



Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Strawberry

Ghina Alhanani, Budi Santoso



^{1,2,3}Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Jember, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Mei 22, 2021

Revised Mei 29, 2021

Accepted Agustus 14, 2021

Available online November 25, 2021

Kata Kunci:

Service Excellence, dan kepuasan pelanggan.

Keywords:

Service Excellence, and customer satisfaction.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Strawberry Salon Jember with a sample of 96 customers who used purposive sampling technique. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that Service Excellence has a significant impact on customer satisfaction at the Strawberry Salon Jember.

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Latar belakang dilakukannya penelitian ini adalah adanya beberapa fenomena saat ini yang sedang terjadi seperti permasalahan orang dalam hal kecantikan, adanya perkembangan dunia bisnis, semakin banyak orang yang menggunakan jasa perawatan kecantikan dan gaya hidup manusia yang menyukai salon kecantikan. Saat ini, usaha salon mengalami perkembangan yang sangat luar biasa, dimana menjamurnya usaha jasa salon. Hal ini diakibatkan karena semakin sadarnya para wanita dalam merawat kecantikan dan Kesehatan. Bahkan bukan hal yang tabu, bagi pria dalam melakukan perawatan salon. Semakin tinggi peminat jasa salon ini menyebabkan peluang dan juga prospek yang besar dalam membangun usaha jasa salon. Penelitian kali ini difokuskan kepada jasa Salon Strawberry. Kini di kota Jember terdapat banyak salon kecantikan, salah satunya adalah Salon Strawberry, Salon Strawberry yang berada di Jalan Ledjen Sutoyo Perumahan Kebonsari Village Cluster Sakura IV No.19, adalah jenis usaha yang berkaitan dengan jenis bisnis penyediaan jasa yang lengkap untuk perawatan kecantikan. Salon Strawberry ini buka dari hari Selasa sampai Minggu, dimulai dari jam 09.00 sampai jam 19.00 WIB, Dengan memperbandingkan banyak pelanggan yang datang dan sudah menjadi pelanggan tetap. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap ramainya Salon Strawberry yaitu meliputi harga yang terjangkau dan pelayanan yang baik di Salon Strawberry Jember. Permasalahan yang terjadi dalam Salon Strawberry Jember yaitu Apakah pelayanan prima di dalam salon tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan? Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Strawberry Jember serta untuk mengetahui pelayanan prima variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan Tanggung Jawab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Salon Strawberry Jember.

Landasan Teori

Service Excellent menurut Mukarom Zaenal dan Wijaya Laksana (2018) pelayanan Prima merupakan terjemahan istilah "*excellence service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat

*Corresponding author.

E-mail addresses: penulis1@gmail.com (Penulis Pertama)

baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi layanan. Layanan prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis dan kebutuhan emosional pelanggan. Kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik pelanggan. Berikut ini dijelaskan beberapa pengertian/definisi mengenai pelayanan prima yang sering kali diungkap oleh para pelaku bisnis.

- a. Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting.
- b. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat.
- c. Layanan prima adalah pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan.
- d. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.
- e. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.
- f. Layanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan.

Dari beberapa pendapat diatas, penulis menyimpulkan pengertian *service excellence* adalah pelayanan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang dapat memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh seseorang yang merasakan itu sendiri.

Kepuasan Pelanggan menurut Kotler (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Tidak senangnya dapat menyenangkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab pelanggan yang menguntungkan bagi pelanggan dan juga untuk perusahaan. Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu

- a. Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*), perusahaan meminta keluhan dan saran pelanggan dengan membuka kotak saran, surat, telepon bebas pulsa.
- b. Survei kepuasan pelanggan, pelaku usaha melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh langsung dari Salon Strawberry Jember dan diambil dari sumber lain yang telah ada seperti jurnal. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau followers instagram Salon Strawberry. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2011) "ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah 30 sampai dengan 500" Penentuan jumlah responden penelitian ini menggunakan rumus slovin. Berdasarkan pada jumlah populasi yang didapatkan, maka sampel dari penelitian yang penulis lakukan adalah : $n = \frac{2.400}{1+2400(0.1)^2} = 96$

Dalam penentuan sampel, prosedur penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel terhadap responden (konsumen) yang pada saat penyebaran kuisisioner berada di Salon Strawberry Jember dan sedang melakukan pelayanan jasa. Metode analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis data berbasis angka dan mengubah data ke dalam format numerik sehingga mendapatkan wawasan yang bermanfaat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dari Salon Strawberry Jember, berdasarkan kuisisioner yang sudah disebar langsung ke lokasi Salon dan dikumpulkan dari 96 responden dan sudah sesuai dengan karakteristik dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Salon Strawberry Jember.

1. Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan mayoritas responden berjenis kelamin Perempuan.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jawaban	Frekuensi	Persentase
LaLaki-laki	8	8,3%
Perempuan	88	91,7%
Total	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan responden pada umumnya berjenis kelamin perempuan sebanyak 88 responden atau 91,7%. Jenis kelamin laki-laki sebanyak 8 responden atau 8,3%. Hasil tersebut menyatakan bahwa mayoritas responden didominasi oleh Perempuan.

2. Responden Menurut Usia

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan mayoritas responden berumur 17-27 tahun.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-27	59	61,5%
28-38	24	25%
39-49	9	9,4%
50-60	4	4,2%
Total	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan responden pada umumnya berumur 17-27 tahun sebanyak 59 responden atau 61,5%, Usia 28-38 tahun sebanyak 24 responden atau 25%, usia 39-49 tahun sebanyak 9 responden atau 9,4%, usia 50-60 tahun sebanyak 4 responden atau 4,2%. Hasil tersebut menyatakan bahwa mayoritas responden berumur 17-27 tahun.

3. Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan mayoritas responden berpendidikan terakhir S1.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
S2	3	3,1%
S1	46	47,9%
Diploma 3	5	5,2%
SMA/SMK	42	43,8%
Total	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan responden pada umumnya berpendidikan terakhir S2 yaitu sebanyak 3 responden atau 3,1%, S1 sebanyak 46 atau 47,9%, D3 sebanyak 5 responden atau 5 responden, SMA/SMK sebanyak 42 responden atau 43,8%. Hasil tersebut menyatakan bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir S1.

1. Variabel Kemampuan

Dalam mendeskripsikan variabel Kemampuan, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kemampuan.

Tabel 4 Kemampuan (X1)

No	Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
2	Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
3	Cukup Puas	20	20,8%	12	12,5%	9	9,3%
4	Puas	49	51,0%	33	34,3%	36	37,5%
5	Sangat Puas	27	28,1%	51	53,1%	51	53,1%
	Jumlah	96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan table.4 menunjukkan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember mampu berkomunikasi dengan baik pada pelanggan” dari total 96 responden terdapat 20 (20,8%) responden menjawab Cukup Puas, 49 (51,0%) responden menjawab Puas, 27 (28,1%) responden menjawab Sangat Puas. Dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember mengetahui kebutuhan pelanggan”, dari total 96 responden terdapat 12 (12,5%) responden menjawab Cukup Puas, 33 (34,3%) responden menjawab Puas, 51(53,1%) responden menjawab Sangat Puas. Dan Dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember mampu melayani dan memberikan penjelasan dengan baik kepada pelanggan” dari total 96 responden terdapat 9 (9,3%) responden menjawab Cukup Puas, 36 (37,5%) responden menjawab Puas, 51 (53,1%) responden yang menjawab Sangat Puas.

2. Variabel Sikap (X2)

Dalam mendeskripsikan variabel Sikap, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Sikap.

Tabel.5 Sikap (X2)

No	Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
2	Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
3	Cukup Puas	10	10,4%	10	10,4%	4	4,1%
4	Puas	47	48,9%	47	48,9%	43	44,7%
5	Sangat Puas	39	40,6%	39	40,6%	49	51,0%
Jumlah		96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan table.5 menunjukkan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember sabar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan”, dari total 96 responden terdapat 10 (10,4%) responden menjawab Cukup Puas, 47 (48,9%) responden persentase menjawab Puas, 39 (40,6%) responden menjawab Sangat Puas. Dari tanggapan “Kondisi karyawan Salon Strawberry Jember ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan”, dari total 96 responden terdapat 10 (10,4%) responden menjawab Cukup Puas, 47 (48,9%) responden menjawab Puas, 39 (40,6%) responden menjawab Sangat Puas. Dan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember sopan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan” dari 96 responden terdapat 4 (4,1%) responden menjawab Cukup Puas, 43(44,7%) responden menjawab Puas, dan 49 (51,0%) responden menjawab Sangat Puas.

3. Variabel Penampilan (X3)

Dalam mendeskripsikan variabel Penampilan, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Penampilan.

Tabel.6 Penampilan (X3)

No	Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
2	Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
3	Cukup Puas	21	21,8%	14	14,5%	13	13,5%
4	Puas	43	44,7%	37	38,5%	39	40,6%
5	Sangat Puas	32	33,3%	45	46,8%	44	45,8%
Jumlah		96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan table.6 menunjukkan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember berpenampilan rapi dan sopan setiap bekerja”, dari total 96 responden terdapat 21 (21,8%) responden menjawab Cukup Puas, 43 (44,7%) responden menjawab Puas, 32 (33,3%) responden menjawab Sangat Puas, Dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember tidak menyinggung pelanggan pada saat melakukan pelayanan”, dari total 96 responden terdapat 14 (14,5%) responden menjawab Cukup Puas, 37 (38,5%) responden menjawab Puas, 45 (46,8%) responden yang menjawab Sangat Puas. Dan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember memperlakukan pelanggan dengan baik” dari 96 responden terdapat 13 (13,5%) responden menjawab Cukup Puas, 39 (40,6%) responden menjawab Puas, dan 44 (45,8%) responden menjawab Sangat Puas.

4.Perhatian (X4)

Dalam mendeskripsikan variabel Perhatian, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Perhatian.

Tabel.6 Penampilan (X3)

No	Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
2	Tidak Puas	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
3	Cukup Puas	10	10,4%	9	9,3%	5	5,2%
4	Puas	47	48,9%	30	31,2%	50	52,0%
5	Sangat Puas	39	40,6%	57	59,3%	41	42,7%
Jumlah		96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan table.6 menunjukkan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember Memenuhi dan perhatian penuh terhadap kebutuhan pelanggan”, dari total 96 responden terdapat 10 (10,4%) responden menjawab Cukup Puas, 47 (48,9%) responden persentase menjawab Puas, 39 (40,6%) responden menjawab Sangat Puas. Dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember memberikan perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan”, dari total 96 responden terdapat 9 responden persentase 9,3% menjawab Cukup Puas, 30 (31,2%) responden menjawab Puas, 57 (59,3%) responden yang menjawab Sangat Puas. Dan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember memberikan perhatian kenyamanan pelanggan yang berkaitan dengan fasilitas fisik.” dari 96 responden terdapat 5 (5,2%) responden menjawab Puas. 50 (52,0%) responden menjawab Puas, dan 41 (42,7%) responden menjawab Sangat Puas.

5.Tindakan (X5)

Dalam mendeskripsikan variabel Tindakan, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Tindakan.

Tabel.7 Tindakan (X5)

No	Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
2	Tidak Puas	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
3	Cukup Puas	11	11,4%	12	12,5%	8	8,0%
4	Puas	46	47,9%	33	34,3%	45	46,8%
5	Sangat Puas	39	40,6%	51	53,1%	43	44,7%
Jumlah		96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan table.7 menunjukkan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember memberikan perhatian kenyamanan pelanggan yang berkaitan dengan fasilitas fisik”, dari total 96 responden terdapat 11 (11,4%) responden menjawab Cukup Puas, 46 (47,9%) responden menjawab Puas, 39 (40,6%) responden menjawab Sangat Puas. Dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember bekerja dengan kesalahan yang minimal dan memberikan informasi terbaru kepada pelanggan”, dari total 96 responden terdapat 12 (12,5%) responden menjawab Cukup Puas, 33 (34,3%) responden menjawab Puas, 51 (53,1%) responden yang menjawab Sangat Puas. Dan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember menyediakan fasilitas penunjang kepada nasabah berupa teknologi informasi.” dari 96 responden terdapat 8 (8,0%) responden menjawab Puas. 45 (46,8%) responden menjawab Puas, dan 43 (44,7%) responden persentase menjawab Sangat Puas.

6. Tanggung Jawab (X6)

Dalam mendeskripsikan variabel Tanggung Jawab, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tanggung jawab.

Tabel .8 Variabel Tanggung Jawab (X6)

No	Keterangan	X2.1		X2.2		X2.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0,0%	0	0,0%	0	0%
2	Tidak Puas	0	0,0%	0	0,0%	0	0%
3	Cukup Puas	9	9,3%	9	9,3%	8	8,3%
4	Puas	28	29,1%	28	29,1%	24	25,0%
5	Sangat Puas	59	61,4%	59	61,4%	64	66,6%
Jumlah		96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan table.8 menunjukkan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan”, dari total 96 responden terdapat 9 (9,3%) responden menjawab Cukup Puas, 28 (29,1%) responden menjawab Puas, 59 (61,4%) responden menjawab Sangat Puas. Dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan”, dari total 96 responden terdapat 9 (9,3%) responden menjawab Cukup Puas, 28 (29,1%) responden menjawab Puas, 59 (61,4%) responden yang menjawab Sangat Puas. Dan dari tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember bertanggung jawab terhadap kemudahan pelanggan dalam menyampaikan pengaduan.” dari 96 responden terdapat 8 (8,3%) responden menjawab Puas, 24 (25,0%) responden menjawab Puas, dan 64 (66,6%) responden menjawab Sangat Puas.

7. Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam mendeskripsikan variabel Kepuasan Pelanggan, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan pelanggan.

Tabel.9 Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Keterangan	X2.1		X2.2		X2.3	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
2	Tidak Puas	0	0%	0	0%	0	0%
3	Cukup Puas	11	11,4%	12	12,5%	6	6,2%
4	Puas	36	37,5%	22	22,9%	31	32,2%
5	Sangat Puas	49	51,0%	62	64,5%	59	61,4%
Jumlah		96	100%	96	100%	96	100%

Sumber : Data primer yang diolah Agustus 2022

Berdasarkan table.9 menunjukkan dari tanggapan “Semenjak saya melakukan perawatan di Salon Strawberry Jember saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan”, dari total 96 responden terdapat 11 (11,4%) responden menjawab Cukup Puas, 36 (37,5%) responden menjawab Puas 49 (51,0%) responden menjawab Sangat Puas, Dari tanggapan “Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah berlangganan ke salon lain”, dari total 96 responden terdapat 12 (12,5%) responden menjawab Cukup Puas, 22 (22,9%) responden menjawab Puas, 62 (64,5%) responden yang menjawab Sangat Puas. Dari tanggapan “Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah berlangganan ke salon lain”, dari total 96 responden terdapat 6 (6,2%) responden menjawab Cukup Puas, 31 (32,2%) responden menjawab Puas, 59 (61,4%) responden yang menjawab Sangat Puas.

UJI HIPOTESIS

1. Uji t

Tabel.10 Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,898	1,814		1,598	0,114
Kemampuan	-0,017	0,09	-0,016	-0,184	0,854
Sikap	-0,121	0,125	-0,099	-0,969	0,335
1 Penampilan	0,323	0,11	0,334	2,931	0,004
Perhatian	0,18	0,124	0,157	1,452	0,15
Tindakan	0,205	0,107	0,195	1,903	0,06
Tanggung Jawab	0,236	0,09	0,234	2,607	0,011

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan tabel.10 dapat diketahui variabel yang berpengaruh signifikan diantaranya yaitu Penampilan dan Tanggung jawab. Sedangkan beberapa variabel yang tidak signifikan yaitu Kemampuan, sikap, penampilan dan tindakan.

2. Uji f

Tabel.11 Uji f

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	120,519	6	20,086	11,077	,000 ^b
1 Residual	161,387	89	1,813		
Total	281,906	95			

Sumber : Data yang diolah 2022

Berdasarkan tabel.11 dapat diketahui bahwa nilai f hitung (11,077) > f tabel (3,10) dan nilai sig 0,00 < 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, Tanggung Jawab secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji pengaruh variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah diuji, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan diantaranya yaitu variabel Penampilan dengan menunjukkan nilai sig 0,004 < 0,05 dan t hitung (2,931) > t tabel (1,661) yang berarti hipotesis Penampilan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dan variabel Tanggung Jawab menunjukkan nilai sig 0,011 > 0,05 dan t hitung (2,607) > t tabel (1,661) yang berarti hipotesis Tanggung Jawab secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan beberapa variabel yang menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan secara parsial diantaranya yaitu Kemampuan menunjukkan nilai sig 0,854 > 0,05 dan t hitung (-0,184) < t tabel (1,661), variabel sikap menunjukkan nilai sig 0,335 > 0,05 dan t hitung (-0,969) < t tabel (1,661), variabel Perhatian menunjukkan nilai sig 0,15 > 0,05 dan t hitung (1,452) < t tabel (1,661), dan yang terakhir variabel Tindakan menunjukkan nilai sig 0,06 > 0,05 dan t hitung (1,903) > t tabel (1,661).

8. SIMPULAN

1. Dari hasil penelitian diatas didapatkan bahwa beberapa variabel yaitu Kemampuan (x1), Sikap (x2), Perhatian (x4) dan Tindakan (x5) dinyatakan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dua variabel diantaranya yaitu Penampilan (x3) dan Tanggung Jawab (x6) dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

2. Dari hasil uji simultan di atas dinyatakan bahwa seluruh variabel *service excellent* yang diantaranya Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan Tanggung Jawab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

9. UCAPAN TERIMAKASIH

Jika ada, ucapan terimakasih ditujukan kepada institusi resmi atau perorangan sebagai penyandang dana atau telah memberikan kontribusi lain dalam penelitian. Ucapan terimakasih dilengkapi dengan nomor surat kontrak penelitian.

10. DAFTAR PUSTAKA

- Arijanto, Agus. (2014). Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Antoni, M. S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan prima (*service excellence*), porsi bagi hasil dan tingkat pendapatan nasabah terhadap tabungan firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Langsa. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan, Ekonomi Islam*, 10(1), 34–61.
- Asih, N.S. (2016) Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) terhadap kepuasan pelanggan Salon Agata Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Barata, Atep Adya, 2003, Dasar-dasar Pelayanan Prima. PT. Elek Mediakomputindo; Jakarta
- Dwi, Cahyani Putri. (2016). Tingkat kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. Vol. 6 No. 2
- Dwi Divayana, K. A., & Rahanatha, G. B. (2018). Studi komparatif pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 2134.
- Endarini, S. 2012. Pelayanan Prima. Makalah (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Kanwil Departemen Kesehatan Propinsi DIY.
- Erlando, E. (2012). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Spbu Pertamina 34-12708).
- Fandy Tjiptono, 2008, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro.
- Irawan, Handi. (2010) Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit Elex Media Koutindo Kelompok Gramedia.
- Irawan, Yoga B. (2014). "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di Smesco Mart Al-Hikam Kota Malang". Universitas Brawijaya Malang.
- Judiari, Josina (2010). Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Philip & Kevin Lane, Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14, Global Edition. New Jersey* : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15 th)*. Pearson Education, Inc
- Lupiyoadi, R., 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba, Jakarta.
- Maddy, Khairul (2009). Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima. Jakarta: Kata Buku
- Melati, (2015). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah Menggunakan *Service Excellence*.
- Nizar M, B Sholeh (2017).Pengaruh Pelayanan Prima (*Service excellence*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Lawang Malang. *Jurnal Yudharta Pasuruan*
- Semuel,.(2010). *Service Excellence, perceive value, satisfaction, trust, dan loyalty* pada PT. Kereta Api Indonesia menurut penilaian pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*
- Tjiptono, Fandy (2008) : *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2006). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta: Salemba Empat
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019, August). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (Vol. 2, pp. 170-178)*.
- Valdo J. Umboh dan Slivya L. Mandey. (2014). Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian cab Belitung. Vol2 No.3.
- Valentino, J., (2012) Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Prima Swalayan Cabang Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- W. and Yunanto, (2012). Hubungan Implementasi Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Kc Bank Dki Syariah Wahid Hasyim).
- Wijaya, N.S., 2002, Pertumbuhan Melalui Penciptaan Nilai dalam Layanan Penjualan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. No. VI Edisi Pebruari.
- WR Putri, F Niswah, (2017). "Pengaruh *Excellence Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Angkasa Pura 1 Kantor Cabang Bandara Internasional Juanda.
- Yulandari, A., (2009) Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Garuda Indonesia Airways Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota surakarta. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Zeithaml, VA. Bitner MJ, 2003. *Understanding Customer Expectations and Perceptions through Marketing Research. Integrating Customer Focus Across The Firm. Services Marketing*, 2nd Ed., Irwin McGraw-Hill.

