

PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. TRIDJAYA MAJU SUKSES PAAL DUA, MANADO

Medelene Viva Pomantow¹, Meiske Manopo², Precylia Ribka Raming³

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

medelene30@gmail.com

Abstrak

Adanya pelayanan prima (*service excellent*) yang memuaskan berguna untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan, sehingga menciptakan kedekatan pelanggan dengan perusahaan. Pelayanan prima perlu ditingkatkan bagi setiap perusahaan khususnya untuk perusahaan yang bergerak dibidang produk/jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara/interview serta kuesioner penelitian. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berjumlah 87. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode accidental sampling. Analisis yang digunakan adalah analisa statistik deskriptif, total skor, analisis korelasi serta analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis dilihat dari t-hitung dari variabel pelayanan prima yaitu sebesar 6.322 sedangkan t-tabel yaitu $(0.05, 41) = 1.682$ karena t-hitung $(6.322) >$ dari t-tabel (1.682) maka H_a diterima. Dari hasil analisis penelitian diperoleh nilai koefisiensi determinasi $R^2 = 0,698$ (69,8%) menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado. Nilai koefisien determinasi menunjukkan kepuasan pelanggan koefisien determinasi $R^2 = 0,488$ dipengaruhi oleh pelayanan prima, hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan prima mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu Pelayanan Prima perlu ditingkatkan melalui dukungan semua staf yang ada, agar kepuasan pelanggan meningkat maksimal sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kata Kunci : *Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan*

1. PENDAHULUAN

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan adalah faktor penentu yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis secara signifikan. Pelayanan yang efektif sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dapat meningkatkan efisiensi proses dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan, diukur dengan mengevaluasi pengalaman mereka menggunakan produk atau jasa, sangat penting untuk membangun loyalitas dan hubungan jangka Panjang. Menurut (Nurmah 2018) pelayanan prima (excellence service) adalah satu bentuk pelayanan yang sangat memuaskan bagi para penerima pelayanan. Menurut (Windasuri dan Susanti 2017) kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado?

LANDASAN TEORI

Pelayanan Prima

Menurut (Nurmah 2018) pelayanan prima (excellence service) adalah satu bentuk pelayanan yang sangat memuaskan bagi para penerima pelayanan. Menurut Maddy dalam (Frimayasa 2017) pelayanan prima (Service Excellent) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012) dalam Shahabuddin (2019) kepuasan adalah perbedaan atau harapan dan unjuk kerja. Kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau menyempitkan gap antara harapan dan kinerja.

Hubungan antara Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara variabel Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian sebelumnya. Misalnya, Nur Hidayat (2019) dalam penelitiannya mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di industri otomotif, menemukan bahwa ada hubungan yang kuat antara pelayanan yang berkualitas dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Demikian pula, Ahmad Yusuf (2022) dalam penelitiannya mengenai pelayanan prima pada bengkel di Surabaya, menyimpulkan bahwa pelayanan prima, yang meliputi kecepatan, keramahan, dan keterampilan teknis, memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa peningkatan dalam pelayanan prima seperti kemampuan staf untuk merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat, memberikan informasi yang jelas, dan menangani keluhan secara efektif berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin besar pula kemungkinan pelanggan merasa puas dengan layanan yang mereka terima

3. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado yang berlokasi di Jln. Yos Sudarso No.35, Paal Dua, Kec Tikala, Kota Manado. Waktu pelaksanaan penelitian ini selama 7 (tujuh) bulan mulai dari 18 Januari 2024 sampai 30 Juli 2024. Tahapan kegiatan dimulai dari pra-survey, pengumpulan data sampai dengan penyusunan proposal skripsi penelitian.

Jenis dan Sumber Data

1) Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Susanti (2014:15). Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari konsumen pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado. Dalam hal ini yaitu data hasil kuesioner terhadap konsumen yang diolah langsung.

2) Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data ini berupa gambaran umum perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi, dan jumlah karyawan.

Metode Pengumpulan Data

- 1. **Observasi**, yaitu cara pengumpulan data melalui pencatatan secara cermat dan sistematis. Langsung di ambil dari CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado yang berkaitan dengan pengguna produk/jasa *dealer* motor Honda.
- 2. **Kuesioner**, untuk mendapatkan data data kuantitatif tentang variabel variabel yang ingin diteliti.
- 3. **Kajian Pustaka**, yaitu peneliti mencari refrensi-refrensi yang terkait dengan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan dari sumber-sumber seperti buku-buku literatur melalui studi pustaka dan situs internet yang berkaitan dan mendukung Penelitian ini.

Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang berkunjung lebih dari dua kali untuk melakukan servis motor di CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiono (2002). Untuk menentukan besarnya sampel dari suatu populasi, maka teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016:124), *sampling incidental/accidental* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang telah menggunakan jasa servis motor Honda lebih dari dua kali pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado Adapun sampel yang akan diambil sebanyak 44 pelanggan/konsumen.

Metode Analisis Data 1. Statistik Deskriptif

Analisis data yang disajikan dalam bentuk tabel atau presentasi grafik. Statistik deskriptif yang akan digunakan untuk menggambarkan distribusi frekuensi tanggapan responden dan mengukur sejauh mana variabel penelitian yaitu pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini mendeskripsikan tanggapan responden dengan melihat *mean* dan standar deviasi, dimana standar deviasi merupakan variasi tanggapan responden.

2. Total Skor

Menghitung seluruh respon responden dalam kuesioner penelitian serta mengetahui seberapa tanggapan responden terhadap instrument yang dijalankan. Total skor juga bias menggambarkan seberapa baik variabel penelitian yang sedang terjadi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Biasanya untuk mengukur Total Skor dengan menggunakan ukuran *Quartil* dan rumus *Presentase* sebagai berikut:

$$\text{TOTAL SKOR} = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

3. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuisisioner yang digunakan dalam pengumpulan data.

Uji validitas pada Penelitian ini menggunakan alat ukur *Pearson Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat jika $r = 0,5$. Untuk mengukur validitas ditentukan dengan melihat $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 44 sehingga nilai $r (0.05, 44)$ *Pearson Product Moment* dan didapat nilai $r = 0,297$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,297 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi X dan Y
 X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
 Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item
 $\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$:Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 N : Banyaknya responden

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kemampuan suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan mantap bila dalam mengukur sesuatu berulang kali, alat ukur tersebut memberikan hasil yang sama. Tentu saja dengan syarat bahwa kondisi saat pengukuran tidak berubah. Reliabilitas berarti dapat diandalkan (dependability) dan hasilnya dapat diramal (predictability).

Reliabilitas menunjukkan tingkat ketepatan. Apabila ingin menguji ketepatan suatu hasil pengukuran maka ukuran yang diperoleh merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang ingin diukur.

Instrumen (kuesioner) penelitian dikatakan memiliki reliabilitas yang sedang apabila nilai α dari Cronbach's antara 0,5 sampai 0,6 (Sugiyono 2014). Instrumen penelitian variabel.

$$r\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan: α = Keandalan *alpha* Cronbach r = Rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan k = Jumlah butir pertanyaan dalam skala.

5. Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas Pelayanan Prima dan variabel terikat Kepuasan Pelanggan digunakan analisis korelasi dengan mengikuti *Formula Pearson*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut (Riduwan, 2010:136)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	SANGAT TINGGI
0,60 - 0,799	TINGGI
0,40 - 0,599	SEDANG
0,20 - 0,399	RENDAH
0,00 - 0,199	SANGAT RENDAH

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada hubungan yang kuat antara variabel (Y) *Kepuasan Pelanggan (X) Pelayanan Prima*, analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa linear regresi sederhana yang berpatokan pada rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :
 Y =Variabel Dependen (Variabel terikat) X =Variabel Independen (Variabel bebas) a = Konstanta (nilai dari Y apabila $X = 0$) b = Koefisien regresi (Pengaruh positif atau negatif).

7. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah variable independen mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variable dependen atau tidak, maka akan dilakukan uji hipotesis. Bentuk pengujiannya adalah jika probabilitas nilai t atau signifikansi $\leq 0,05$ atau (5%) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara variabel X terhadap varabel Y . Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi konstanta dari setiap variabel independen terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t , yang sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2015) dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :
 t = nilai t yang dihitung selajutnya disebut

t-hitung
r = koefisien korelasi
n = jumlah

H_o ditolak jika t_{hitung} ≥ dari t_{tabel}, maka signifikan
H_a diterima jika t_{hitung} ≤ dari t_{tabel}, maka tidak signifikan
Nilai t_{hitung} dapat diketahui dari hasil perhitungan analisis regresi sederhana.

4. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Statistik

Hasil analisis deskriptif statistic adalah untuk melihat bagaimana proses penyebaran data dari variable Pelayanan Prima (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan jawaban angket responden. Data yang dikumpulkan dari 44 responden ditabulasi menurut variabel penelitian dan dideskripsikan dengan bantuan fasilitas Data *Analysis* dari Microsoft Excel.

Statistik Deskriptif		
	X	Y
Mean	35.114	30.955
Standard Error	1.239	0.914
Median	35.500	33.000
Mode	34.000	33.000
Standard Deviation	8.216	6.065
Sample Variance	67.498	36.789
Kurtosis	-1.119	-0.291
Skewness	0.087	-0.848
Range	28	22
Minimum	22	18
Maximum	50	40
Sum	1545	1362
Count	44	44

1. Deskripsi Variabel Pelayanan Prima (X)

Berdasarkan hasil deskriptif statistic Pelayanan Prima pada table di atas diperoleh nilai *Maximum* 50 dan *Minimum* 22 atau memiliki *Range* 28 serta nilai *Sample Variance* 67.498 dengan nilai *Standard Error* 1.239. Hal ini menggambarkan bahwa Pelayanan Prima pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado memiliki nilai signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

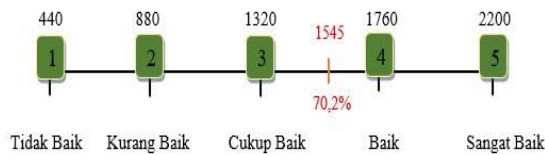
Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai *Mean* 35.114 dengan nilai *Skewness* 0.087 dan *Kurtosis* -1.119 yang menyarankan derajat simetri dari distribusi Pelayanan Prima yang ada pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado terdistribusi normal sengan *Standard Deviation* 8.216. Dengan kata lain Pelayanan Prima yang ada pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado terdistribusi dengan baik.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel Kepuasan Pelanggan pada tabel di atas diperoleh nilai *Maximum* 40 dan *Minimum* 18 atau memiliki *Range* 22 serta nilai *Sample Variance* 36.789 dengan nilai *Standard Error* 0.914. Hal ini menggambarkan bahwa variabel kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai *Mean* 30.955 dengan nilai *Skewness* -0.848 dan nilai *Kurtosis* -0.291 yang mengarakterisasikan derajat simetri dari distribusi data variable kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado terdistribusi normal dengan *Standard Deviation* 6.065. Dengan kata lain, variable kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado terdistribusi dengan cukup baik.

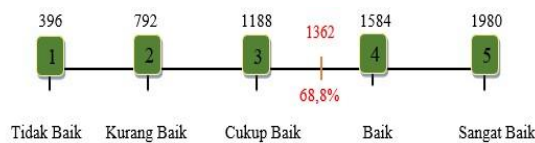
Total Skor Pelayanan Prima (X)

Untuk skor tertinggi = 5, jumlah item = 10 dan jumlah responden = 44, maka skor tertinggi = $5 \times 10 \times 44 = 2200$. Dan untuk jumlah skor untuk hasil jawaban 1545. Dengan demikian menurut persepsi 44 responden berjumlah $1545:2200 \times 100\% = 70,2\%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam bentuk lima bagian sebagai berikut:



Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk skor tertinggi = 5, jumlah item = 9 dan jumlah responden = 44, maka skor tertinggi = $5 \times 9 \times 44 = 1980$. Dan untuk jumlah skor untuk hasil jawaban 1362. Dengan demikian presentase total instrumen jawaban 44 responden variabel Kepuasan Pelanggan yaitu $1362 : 1980 \times 100 = 68,8\%$. Hal ini secara dapat dibuat kategori penyebaran data dalam bentuk lima bagian sebagai berikut:



Uji Validitas

Pengujian ini menggunakan alat ukur Pearson Product Moment. Dengan tujuan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat kalau $r = 0,5$. Untuk mengukur validitas ditentukan dengan melihat $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 44 sehingga nilai $r (0.05,44)$ Person Product Moment dan di dapat nilai $r = 0,297$.

No.	Daftar Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Skor/hasil
1	Skor Jawaban X1	0.297	0.747	valid
2	Skor Jawaban X2	0.297	0.653	valid
3	Skor Jawaban X3	0.297	0.828	valid
4	Skor Jawaban X4	0.297	0.761	valid
5	Skor Jawaban X5	0.297	0.681	valid
6	Skor Jawaban X6	0.297	0.488	valid
7	Skor Jawaban X7	0.297	0.590	valid
8	Skor Jawaban X8	0.297	0.907	valid
9	Skor Jawaban X9	0.297	0.793	valid
10	Skor Jawaban X10	0.297	0.604	valid

No.	Daftar Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Skor/hasil
1	Skor Jawaban Y1	0.297	0.621	valid
2	Skor Jawaban Y2	0.297	0.488	valid
3	Skor Jawaban Y3	0.297	0.528	valid
4	Skor Jawaban Y4	0.297	0.520	valid
5	Skor Jawaban Y5	0.297	0.322	valid
6	Skor Jawaban Y6	0.297	0.306	valid
7	Skor Jawaban Y7	0.297	0.549	valid
8	Skor Jawaban Y8	0.297	0.656	valid
9	Skor Jawaban Y9	0.297	0.606	valid

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa instrumen penelitian pada variabel Pelayanan Prima (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilainya diatas 0,297.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden melalui instrument dapat diandalkan atau dipercaya sehingga menggunakan analisis reliabilitas dengan metode Croanbarch Alpha. Dimana suatu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0.5 atau lebih. Instrument penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien reliabel (r) $>0,6$.

alpha cronbach's	n of tem	Keterangan
0.863	10	Reliebel

alpha cronbach's	n of tem	Keterangan
0.862	9	Reliebel

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dengan Cronbach's Alpha sebagaimana terlihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Alpha lebih dari 0,6. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel dan dianggap baik. Maka dapat digunakan untuk mengolah selanjutnya.

Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan yang terjadi dimana, koefisien korelasi (hubungan) yaitu 0,698 yang menyatakan (berdasarkan standard penetapan) terjadi hubungan yang kuat dari variabel pelayanan prima dengan variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.488	.475	4.393

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas data telah diolah dan hasil perolehan tersebut seperti, R² (koefisien determinasi) = 0,488 mengartikan fungsi dalam mengukur kesesuaian regresi bisa didapatkan bahwa 48,8% dipengaruhi oleh pelayanan prima, dan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Uji Analisis Regresi linear Sederhana

Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada hubungan yang kuat antara variabel (Y) kepuasan pelanggan dengan variabel (X) pelayanan prima. Berikut adalah hasil koefisien regresi yang diperoleh dari hasil pengolahan data sebagai berikut:

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.853	2.939		4.373	.000
	X	.516	.082	.698	6.322	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan persamaan regresi antar variabel Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan dengan rumus $Y = 12,853 + 0.516 X$

- a. Konstanta sebesar 12,853 menyatakan bahwa jika. variabel Pelayanan Prima (X) dianggap konstan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat 12,853.
- b. Koefisien regresi sebesar 0,516 maka Pelayanan Prima (X) bernilai positif maka dengan adanya peningkatan Pelayanan Prima (X) akan mengakibatkan Kepuasan Pelanggan (Y) meningkat 0,516.

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikasi hubungan antara variable bebas dan variabel terikat secara parsial dilakukan dengan uji t. Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan secara parsial antara variabel bebas pelayanan prima (X) dengan variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Uji t dapat dilakukan dengan menggunakan data t hitung melalui uji t secara parsial dapat dilihat sebagai berikut :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.853	2.939		4.373	.000
	X	.516	.082	.698	6.322	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai thitung (6.322) jauh lebih besar daripada ttabel(1.682), yang berarti bahwa nilai thitung berada di luar wilayah kritis dan ini menunjukkan bahwa hasilnya signifikan. Nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0.05, yang berarti bahwa hasil ini sangat signifikan secara statistik. Karena t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0.05, kita menolak hipotesis nol (Ho). Ini berarti bahwa ada bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa Pelayanan Prima berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Pelayanan Prima memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung oleh data statistik yang menunjukkan bahwa t hitung jauh lebih besar dari t tabel, dengan nilai signifikansi yang sangat kecil, serta didukung oleh teori-teori motivasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik Kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelayanan Prima (X) pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado memperoleh jawaban responden untuk variable pelayanan prima adalah 1545 dengan presentase 70,2%. Pelayanan prima yang diberikan telah dikategorikan baik, namun melihat secara langsung berdasarkan jawaban responden masih perlu ditingkatkan lagi. Hasil total skor berdasarkan jawaban responden pada variabel Pelayanan prima masuk dalam kategori baik, tetapi perlu ditingkatkan lagi.
2. Kepuasan Pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado memperoleh jawaban responden untuk variable kepuasan pelanggan (Y) adalah 1362 dengan presentase 68,8%. Kepuasan Pelanggan harus lebih ditingkatkan dengan dukungan dari semua karyawan yang ada. Hasil total skor berdasarkan jawaban responden pada variabel Kepuasan Pelanggan di CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado masuk dalam kategori baik, tetapi perlu ditingkatkan lagi.
3. Pelayanan prima secara parsial berpengaruh signifikan terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan. Apabila Pelayanan prima ditingkatkan, akan berdampak terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado.

Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan untuk menjawab apa yang menjadi rumusan permasalahan dan tujuan dari penelitian, maka saran pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pada variabel Pelayanan Prima, hasil penilaian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado, masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelayanan prima. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan standar pelayanan prima kepada pelanggan. Peningkatan ini perlu dilakukan dengan fokus pada pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan, serta penerapan praktik layanan yang lebih baik dan inovatif.
2. Pada variabel Kepuasan Pelanggan, penilaian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di CV. Tridjaya Maju Sukses Paal Dua, Manado, sudah cukup baik, namun masih terdapat peluang untuk peningkatan, terutama dalam aspek pelayanan prima. Untuk mencapai perbaikan yang signifikan, dukungan aktif dari pimpinan perusahaan sangat penting. Pimpinan perlu mengutamakan kenyamanan pelanggan dan memfasilitasi upaya peningkatan layanan, seperti menciptakan budaya kerja yang berfokus pada pelanggan, memberikan pelatihan berkala untuk staf, serta menyediakan saluran umpan balik yang efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat mencapai tujuan layanan secara optimal dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta : Rineka Cipta
- Asih, N. S. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agtabelata Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 7(2).
- Barata, Atep Adya. Dan Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan ketiga, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta, 2006, Bitner, M.J., & Hubbert, A.R. (1994). "Encounter Satisfaction versus Overall Satisfaction versus Quality". *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*.
- Cahyana, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt.Pos Indonesia (Persero) Cabang Soreang 40900.
- Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 35.
- Erlando, 2010, Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada SPBU Pertamina 34-12708), Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Jakarta.

- Firmayasa, Agtovia 2017. “Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo.”
- Husein Umar, 2003, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm. 146.
- J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 233.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Ed, 13. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Ed, 13. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, hlm, 17
- Nurmah, Semil. 2018. *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah*. ed. Burhan Bungin. Depok: PRENADAMEDIA GROUP.
- Oliver, R.L. (1980). "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions". *Journal of Marketing Research*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Philip Kotler, Dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* Buku 2, (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 30.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Teguh Hendra (Jakarta: Prenhallindo, 2002), I: 246.
- Prayogi Geni, *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, Universitas Islam Negeri Raiden Intan Lampung. 2018
- Rangkuti, Freddy (2017), *Customer Care Excellence*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 158
- Rusyd, Mhd. 2017. *Customer Excellence*. ed. Nur Aedi. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Richard F. Gerson, *Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Terj. Widyaningrum (Jakarta: PPM, 2002), 3.
- Schmitt, B. (2003). "Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers". *Wiley*.
- Siyoto dan sodik (2015), Susanti (2014), sugiyono (2015) **jenis data** (skripsi veren prang).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Valentino, Julian, 2013, *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Prima Swalayan Cabang Nganjuk*.
- Wahyu Setiyono, *Hubungan Implementasi Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus KC Bank DKI Syariah Wahid Hasyim)*, UNJ, 2011.
- Windasuri, Heria, dan Susanti, Hyacintha (2016). *Excellent Service*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). "The Behavioral Consequences of Service Quality". *Journal of Marketing*.