

PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KERAMIKU COFFEE & GALERY

Annisa Sofiyanti¹⁾, Dhara Vida Ramadhani²⁾, Yunyun Ratna H³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha
email: asofiyanti@piksi.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha
email: ramadhani@piksi.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha
email: yunyunratna@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of excellent service on customer satisfaction at Keramiku Coffee & Gallery. The research method used in this study is a quantitative method. Data collection techniques using literature study, observation, and questionnaires. While the data analysis technique uses validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, hypothesis testing with tools such as Microsoft Excel 2010 and SPSS 20 for windows. Based on the research results, it is known that the sig. (2 tailed) of 0.000, because the value of sig. (2tailed) < 0.005, it means that there is a significant relationship between the Excellent Service Variable (X) and the Customer Satisfaction Variable (Y). From the results of the SPSS output, the correlation coefficient is 0.781, meaning that the level of the relationship between the influence of the Excellent Service Variable (X) on the Customer Satisfaction Variable (Y) is strong. The value of the coefficient of determination of 0.611 or 61.1% has the meaning that the Variable Y (Customer Satisfaction) at Keramiku Coffee and Gallery is influenced by Variable X (Excellent Service) of 61.1%, while the remaining 39% is influenced by other variables not inspected by the authors.

Keywords: *Excellent Service ; Satisfied Customer*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, observasi, dan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji validitas, realibilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan alat bantu berupa Microsoft Excel 2010 dan SPSS 20 for windows. Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai sig. (2 tailed) sebesar 0.000, karena nilai sig. (2tailed) < 0.005 maka artinya terdapat hubungan yang signifikan antara Variabel Pelayanan Prima (X) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dari hasil output SPSS diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0.781 artinya tingkat hubungan pengaruh Variabel Pelayanan Prima (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,611 atau 61,1 % memiliki arti yaitu Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di Keramiku Coffee and Gallery dipengaruhi oleh Variabel X (Pelayanan Prima) sebesar 61,1%, adapun sisanya yakni 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Pelayanan Prima ; Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Di masa pandemi Covid 19 ini dalam melakukan bisnis ataupun semacamnya yang berhubungan dengan bisnis, harus dilakukan dengan ketepatan dalam bertindak, karena apabila salah dalam mengambil tindakan, maka akan berdampak kepada bisnis yang sedang dijalani, apalagi dalam keadaan seperti sekarang ini, semua sedang di uji dalam masalah ekonomi.

Juga di era globalisasi ini kecepatan dan ketepatan dalam melakukan suatu hal yang berhubungan dengan bisnis mulai mutlak untuk dilakukan. Semakin pesatnya arus teknologi informasi dan komunikasi dapat berdampak pada bisnis yang semakin cepat, juga persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan begitu perusahaan harus bisa mempertahankan eksistensi perusahaan agar dapat berjalan menghadapi persaingan bisnisnya, sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat berjalan lancar tanpa adanya hambatan.

Upaya yang harus dilakukan untuk menjuarai persaingan ialah dengan memberikan nilai lebih dan kepuasan terhadap konsumen melalui pelanggan. Ketika membeli sebuah produk, kebanyakan konsumen umumnya berupaya mengoptimalkan nilai yang didapatkannya. Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tujuan dasar dalam suatu perusahaan. Karena apabila tidak ada pelanggan, maka perusahaan tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Karena pelanggan adalah aset utama perusahaan. Oleh sebab itu tujuan mendasar sebuah perusahaan yakni memikat dan mempertahankan pelanggan.

Herlambang (2018) mengartikan pelayanan prima sebagai, “salah satu upaya yang dilaksanakan perusahaan atau organisasi dalam hal memberi pelayanan bagi konsumen dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberi kepuasan bagi konsumen dalam rangka pemenuhan keinginan dan keperluan konsumen, baik dalam bentuk produk maupun jasa“.

Pelayanan yang baik dapat memberi kepuasan kepada konsumen, sebab sering kali konsumen ingin diperlakukan layaknya raja, yang ingin dipenuhi keinginan dan kepuasannya. Tetapi sebaliknya, ketika pelayanannya buruk, pelanggan pasti tidak akan lagi mengunjungi perusahaan tersebut, karena kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen sangat tidak memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa penting sekali meningkatkan pelayanan prima di perusahaan tersebut. Dengan memberikan perhatian penuh kepada apa yang diinginkan pelanggan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, produk atau jasa yang ditawarkan terasa hambar. Juga tidak akan dibeli oleh pelanggan, hal ini akan mengakibatkan perusahaan rugi dan bisa jadi bangkrut. Apabila tidak ada pelanggan, kelak tidak akan ada kegiatan bisnis sama sekali.

Begitu pula dalam bidang usaha kuliner, salah satunya adalah cafe. Masalah utama sebuah kafe ialah pelayanan yang disediakan. Apakah telah sepadan dengan yang diharapkan konsumen atau belum. Oleh karena hal tersebut, Keramiku Coffee & Gallery diwajibkan agar konsisten dalam hal menjaga kepercayaan konsumen dengan mengoptimalkan kualitas pelayanannya.

Berdasarkan data yang penulis peroleh, terjadi penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Keramiku Coffee & Gallery. Berikut ini data penurunan jumlah pelanggan tersebut:

Tabel 1.1
Data Pelanggan Keramiku Coffee & Gallery Tahun 2020

Bulan	Jumlah Pelanggan
Maret	309
April	218
Mei	190

Sumber : Coffee & Gallery Keramiku

Melalui tabel di atas dapat ditemukan bahwa jumlah pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery mendapatkan penurunan dalam waktu tiga bulan. Pada bulan Maret 2021, jumlah pelanggan yang berkunjung sebanyak 309, pada bulan April jumlah pelanggan yang berkunjung sebanyak 218, dan pada bulan Mei jumlah pelanggan yang berkunjung sebanyak 190. Selanjutnya berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari staf Keramiku Coffee & Gallery, dalam kurun waktu tiga bulan tersebut terdapat beberapa keluhan pelanggan. Keluhan tersebut berisi ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah kurangnya pelayanan ketika konsumen membutuhkan sesuatu. Dengan permasalahan tersebut, pihak café harus terus mengingatkan petugas café untuk bisa mengatasi keluhan konsumen dengan cara meningkatkan pelayanan. Dengan begitu konsumen akan datang berkali-kali dan mengajak atau merekomendasikan kepada rekan-rekannya, karena dia merasa puas akan pelayanan yang di dapat.

Berlandaskan latar belakang permasalahan seperti di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang kemudian diberi judul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery” .

Kajian Ilmiah

A. Pelayanan

Pelayanan pada umumnya dapat diartikan sebagai tindakan individu sekelompok ataupun organisasi yang langsung maupun tidak langsung demi pemenuhan kebutuhan. Kotler dan Armstrong (2013) mengatakan bahwa pelayanan merupakan segala perilaku ataupun aktivitas yang sanggup ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya.

B. Pelayanan Prima

1. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima atau juga disebut sebagai *Excelent Service* adalah sebuah wujud kewajiban atau keharusan dalam industri jasa ataupun dagang saat menemui konsumen atau pelanggan. Di dunia bisnis, terdapat persaingan yang amat tinggi antara penjual satu dengan yang lainnya. Hal tersebut kemudian memaksa para penjual agar wajib menyampaikan service yang memuaskan kepada para pelanggannya, dikarenakan apabila tidak memberi layanan yang maksimal maka para pelanggan tersebut akan berpaling ke perusahaan yang lain. Pelayanan prima berdasarkan Firmansyah (2016), diartikan sebagai pelayanan yang baik dan memuaskan konsumen atau masyarakat atau pemangku kepentingan lainnya. Pelayanan prima merupakan sebuah usaha pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan menyiapkan, mengelola yang dibutuhkan secara maksimal, sehingga pelanggan mendapatkan sesuatu yang melampaui keinginannya. Lalu menurut (Feddy, 2017) pelayanan prima merupakan sebuah pelayanan terbaik untuk menggenapi ekspektasi dan keperluan konsumen. Dalam kata lain, pelayanan prima merupakan sebuah pelayanan yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Pelayanan prima dapat pula diketahui sebagai pemberian layanan lebih dari yang diinginkan memperhatikan waktu, akurasi, keamanan, kenyamanan, kualitas, kuantitas, tarif, proses, dan kepuasan.

2. Dimensi Pelayanan Prima

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan, yakni kualitas memberi sebuah motivasi khusus bagi para pelanggan agar dapat membentuk hubungan kerja maupun partner yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dengan begitu, perusahaan dapat menumbuhkan kepuasan, yang pada periodenya kepuasan pelanggan dapat mewujudkan kerjasama yang baik antara konsumen dengan perusahaan yang

memberi kualitas memuaskan.

Menurut Tjiptono, Fandy (2016) terdapat lima aspek yang paling tidak dimiliki oleh pelayanan yakni: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, serta Emphaty.

a) Tangible (berwujud) yaitu terdapat wujud nyata dari fasilitas-fasilitas penyokong, petugas maupun sarana komunikasi yang mendampingi produk tersebut. Karena suatu pelayanan mustahil untuk bisa diraba, dicium, dilihat, maka menjadikan aspek tangible amat penting karena digunakan sebagai tolak ukur terhadap pelayanan.

b) Reliability (keandalan) yaitu kecakapan dalam pemberian layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan. Dimensi ini juga menjadi sangat penting untuk perusahaan terhadap anggota khususnya perusahaan yang berkiprah di bidang jasa. Karena melalui adanya dimensi ini, pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap perusahaan dari kesanggupan perusahaan tersebut untuk menyediakan pelayanan yang sepadan dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan.

c) Responsiveness (daya tanggap) yakni kemauan para pegawai untuk memberi bantuan kepada pelanggan serta memberi layanan dengan tanggap. Harapan anggota terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat diyakinkan akan mendapat perubahan yang cenderung meningkat dari periode ke periode.

d) Assurance (jaminan) melingkup kepandaian, kompetensi, kesopanan, sifat yang bisa dipercaya yang dimiliki para pegawai, terlepas dari bencana, risiko atau ketidakpastian.

e) Emphaty (empati) yaitu mencakup kemudahan dalam melaksanakan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian individual, serta mengerti keperluan pelanggan.

C. Kepuasan Pelanggan atau Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Yang dimaksud dengan kepuasan konsumen sebagaimana dikemukakan oleh Oliver dan Fandy Tjiptono (2014) kepuasan konsumen merupakan penilaian pembeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk maupun jasa yang dipilih memenuhi ataupun melampaui ekspektasi. Seandainya persepsi terhadap kinerja tidak mampu memenuhi ekspektasi, maka yang terjadi ialah ketidakpuasan.

Pemaparan Veleoutsou dalam jurnal Sulistyawati dan Seminari (2015) kepuasan pelanggan dapat diuraikan dengan singkat yakni sebagai suatu dimana kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen dapat diwujudkan melalui produk yang dikonsumsi.

Menurut pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen ialah penilaian tiap-tiap pelanggan dengan menggunakan perbandingan antara keadaan yang ada dengan keadaan yang diinginkan. Apabila produk ataupun jasa yang disediakan oleh perusahaan sepadan dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk ataupun jasa yang disediakan oleh perusahaan tidak sepadan dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Donni Juni Priansa (2017:210) mengatakan bahwa terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan pelanggan yakni seperti di bawah ini :

a) Harapan (expectations)

Harapan pelanggan kepada barang maupun jasa sudah terbantu sebelum

pelanggan membeli barang ataupun jasa tersebut.

b) Kinerja (performance)

Pengalaman pelanggan akan kinerja aktual barang maupun jasa saat diaplikasikan tanpa terpengaruh oleh harapan mereka.

c) Perbandingan (comparison)

Hal ini dilaksanakan melalui perbandingan antara harapan kinerja barang maupun jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang maupun jasa tersebut.

d) Pengalaman (experience)

Pengalaman konsumen akan pemakaian label dari barang ataupun jasa yang berbeda dari individu lain dapat memberi pengaruh terhadap harapan konsumen.

e) Konfirmasi (confirmation)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terlaksana apabila ekspektasi/harapan sepadan dengan kinerja aktual produk.

Hipotesis

Ho: “Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Keramiku Coffee & Galler” .

Ha: “Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery” .

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan pada penyusunan jurnal ini yakni metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode kuantitatif merupakan metode yang mempergunakan rumus-rumus statistik dengan menyesuaikan judul penelitian serta rumusan masalah, untuk memperhitungkan angka-angka dalam rangka menganalisa data yang didapatkan. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dipergunakan untuk menelaah terhadap populasi maupun sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel mayoritas dilaksanakan dengan acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berupa kuantitatif/statistik yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang sudah digunakan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2018) memaparkan bahwa populasi merupakan kawasan generalisasi yang terjalin dari subjek/objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk ditelaah lalu selanjutnya diambil sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi ialah jumlah pelanggan di Keramiku Coffe & Galery selama 3 bulan (April, Mei, Juni 2021) yaitu sejumlah 590 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018), “sampel merupakan bagian dari kuantitas serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi terserbut.” Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mengkaji semua yang terdapat populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh melalui populasi tersebut. Kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi adalah yang dipelajari dari sampel. Oleh karena hal tersebut, sampel yang hendak diperoleh melalui populasi diharuskan agar benar-benar representative (dapat mewakili). Dalam penelitian ini jumlah sample yang akan diambil adalah 60. Perolehan sampel untuk penelitian berdasarkan Suharsimi Arikunto (2010:112), apabila subjeknya kurang dari 100 orang seyogyanya diambil semuanya. Apabila subjeknya besar atau melebihi 100 orang

dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

- C. Teknik pengumpulan data
Pada penelitian ini, penulis memakai beberapa teknik pengumpulan data, yakni teknik observasi, wawancara, studi pustaka serta menyebarkan kuesioner .
- D. Teknik Analisa Data
Agar mengetahui sejumlah besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery, penulis menggunakan analisis seperti di bawah ini:
1. Uji Validitas dan Reliabilitas
Menurut Sugiyono (2015) instrumen yang valid artinya alat ukur yang dipergunakan dalam mendapatkan data (mengukur) itu valid .
Menurut Sugiyono (2015) reliabilitas menunjukkan bahwa kuisoner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur gejala yang sama.
 2. Uji Normalitas
Ghozali (2016) memaparkan uji normalitas diberlakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen serta variabel dependen maupun keduanya memiliki distribusi normal ataupun tak normal maka hasil uji akan mengalami penurunan.
 3. Uji Regresi Linear Sederhana
Menurut Sugiyono (2013) merupakan suatu alat analisis yang digunakan atau mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) serta variabel terikat (Y).
 4. Uji Corelasi Product Moment Pearson
Menurut Sugiyono (2013) analisis ini dipergunakan untuk menemukan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel (bivariate) yang berupa interval maupun ratio ,serta sumber data dari dua variabel maupun lebih tersebut ialahsama.
 5. Uji Koefisien Determinasi
Ghozali, (2016) menjelaskan bahwa koefisien determinasi dipergunakan untuk mengukur sejauh mana intensitas model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen.
 6. Uji Hipotesis Dengan Uji T dan F
Menurut Kuncoro (2013) dalam artikel (Gustiana & Suryana, 2019) menjelaskan bahwa uji T mempunyai maksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam memperlihatkan variabel terikat. Jika signifikasi nilai T terhitung $\leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.
Menurut Ghozali (2016) uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Seandainya nilai signifikan $\leq 0,05$ maka dikatakan varianel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Uji reliabilitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

No.	Variabel	Indikator	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan Hasil
1	Pelayan prima (X)	Pertanyaan1(X ₁)	0,495**	0,254	VALID
		Pernyataan2(X ₂)	0,598**	0,254	VALID
		Pernyataan3(X ₃)	0,388**	0,254	VALID
		Pernyataan4(X ₄)	0,541**	0,254	VALID
		Pernyataan5(X ₅)	0,405**	0,254	VALID
		Pernyataan6(X ₆)	0,628**	0,254	VALID
		Pernyataan7(X ₇)	0,646**	0,254	VALID
		Pernyataan8(X ₈)	0,577**	0,254	VALID
		Pernyataan9(X ₉)	0,419**	0,254	VALID
		Pernyataan10(X ₁₀)	0,343**	0,254	VALID

2	Kepuasan pelanggan (Y)	Pertanyaan1(Y ₁)	0,730**	0,254	VALID
		Pernyataan2(Y ₂)	0,649**	0,254	VALID
		Pernyataan3(Y ₃)	0,787**	0,254	VALID
		Pernyataan4(Y ₄)	0,501**	0,254	VALID
		Pernyataan5(Y ₅)	0,523**	0,254	VALID
		Pernyataan6(Y ₆)	0,486**	0,254	VALID
		Pernyataan7(Y ₇)	0,717**	0,254	VALID
		Pernyataan8(Y ₈)	0,649**	0,254	VALID
		Pernyataan9(Y ₉)	0,787**	0,254	VALID
		Pernyataan10(Y ₁₀)	0,411**	0,254	VALID

Sumber: data priimer yang diolah, 2021

Manurut tabel 1 semua item pernyataan kuesioner yang terdapat pada Variabel X (Pelayanan Prima) dan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dikatakan valid karena r-hitung lebih besar daripada r-tabel.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

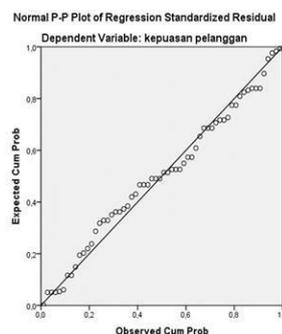
Variabel	Cronbac h's Alpha	Nilai r Tabel	Keterangan Hasil
Pelayanan prima (X)	0,672	0,254	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,821	0,254	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 2 menampilkan nilai Cronbach's Alpha senilai 0,672 yang berarti semua item pernyataan kuesioner pada Variabel X (Pelayanan Prima) reliabel karena memiliki reliabilitas yang disarankan yaitu nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Begitupun untuk nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,821 yang berarti semua item pertanyaan kuisoner pada Variabel Y (kepuasan pelanggan) reliabel.

B. Uji Normalitas

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber: data primer yang diolah,2021

Meninjau dari gambar di atas dapat diperhatikan titik menyebar di sekitaran garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dikatakan data tersebut terdistribusi

normal.

C. Uji Regresi inear Sederhana

Tabel 3
Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Modelad		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,975	4,221		,942	,350
	pelayanan prima	,929	,097	,781	9,535	,000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
Sumber: data primr yang diolah,2021

Menurut tabel di atas, Diketahui nilai Constant (a) sebesar 3,975 sedangkan nilai Trust (b / koefisien regresi) sebesar 0,929 maka persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 3,975 + 0,929X$$

Persamaan tersebut kemudian diterjemahkan :

- Konstanta sejumlah 3,975 memiliki arti yaitu nilai konsisten variabel Kepuasanpelanggan adalah sebesar 3,975
- Koefisien regresi X sejumlah 0,929 menunjukkan yaitu setiap penambahan 1 nilaiPelayanan Prima, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah 0,929 Koefisien Regresi tersebut bernilai positif, maka dapat dinyatakan yakni arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

D. Uji Kolerasi Product Moment Pearson

Tabel 4
Hasil Uji Kolerasi Product moment Pearson

Correlations

		pelayanan prima	kepuasan pelanggan
pelayanan prima	Pearson Correlation	1	,781**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	60	60
kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	,781**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	60	60

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

Sumber: data primer yang diolah,2021

Meninjau dari tabel hasil perhitungan SPSS di atas diketahui nilai sig. (2 tailed)

sebesar 0.000, karena nilai sig. (2tailed) < 0.005 maka artinya ditemukan hubungan yang signifikan antara Variabel Pelayanan Prima (X) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Berlandaskan hasil output SPSS, didapatkan angka koefisien korelasi sebesar 0.781 yang berarti tingkat hubungan pengaruh Variabel Pelayanan Prima (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah kuat.

Tabel 5
Pedoman Menentukan Interpretasi Korelasi Product Moment Pearson

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 0,1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2014:250)

E. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

odel Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,611	,604	2,38661

a. Predictors: (Constant), pelayanan prima

Sumber: data primer yang diolah,2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui yakni nilai korelasi (R) Variabel X (PelayananPrima) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,781 yang memiliki arti tingkat hubungan pengaruhnya kuat. Tabel diatas juga menunjukkan bahwa Nilai R square sebesar 0,611 atau 61,1 %. R square atau koefisien determinasi 0,611 memiliki arti bahwa Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di Keramiku Coffee and Gallery dipengaruhi oleh Variabel X (Pelayanan Prima) sebesar 61,1%.

F. Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F)

Tabel 7
Hasil Uji Significant T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,975	4,221		,942	,350
	pelayanan prima	,929	,097	,781	9,535	,000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: data primer yang diolah,2021

Menurut tabel di atas. Uji t hitung sebesar 9,535 untuk variabel pelayanan prima untuk tingkat kepercayaan 0,05 dan derajat kebebasan = $n-2=58$ diperoleh tabel 2,001, besarnya t hitung pelayanan prima sebesar 9,535 > t tabel 2,001, maka dapat dikatakan yakni ditemukan pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Keramikucoffee & gallery.

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	517,821	1	517,821	90,911	,000 ^b
	Residual	330,362	58	5,696		
	Total	848,183	59			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), pelayanan prima

Sumber: data primer yang diolah,2021

Bersumber pada tabel di atas Uji F didapat nilai f-tabel untuk $n=59$ adalah 4,00 Dan f-hitungnya sebesar 90,911 atau $90,911 > 4,00$, maka tingkat kekeliruannya 5% ($\alpha = 0,05$).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian diketahui nilai sig. (2 tailed) sebesar 0.000, karena nilai sig. (2tailed) < 0.005 sehingga artinya ditemukan hubungan yang signifikan antara Variabel Pelayanan Prima (X) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dari hasil output SPSS diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0.781 memiliki arti yakni tingkat hubungan pengaruh Variabel Pelayanan Prima (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,611 atau 61,1 % memiliki arti yaitu Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di Keramiku Coffee and Gallery dipengaruhi oleh Variabel X (Pelayanan Prima) sebesar 61,1%, adapun sisanya yakni 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Saran

Walaupun penerapan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan di Keramiku Coffee & Gallery termasuk kategori baik, namun perkenankanlah penulis memberikan saran kepada Keramiku Coffee & Gallery, diharapkan untuk meningkatkan fasilitas yang ada di Keramiku Coffee & Gallery, seperti membuat suasana cafe menjadi lebih nyaman, terdapat fasilitas mushola. dan menjaga pelayanan yang sudah dipercaya oleh konsumen atau menngkatkan lagi pelayanan yang sudah ada agar pelanggan lebih puas.

berisi ringkasan singkat atas hasil penelitian dan pembahasan

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Keramiku Coffee & Gallery atas pemberian izin dan penyediaan fasilitas serta dukungan baik secara fisik maupun non fisik dalam penyusunan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). Ghozali,. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: *BPFE Universitas Diponegoro*.
- Gustiana, Y., & Suryana, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Bandung Printing). *Hilos Tensados, 1*, 1–476.
- Herlambang. (2018). No Title. *Pengertian Pelayanan*.
- kotler dan Amstrong. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). No Title. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development / R&D)*. Cetakan ke.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, dan G. C. (2016).. “*Service, Quality, & Satisfaction*”. Jakarta : Penerbit Andi.Hlm 219.