



Dampak *Service Excellent* Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry

Ghina Alhanani^{1*}, Budi Santoso² 

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

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 02, 2022

Revised September 04, 2022

Accepted October 14, 2022

Available online October 25, 2022

Kata Kunci:

Service Excellence, Salon Kecantikan dan kepuasan pelanggan.

Keywords:

Service Excellence, Beauty Salon and customer satisfactio.



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.

ABSTRAK

Pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu tindakan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Tingkat kepuasan pelanggan atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap pelayanan prima yang diinginkannya dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak service excellence terhadap kepuasan pelanggan salon strawberry. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan salon strawberry. Sampel pelanggan yang digunakan sebanyak 96 responden yang menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai f hitung (11,077) lebih dari f tabel (3,10) dan nilai sig 0,00 kurang dari 0,05. Maka, variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Simpulan penelitian ini bahwa service excellence berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Strawberry. Implikasi penelitian ini diharapkan penyedia layanan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.

ABSTRACT

Service can basically be said as an action and treatment or a way of serving others to fulfill their needs and desires. The level of customer satisfaction for a service can be measured by comparing the consumer's expectations of the excellent service he wants with the reality he receives or feels. This study aims to analyze the impact of service excellence on customer satisfaction at Strawberry Salon. This type of research uses quantitative descriptive. The population in this study were all customers of the Strawberry salon. The customer sample used was 96 respondents using a purposive sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression. The results showed that the calculated f value (11.077) was more than f table (3.10) and the sig value of 0.00 was less than 0.05. Thus, the variables of ability, attitude, appearance, attention, action, responsibility simultaneously or jointly have a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this study is that service excellence has a significant effect on customer satisfaction at Salon Strawberry. The implications of this research are that service providers can improve the quality of service to the community

1. PENDAHULUAN

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. Semakin tinggi peminat jasa salon ini menyebabkan peluang dan juga prospek yang besar dalam membangun usaha jasa salon (Asih et al., 2016). Hal ini setiap usaha terus berupaya meningkatkan proses pelayanan yang diberikan untuk dapat mempertahankan hasil kinerja yang baik. Saat ini, kota Jember terdapat banyak salon kecantikan. Salah

*Corresponding author.

E-mail addresses: gheena0100@gmail.com (Ghina Alhanani)

satunya adalah Salon Strawberry, Salon Strawberry yang berada di Jalan Ledjen Sutoyo Perumahan Kebonsari Village Cluster Sakura IV No.19. Salon merupakan 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. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi karena adanya pelayanan baik yang diberikan atau dikenal dengan *service excellent*.

Service excellent atau pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "*excellence service*" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik (Soleh, 2017; Tetralleniajr et al., 2021). Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi layanan (Farida & Hardianawati, 2019; Hidayat & Basit, 2018). Layanan prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis dan kebutuhan emosional pelanggan (Melina, 2021). Kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik pelanggan. Adanya layanan prima membuat pelanggan merasa penting. Layanan prima merupakan kegiatan melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat. Layanan prima mengutamakan kepuasan pelanggan dan menempatkan pelanggan sebagai mitra (Aulia & Hidayat, 2019; Panjaitan & Yuliati, 2016). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Gofur, 2019; Hermawan, 2018). Jika kinerja karyawan kurang baik dalam memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas begitu sebaliknya. Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*), perusahaan meminta keluhan dan saran pelanggan dengan membuka kotak saran, surat, telepon bebas pulsa. Survei kepuasan pelanggan, pelaku usaha melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan.

Temuan penelitian sebelumnya menyatakan pelayanan prima memberi pengaruh positif serta memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen (Tetralleniajr et al., 2021). Pelayanan prima seperti kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab mempengaruhi kepuasan pelanggan (Asih et al., 2016). *Service excellence* memberikan dampak dan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Supriyanto, 2019). *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. Tujuan penelitian ini adalah dampak *service excellent* terhadap kepuasan konsumen salon strawberry.

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. 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 96. 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. Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan. Responden pada umumnya berjenis kelamin perempuan sebanyak 88 responden atau 97,1% . Jenis kelamin laki-laki sebanyak 8 responden atau 8,3%. Hasil tersebut menyatakan bahwa mayoritas responden didominasi oleh Berdasarkan hasil pengolahan data, 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.

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. Frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kemampuan disajikan pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. 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%

[Tabel 1](#) menunjukkan tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember mampu berkomunikasi dengan baik pada pelanggan” dari total 96 responden, mayoritas menunjukkan respon sangat puas. Tanggapan “Karyawan Salon Stawberry Jember mengetahui kebutuhan pelanggan”, dari total 96 responden, mayoritas mengatakan sangat puas. Tanggapan “Karyawan Salon Strawberry Jember mampu melayani dan memberikan penjelasan dengan baik kepada pelanggan” dari total 96 responden, mayoritas menjawab Sangat Puas. Pada variabel Sikap, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Sikap disajikan pada [Tabel 2](#).

Tabel 2. Sikap (X2)

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	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%

[Tabel 2](#) 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. Variabel penampilan menunjukkan frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penampilan disajikan pada [Tabel 3](#).

Tabel 3. 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%

Tabel 3 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. Dalam mendeskripsikan variabel Perhatian, maka dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhatian (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%

Tabel 4 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. Frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tindakan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. 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%

Tabel 5 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. Frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tanggung jawab disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. 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%

Tabel 6 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. Frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. 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%

Tabel 7 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. Hasil analisis uji t disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		(Constant)	2,898	1,814		
1	Kemampuan	-0,017	0,09	-0,016	-0,184	0,854
	Sikap	-0,121	0,125	-0,099	-0,969	0,335
	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

Berdasarkan [Tabel 8](#) dapat diketahui variabel yang berpengaruh signifikan diantaranya yaitu Penampilan dan Tanggung jawab. Sedangkan beberapa variabel yang tidak signifikan yaitu Kemampuan, sikap, penampilan dan tindakan. Hasil analisis uji F disajikan pada [Tabel 9](#).

Tabel 12. Uji f

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	120,519	6	20,086	11,077	0,000
	Residual	161,387	89	1,813		
	Total	281,906	95			

[Tabel 9](#) 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. Hasil menunjukkan variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Sehingga, seluruh variabel *service excellent*. Pelayanan prima dicapai melalui pemenuhan harapan konsumen yang meliputi ketepatan, kecepatan dan keamanan dalam pelayanannya ([Asih et al., 2016](#); [Soleh, 2017](#)). Penyampaian pelayanan tidak sekedar kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar. Namun, lebih ditekankan pada pelayanan prima yaitu pelayanan yang dapat membuat konsumen merasa diperlakukan istimewa yang hanya bisa dicapai dengan memberikan pelayanan melebihi harapan konsumen ([Gofur, 2019](#); [Saripudin et al., 2021](#)). Hal ini sesuai dengan tujuan pelayanan prima yaitu memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan ([Mulyati Akib, Ika Maya Sari, 2017](#); [Soleh, 2017](#); [Tetralleniajr et al., 2021](#)). Pelayanan prima yang baik adalah tindakan memberikan pelayanan bermutu tinggi kepada pelanggan, agar mereka membeli barang/jasa serta menumbuhkan kepercayaan dan menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan serta menjaga dan mempertahankan pelanggan agar merasa diperhatikan segala kebutuhannya dan pada akhirnya kepuasan pelanggan terpenuhi. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak bagi pelanggan yaitu kepuasan.

Kepuasan pelanggan merupakan reaksi emosional pelanggan yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan setelah menggunakan jasa ataupun produk yang digunakan ([Sapitri et al., 2020](#); [Saripudin et al., 2021](#)). Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut ([Kadir et al., 2018](#); [Saripudin et al., 2021](#)). Bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasinya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk kurang dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas ([Annas et al., 2019](#); [Sintya et al., 2018](#)). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Temuan ini diperkuat dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan pelayanan prima memberi pengaruh positif serta memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen ([Tetralleniajr et al., 2021](#)). Pelayanan prima seperti kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab mempengaruhi kepuasan pelanggan ([Asih et al., 2016](#)). *Service excellence* memberikan dampak dan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan ([Supriyanto, 2019](#)). Implikasi penelitian ini diharapkan penyedia layanan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat sebagai pelanggan.

4. SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan seluruh variabel *service excellent* yang diantaranya kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan harus tetap memperbaiki, memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan dari kualitas pelayanannya agar pelanggan tetap merasa sangat puas dan nyaman. Karena, keinginan pelanggan selalu berubah dan berbeda dari waktu ke waktu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Annas, A. N., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Awi Futsal Laok Jang-jang, Sumenep. *Jurnal Riset Manajemen*, 08(05), 43–61. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4008/3490>.
- Asih, N. S., Nuridja, I. M., & Zukhri, A. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja. , 7(2). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 7(2). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v7i2.7797>.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Farida, A., & Hardianawati, H. (2019). Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Pahlawan Revolusi Baru. *Jurnal Administrasi Bisnis Asmi*, 3(2), 11–20. <http://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/JAB/article/view/336>.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>.
- Hermawan, H. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 1–15. <https://doi.org/10.17509/jaset.v3i2.8918>.
- Hidayat, R., & Basit, A. (2018). Pengaruh Service Excellence terhadap Brand Equity pada Pelanggan Batik Air. *Nyimak: Journal Of Communication*, 2(1), 17 – 35. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.739>.
- Kadir, A., Basri, M., & Rodi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Nilai, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Rumah Tangga Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Kendari. *Journal Publicuho*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.35817/jpu.v1i1.7297>.
- Melina, J. (2021). Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(1), 9–19. <https://doi.org/10.37403/strategic.v1i1.3>.
- Mulyati Akib, Ika Maya Sari, A. (2017). Pengaruh tanggung jawab moral dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan pelaporan wajib pajak badan (studi pada kantor pelayanan pajak pratama kendari). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 73–85. <https://doi.org/10.33772/jak-uho.v2i2.2981>.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>.
- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.150>.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>.
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1778–1787. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20462>.
- Soleh, M. N. B. (2017). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Nasabah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 257–276. <https://doi.org/10.35891/ml.v8i2.600>.
- Supriyanto, M. (2019). Service Excellence, Dampak Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 3(1), 16–22. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v3i1.462>.
- Tetralleniajr, T., Anggraeni, N., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT.KAI Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(2), 1554–1569. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1337>.