung jawab.

Menurut Kemenpan dalam (Sudarwati & Larasati, 2019) salah satu indikator pelayanan prima yang paling utama adalah kelengkapan sarana dan prasarana.

Menurut Permendiknas dalam (Yuliani & Kristiawan, 2016) indikator kualitas pelayanan prima yang baik meliputi: kemudahan, layanan sesuai standar, empati, penampil, menepati janji, ramah/sopan, mudah dihubungi dan komunikatif

Sedangkan indikator kepuasan pelanggan menurut Karunaratne dan Jayawardena dalam (Rusyid 2017) yaitu : keandalan (mempunyai kemampuan pelayanan yang dijanjikan dengan andal), responsif (tanggapan organisasi atas keluhan pelanggan mengenai pelayanan yang tidak atau kurang memuaskan serta bantuan para staf terhadap pelanggan yang

menyampaikan keluhan, tanggapan staf terhadap permintaan pelanggan dan kemauan untuk memberikan layanan yang cepat), kepastian (pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan mereka), empati (penyediaan kepedulian dan perhatian individual kepada pelanggan) dan *tangibles* / berwujud (proses pelayanan yang dilaksanakan terhadap pelanggan harus tampak secara fisik dapat terlihat jelas mengenai mekanisme kerja berbagai fasilitas yang digunakan).

Menurut Tjiptono dalam (Setiawan & Setiawan, 2018) indikator kepuasan pelanggan yaitu : kepuasan secara keseluruhan , minat pembelian ulang dan kesediaan untuk rekomendasi.

Menurut Peter dan Olson dalam (Bahrudin & Zuhro, 2015) indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut: Perasaan senang menggunakan produk, cenderung terus membeli dan mau memberitahukan ke orang lain tentang pengalaman menyenangkan dengan produk tersebut.

Menurut Cudjoe dalam (Handayani & Wijayanti, 2018) kepuasan pelanggan dapat diukur dari bagaimana suatu perusahaan memenuhi harapan pelanggannya.

Menurut Hawkins dalam (Imansyah & Irawan, 2018) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari kesesuaian, harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam (Sunanto, Haryono, & Minarsih, 2015) indikator kepuasan pelanggan antara lain : Perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan dan terpenuhinya harapan pelanggan.

Menurut (Sujarweni 2015) uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Variabel pelayanan prima diukur dengan 10 butir pertanyaan yang di uji validitasnya menghasilkan *output* sebagai berikut :

Tabel III.1

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Prima Menggunakan SPSS

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Pelayanan Prima			
Soal 1	0,5044	0,1654	Valid
Soal 2	0,6380	0,1654	Valid
Soal 3	0,4146	0,1654	Valid
Soal 4	0,5678	0,1654	Valid
Soal 5	0,4781	0,1654	Valid

Soal 6	0,3614	0,1654	Valid
Soal 7	0,5256	0,1654	Valid
Soal 8	0,4939	0,1654	Valid
Soal 9	0,3747	0,1654	Valid
Soal 10	0,3747	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan 10 butir pertanyaan yang diuji validitasnya menghasilkan *output* sebagai berikut :

Tabel III.2

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan Menggunakan SPSS

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan			
Soal 1	0,5343	0,1654	Valid
Soal 2	0,5519	0,1654	Valid
Soal 3	0,5284	0,1654	Valid
Soal 4	0,5360	0,1654	Valid
Soal 5	0,4880	0,1654	Valid
Soal 6	0,6238	0,1654	Valid
Soal 7	0,5784	0,1654	Valid
Soal 8	0,5682	0,1654	Valid
Soal 9	0,7125	0,1654	Valid
Soal 10	0,6265	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner mempunyai r hitung $>$ r tabel 0,1654, maka pertanyaan tersebut valid. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan yang ada didalam kuesioner

dari variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan adalah berjumlah 20 butir pertanyaan dan dinyatakan valid.

Uji reabilitas dilakukan dengan menguji masing-masing variabel dengan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut :

Tabel III.3

Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Interpretasi Reabilitas	Keterangan
1	Pelayanan Prima (X)	0,628	0,60-0,80	Realibel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,777	0,60-0,80	Realibel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS 22.0, pada kolom *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai reabilitas pelayanan prima 0,628, dan nilai reabilitas kepuasan pelanggan 0,777. Nilai tersebut memiliki interpretasi reabilitas yang realibel, karena berada dalam rentang nilai interpretasi reabilitas 0,61-0,80. Dapat

disimpulkan bahwa, seluruh butir pada pertanyaan dari variabel pelayanan prima dan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan realibel dan sudah sesuai dengan tabel interpretasi Uji Reabilitas yang ada pada tabel berikut :

Tabel III.4

Interpretasi Reabilitas

Rentang Nilai	Interpretasi Reabilitas
0,81-1,00	Sangat Realibel
0,61-0,80	Realibel
0,41-0,60	Cukup realibel
0,21-0,40	Agak realibel
0,0-0,20	Kurang realibel

Sumber: (Sujarweni 2015)

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mencari atau membuktikan hubungan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan kereta api progo pada Stasiun Pasar Senen, maka selanjutnya dilakukan analisis uji koefisien korelasi dengan menggunakan teknik *Pearson Product Moment*, yang perhitungannya menggunakan program aplikasi SPSS 22.0.

Menurut (Sugiyono 2016) uji koefisien korelasi adalah teknik yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel berbentuk interval dan dari sumber data yang sama.

Menurut (Siregar 2017) korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y) dan data berbentuk interval dan rasio. Berikut hasil uji variabel independen dan variabel dependen yang diteliti:

Tabel III.5

Korelasi

Correlations			
		Pelayanan Prima	
		Kepuasan Pelanggan	
Pelayanan Prima	Pearson Correlation	1	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Dari hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat antara variabel pelayanan prima dan variabel kepuasan pelanggan, memperoleh angka sebesar 0,746. Dari hasil uji tersebut, dapat diketahui hubungan variabel X dan variabel Y termasuk dalam kategori sangat kuat yang artinya hubungan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan sangat kuat, karena berada dalam rentang nilai 0,71-0,90 yang telah

sesuai dengan tabel interpretasi koefisien korelasi yang ada pada tabel berikut :

Tabel III.6

Intrepretasi Koefesien Korelasi	
Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0,00-0,20	Sangat Lemah
0,21-0,40	Lemah
0,41-0,70	Kuat
0,71-0,90	Sangat Kuat
0,91-0,99	Kuat Sekali
1	Sempurna

Sumber: (Sujarweni 2015)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh variabel independen (pelayanan prima) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Penulis menggunakan program SPSS versi 22.0, maka *output*-nya sebagai berikut :

Tabel III.7

Model Summary

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.746 ^a	.556	.552	2.768

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima

Sumber: Hasil Pengolahan Data,2019

Berikut ini adalah perhitungan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa adanya hubungan dari variabel pelayanan prima (X):

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Website : <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi>

$$KD = 0,746^2 \times 100\% = 55,6\%$$

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan pelayanan prima adalah sebesar 55,6% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Berikut ini adalah tabel persamaan regresi yang perhitungannya menggunakan program aplikasi SPSS 22.0.

Tabel III.8

Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Standar		Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Error			
1	(Constant)	6.461	3.442		1.877	.063
	Pelayanan Prima	.856	.077	.746	11.087	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data,2019

Nilai-nilai dari hasil tabel analisis tersebut kemudian dimasukan kedalam rumus persamaan regresi. Nilai a dan b dapat dilihat dari angka yang tertera pada kolom B, nilai a terdapat pada baris *Constant* dan nilai b terdapat pada baris pelayanan prima, sehingga didapatkan keterangan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 6,461 + 0,856X$$

1. Nilai konstanta α sebesar 6,461 yang berarti nilai konsisten variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 6,461.
2. Nilai koefisien regresi B sebesar 0,856 yang artinya setiap penambahan 1 nilai pelayanan prima, maka akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,856.

Jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif yang menyatakan arah hubungan variabel pelayanan prima terhadap variabel kepuasan pelanggan searah, dimana apabila terjadi kenaikan pada variabel pelayanan prima (X) maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) begitupun sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel pelayanan prima (X) maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel kepuasan pelanggan (Y).

Berikut ini adalah tabel uji T yang perhitungannya menggunakan program aplikasi SPSS 22.0. Untuk sampel 100 maka dapat dicari besarnya $df = n - 2$, yaitu $df = 100 - 2$ dan diketahui besar df adalah 98. Berdasarkan besar df tersebut maka diketahui besarnya t tabel yaitu 1,66055 sesuai dengan tabel t yang ada pada Lajuran D.2.

Ketentuannya apabila t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, sedangkan jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak.

Tabel III.9

Uji T

Coefficients ^a						
		Standardized		Unstandardized		
		Coefficients		Coefficients		
		Std.				
Model		B	Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.461	3.442		1.877	.063
	Pelayanan Prima	.856	.077	.746	11.087	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan nilai t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 11,087, maka $11,087 > 1,66055$ atau t hitung lebih besar daripada t tabel artinya variabel Pelayanan Prima (X) mempunyai hubungan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) atau H_0 ditolak

KESIMPULAN

Hasil perhitungan uji koefisien diperoleh dengan hasil sebesar 0.746 berdasarkan hasil tersebut diartikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan PT Kereta Api

Indonesia (Persero) Pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: KA Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi).

Hasil perhitungan uji koefisien determinasi diperoleh Nilai R Square adalah 0,556 atau 55,6%. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa hubungan variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,6% sedangkan sisanya 44,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Hasil perhitungan persamaan regresi $Y = 6,461 + 0,856X$ menunjukkan bahwa, jika tidak ada pelayanan prima maka kepuasan pelanggan adalah 6,461. Dan setiap penambahan 1 nilai pelayanan prima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,856.

Hasil perhitungan uji t diketahui sebesar 11,087, maka t hitung 11,087 > t tabel 1,66055 atau t hitung lebih besar daripada t tabel yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: KA Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi).

Kebutuhan pelanggan, seperti kebersihan dan kerapian gerbong serta sarana dan prasarana gerbong kereta

dalam pelayanan prima harus terus ditingkatkan sehingga terbentuk sikap loyal pelanggan serta terjalin hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Harus dilakukan penelitian lebih lanjut dari hasil koefisien determinasi sebesar 44,4% yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini, untuk mengetahui faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, Muhammad Rheza, dan Sahidillah Nurdin. 2017. "Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan." *Ecodemica* Vol. 1: 252.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2277/pdf>.
- Arifin, Johar. 2017. *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fandy, Tjiptono. 2017. *Service Management*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Frimayasa, Agtovia. 2017. "Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo." *Cakrawala* XVII: 66.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1882/1476>.

- Handayani, R., & Wijayanti, H. T. (2018). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Home Industri Frozen Food). *Seminar Nasional Edusainstek*, 1–11.
- Imansyah, & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 319–329.
- Islami, Vina. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Klinik Gigi Palapa Dentists Jakarta Selatan).” *Perspektif XVI*: 114. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/perspektif/article/view/3687/2665>.
- Juaini, M., Rusdarti, & Sudana, M. (2016). Supervisi Akademik Berbasis Pelayanan Prima Pada Guru Sma Di Kabupaten Lombok Timur. *Educational Management*, 5(1), 55–63.
- Nurmah, Semil. 2018. *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah*. ed. Burhan Bungin. Depok: PRENADAMEDIA GROUP.
- Rahman, Aan. 2017. “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan).” *Cakrawala XVII*: 239. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/cakrawala/article/view/2504/1799>.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima*. ed. Mahardika. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rusyid, Mhd. 2017. *Customer Excellence*. ed. Nur Aedi. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Setiawan, D., & Setiawan, R. I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3(1), 93–107.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Cetakan ke. Jakarta: Kencana.
- Sudarwati, M., & Larasati, D. C. (2019). Analisis Pelayanan Prima Dalam Mendukung Pelayanan Kesehatan Ibu Dan Anak (Studi Pada Puskesmas Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(2), 144–151.
- Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sujarweni, V. W. (2015a). *SPSS untuk Penelitian* (Florent, ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2015b). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunanto, Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2015). Pengaruh

Kredibilitas Perusahaan Asuransi Dan Differensiasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Ace Jaya Proteksi Semarang. *Journal of Management*, 1(1).

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABET CV.

Windasuri, Susanti, dan BusinessGrowth Team. 2017. *Excellence Service*. ed. Sembodo Edy. Jakarta: Percetakan PT Gramedia.

Wulandari, Astri. 2015. "Analisis Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Tentang Pelayanan Prima (Service Excellence) (Survei Terhadap Nasabah Bank Mandiri Kantor Kas Universitas Telkom)." *Ecodemica* Vol. III: 287.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/54/36>.

Yuliani, T., & Kristiawan, M. (2016). Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Membina Kompetensi Sosial (Pelayanan Prima) Tenaga Administrasi Sekolah. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan*, 1(2), 122–132.