

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(STUDI KASUS PADA PERCETAKAN GRAHA TAMAN  
BUNGA WONOSARI)**

Skripsi



**Ditulis Oleh:**

Nama : Alfi Zuriyati Roselina  
Nomor Mahasiswa : 134114098  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA**

**2017**

## ABSTRAK

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada

Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari

Oleh : Alfi Zuriyati Roselina

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari serta menganalisis variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka digunakan metode analisis deskriptif, uji kelayakan instrument peneliti (uji validitas dan realibilitas), analisis regresi berganda, serta pengujian hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa keenam variabel yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab tidak semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan. Variabel yang tidak berpengaruh adalah kemampuan ( $x_1$ ) sikap ( $x_2$ ) dan penampilan ( $x_3$ ) hal ini dibuktikan variabel tersebut memiliki nilai  $\text{sig} > 0,05$ . Berdasarkan uji regresi dari keenam variabel yaitu (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) maka variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari adalah tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 5.517

**Kata kunci :** Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan Tanggungjawab serta Kepuasan Pelanggan

## MOTTO

“ Sesungguhnya setelah kesusahan akan ada kemudahan “

(QS Al Insyiro : 6)

“ Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga “

(H.R. Muslim dan Tirmidzi)

“Sesungguhnya semua datang dari Allah dan sesungguhnya kepada-Nya lah semua kembali “

(QS Al Baqarah 2 :156)

STIE Widya Niwaha  
Jangan Plagiat

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis diberi kelancaran untuk menyelesaikan Ujian Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari”. Oleh karena itu tidak lupa peneliti menyampaikan shalawat serta salam, semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk kepada umatnya. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan, bimbingan, saran, serta pengarahan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Kepada kedua ibuku, Ibu Sri Hartuti dan Ibu Hj. Siti Janatun, S.pd yang selalu mendoakan ku dan memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga keberhasilan penelitian berjalan dengan lancar. Keluarga besar Sudarmanto terimakasih atas doa dan bantuannya sehingga peniliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Muhammad Subkhan, MM selaku Ketua STIE Widya Wiwaha.
3. Ibu DR. Nur Wening, M.Si selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Segenap dosen STIE Widya Wiwaha atas kebijaksanaan ilmu pengetahuannya yang diberikan kepada peneliti selama menuntut ilmu di STIE Widya Wiwaha.
5. Bapak Muhammad Solihin dan bapak Amri Dwi Sucahya selaku pimpinan di Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian dan juga memberikan dukungan moril maupun materiil untuk menyelesaikan skripsi ini. Seluruh karyawan Percetakan Graha Taman Bunga terima kasih atas bantuan dan kerja samanya.
6. Sahabat peneliti KEPOMPONG (Dona,Surya,Reny,Vita,Okie dan Alm. Ridhoan Ade), Dewi Sapta,Qori Ratna, yang selalu membantu memberikan semangat kepada peneliti.
7. Teman-teman yang tidak mungkin disebutkan satu per satu, khususnya teman-teman seperjuangan Manajemen STIE WW 2013, terimakasih untuk dukungan dan kebersamaannya selama ini.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini, terimakasih.

Yogyakarta, 2017

Alfi Zuriyati Roselina

## DAFTAR ISI

Halaman

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL .....  | i    |
| HALAMAN JUDUL .....   | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....                             | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                     | iv   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                       | v    |
| ABSTRAK .....   | vi   |
| MOTTO .....   | vii  |
| KATA PENGANTAR .....  | viii |
| DAFTAR ISI .....  | x    |
| DAFTAR TABEL .....  | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                      | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                     | 5    |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....                               | 5    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                   | 5    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                                  | 6    |
| BAB II KAJIAN TEORI .....                                     | 7    |
| 2.1. Penelitian Sebelumnya .....                              | 7    |
| 2.2. Diskripsi Teori .....                                    | 7    |
| 2.2.1. Pengertian Pemasaran .....                             | 7    |
| 2.2.2. Pengertian Jasa .....                                  | 8    |
| 2.2.3. Karakteristik Jasa .....                               | 9    |
| 2.2.4. Pengertian Pelayanan .....                             | 10   |
| 2.2.5. Pengertian Kualitas Pelayanan .....                    | 11   |
| 2.2.6. Dimensi Kualitas Pelayanan .....                       | 12   |
| 2.2.7. Pengertian Pelayanan dan Manfaat Pelayanan Prima ..... | 13   |

|   |    |
|---|----|
| 2.2.7.1. Pengertian Pelayanan Prima .....   | 13 |
| 2.2.7.2. Manfaat Pelayanan Prima .....  | 16 |
| 2.2.8. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....  | 18 |
| 2.3. Kerangka Pikir .....   | 21 |
| 2.4. Hipotesis .....  | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....   | 24 |
| 3.1. Rancangan Penelitian .....   | 24 |
| 3.2. Populasi dan Sampel .....  | 24 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data .....  | 26 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data .....  | 26 |
| 3.5. Klasifikasi Variabel .....   | 26 |
| 3.6. Uji Instrumen Penelitian .....   | 27 |
| 3.7. Analisis Data .....  | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....  | 31 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....  | 31 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....  | 31 |
| 4.1.2 Produk Perusahaan .....   | 32 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi .....   | 33 |
| 4.2 Pembahasan .....  | 34 |
| 4.2.1 Deskripsi Identitas Responden .....   | 34 |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian Mengenai Pengaruh Pelayanan<br>Prima (Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan<br>Tanggungjawab) Terhadap Kepuasan Pelanggan ..... | 38 |
| 4.2.3 Uji Instrumen Penelitian .....  | 46 |
| 4.2.3.1 Uji Validitas .....   | 47 |
| 4.2.3.2 Uji Realibilitas .....  | 52 |
| 4.2.4 Regresi Berganda Mengenai Pengaruh Pelayanan Prima<br>(Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan<br>Tanggungjawab) Terhadap Kepuasan Pelanggan .....              | 53 |
| 4.2.5 Uji Hipotesis .....   | 57 |
| 4.2.5.1 Uji t .....   | 57 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 4.2.5.2 Uji F .....              | 58 |
| 4.2.6 Pembahasan .....           | 59 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... | 60 |
| 5.1. Kesimpulan .....            | 60 |
| 5.2. Saran .....                 | 60 |

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**



## DAFTAR TABEL

| Tabel   | Halaman |
|---|---------|
| 1.1 Penjualan Cetak Digital Printing .....                          | 4       |
| 4.1.Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                      | 35      |
| 4.2.Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....             | 36      |
| 4.3.Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....           | 37      |
| 4.4.Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....      | 38      |
| 4.5.Deskripsi Responden Terhadap Variabel Kemampuan .....           | 39      |
| 4.6.Deskripsi Responden Terhadap Variabel Sikap .....               | 40      |
| 4.7.Deskripsi Responden Terhadap Variabel Penampilan .....          | 41      |
| 4.8.Deskripsi Responden Terhadap Variabel Perhatian .....           | 42      |
| 4.9.Deskripsi Responden Terhadap Variabel Tindakan .....            | 43      |
| 4.10 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Tanggungjawab .....      | 44      |
| 4.11 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan ..... | 45      |
| 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemampuan .....             | 47      |
| 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap .....                 | 48      |
| 4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penampilan .....            | 49      |
| 4.15 Hasil Pengujian Validitas Variabel Perhatian .....             | 49      |
| 4.16 Hasil Pengujian Validitas Variabel Tindakan .....              | 50      |
| 4.17 Hasil Pengujian Validitas Variabel Tanggungjawab .....         | 51      |
| 4.18 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....    | 51      |
| 4.19 Hasil Uji Realibilitas .....                                   | 53      |
| 4.20 Uji Regresi Berganda dengan SPSS 20 .....                      | 54      |
| 4.21 Hasil Analisis Korelasi Berganda .....                         | 56      |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                        | Halaman |
|-------------------------------|---------|
| 2.1.Kerangka Pikir .....      | 22      |
| 4.2.Struktur Organisasi ..... | 33      |

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat dewasa ini menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar jasa. Hal tersebut ditandai dengan munculnya perusahaan baru yang menghasilkan produk jasa yang hampir sejenis, dampaknya adalah semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk pelayanan yang beragam. Kondisi demikian membuat pelanggan dihadapkan kepada berbagai alternative pilihan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhannya, sementara dipihak perusahaan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan pelanggan.

Persaingan pelayanan terhadap pelanggan semakin ketat, unit-unit pelayanan perusahaan yang dahulu hanya terkesan memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan prima kepada pelanggan. Hal tersebut dijadikan tolok ukur untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan dalam hal layanan pelanggan.

Kemampuan professional para pemberi jasa diuji dalam hal pelayanan, sehingga unit layanan dalam menghasilkan produk jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai kualitas dengan membandingkan apa yang diterima dan yang diharapkan.

Indikator untuk mengukur pelayanan prima dan hubungannya dengan konsumen menurut Wahyu (2011) yang meneliti hubungan implementasi pelayanan prima dengan kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah yang mengatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) dapat diukur dengan 6 unsur pokok yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*apperance*), perhatian (*attention*), dan tanggungjawab (*accountability*).

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Hal tersebut juga sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan sekarang seperti perusahaan penyedia jasa percetakan. Pengertian jasa menurut Kotler (2000), jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terkait pada suatu produk fisik.

Bisnis percetakan merupakan industri yang berkembang secara cepat dan dinamis dalam kehidupan modern di kota-kota besar, karena hampir disetiap aspek kehidupan kota memerlukan jasa percetakan dan dokumentasi, sehingga pada saat ini di Gunungkidul terdapat banyak perusahaan percetakan, baik dalam skala besar maupun dalam skala kecil. Perkembangan jumlah perusahaan percetakan tersebut mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha diantara mereka.

Percetakan Graha Taman Bunga merupakan salah satu perusahaan percetakan yang telah beroperasi di Gunungkidul. Perusahaan ini selalu

mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan berusaha memberikan pelayanan prima (*service excellent*) karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Menurut Kotler (2009), *Kepuasan Pelanggan* adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat sangat senang jika harapan mereka terlampaui. Salah satu factor yang dapat membuat konsumen merasa puas adalah dengan memberikan *pelayanan prima* dimana menurut Atep (2006), bahwa pelayanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan. Dimana uraian definisi yang dilakukan oleh Atep maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pelayanan yang optimal guna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kondisi pelayanan di percetakan Graha Taman Bunga saat ini sangat menurun. Dari hasil wawancara peneliti dengan pimpinan menyatakan bahwa akhir-akhir ini banyak terjadi komplain dari para konsumen baik konsumen baru maupun pelanggan yang sudah berkali-kali datang di percetakan tersebut. Banyak konsumen mengeluh bahwa kemampuan karyawan kurang profesional, sikap karyawan yang terkadang kurang menghormati konsumen, penampilan karyawan yang kurang rapi, perhatian karyawan yang kurang terhadap konsumen, tindakan karyawan yang kurang cekatan dalam melayani

konsumen serta tanggungjawab yang kurang. Penurunan pelayanan ini sangat mempengaruhi penjualan di percetakan Graha Taman Bunga.

Berikut adalah data penjualan digital printing di percetakan Graha Taman Bunga :

**Tabel 1.1**

**Penjualan Cetak Digital Printing di percetakan Graha Taman Bunga  
Wonosari**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Cetak Digital Printing</b> | <b>Presentase</b> |
|--------------|--------------------------------------|-------------------|
| 2013         | 1327                                 | 0,34 %            |
| 2014         | 1366                                 | 0,35 %            |
| 2015         | 1162                                 | 0,30 %            |
| Total        | 3855                                 | 100 %             |

Sumber : Data Sekunder Percetakan Graha Taman Bunga (2016)

Tabel 1.1 di atas memperlihatkan jumlah cetak digital printing di percetakan Graha Taman Bunga pada tahun 2013-2015 mengalami penurunan. Hal ini diduga karena kurangnya pelayanan prima yang terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan serta tanggungjawab terhadap para konsumen. Maka dari itu perlu dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan pelayanan prima yang telah dilakukan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Meilastri Novita (2012). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Meilastri Novita (2012) adalah dari segi konsumen yang diteliti. Berdasarkan latar belakang yang telah

diuraikan di atas, maka penulis mengambil judul : **"PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari).**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Adanya penurunan kualitas pelayanan di percetakan Graha Taman Bunga terlihat bahwa percetakan Graha Taman Bunga telah berusaha untuk melayani para konsumennya dengan pelayanan sesuai standar operasional prosedur perusahaan yang telah ditetapkan oleh pimpinan di percetakan tersebut namun masih saja sering terjadi keluhan/komplain dari para konsumen. Hal ini diduga karena kurangnya pelayanan prima yang diberikan karyawan terhadap para konsumen.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka akan dapat disajikan beberapa pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Variable manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari.

2. Untuk menganalisis variable manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis : Untuk menerapkan teori dan konsep-konsep yang diterapkan selama perkuliahan.
2. Bagi Perusahaan : Sebagai bahan masukan pada pihak percetakan Graha Taman Bunga Wonosari dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan.
3. Bagi Peneliti selanjutnya : Untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Sebelumnya**

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis mengacu dari penelitian yang telah dilakukan oleh Meilastri Novita (2012) meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kartini Makassar. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil analisis mengenai standar pelayanan prima mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Kartini Makassar. Sedangkan variable standar pelayanan prima yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah perhatian, alasannya adalah karena besarnya perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah penabung.

#### **2.2 Diskripsi Teori**

##### **2.2.1 Pengertian Pemasaran**

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan yang memiliki karakteristik tersendiri. Misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tertentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa seperti perusahaan percetakan.

Menurut Meilastri Novita (2012) pemasaran adalah suatu upaya mengantar perusahaan mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan manusia. Sehingga dalam melakukan pemasaran maka manajer pemasaran sebagai salah satu fungsi perusahaan harus mengenali seluk beluk kebutuhan manusia dengan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kotler dan Amstrong (1997) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain

Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pemasaran adalah proses saling interaksi antar individu baik kelompok ataupun tidak dengan memperoleh apa yang dibutuhkan dan dinginkannya dengan menciptakan dan menawarkan produk yang dianggap bernilai. Semua ini dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan mendapat keuntungan yang mereka inginkan.

### **2.2.2 Pengertian Jasa**

Pengertian jasa menurut Kotler (1997), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Sejalan dengan pengertian diatas, Payne (1993) mengartikan jasa sebagai suatu aktivitas yang mempunyai beberapa elemen yang tak kelihatan atau tak berwujud yang berhubungan dengan jasa itu sendiri, yang melibatkan interaksi dengan pelanggan atau dengan barang milik pelanggan, dan tidak berdampak pada pengalihan kepemilikan. Perubahan kondisi tidak berkaitan dengan fisik produk.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa jasa bisa dikatakan sebagai produk yang tidak berwujud dan tidak mengikat seseorang untuk memilikinya tetapi lebih menekankan pada bagaimana seorang merasakannya.

Pemasaran jasa dapat disimpulkan sebagai kegiatan proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, mempunyai nilai tambah yang tidak berwujud pula pada saat diberi.

### 2.2.3 Karakteristik Jasa

Kotler & Amstrong (1996) mengemukakan bahwa terdapat 4 karakteristik jasa antara lain :

a) Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan dan didengar sebelum dibeli.

b) Tidak dipisahkan (*inseparability*)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa itu, baik pemberi jasa itu adalah orang maupun mesin. Jasa tidak dapat ditata pada rak-rak penjualan dan dibeli oleh konsumen kapan saja dibutuhkan.

c) Beraneka rupa (*variability*)

Jasa sangat beraneka rupa, karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Sering kali pembeli jasa menyadari akan keanekarupaan yang besar ini dan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyediaan jasa.

d) Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak dapat tahan lama, karenanya tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan di kemudian hari. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini bukanlah masalah kalau permintaan tetap atau teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat dengan mudah disusun terlebih dahulu. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masalah yang sulit.

#### 2.2.4 Pengertian pelayanan

Penyedia jasa percetakan orientasinya bukan hanya pada keuntungan, melainkan pada kepuasan pelanggan. Dalam mencapai tujuan tersebut, penyedia jasa percetakan lebih memusatkan perhatiannya pada

upaya untuk memberikan pelayanan pelanggan yaitu masyarakat sebagai pengguna jasa sebaik-baiknya.

Secara umum pelayanan bermakna sebagai cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau kelompok. Aspek pelayanan ada dua unsur yang tidak bisa dipisahkan yaitu pelayanan dan yang dilayani.

Menurut Moenir (2002) definisi dari konsep pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain.

Memahami pelayanan sebagai suatu cara untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau sekelompok orang atau suatu badan yang tergabung dalam kepentingan umum sehingga arti pelayanan dan pelayanan umum pada dasarnya tidak jauh berbeda, sehingga keduanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan orang lain (individu dan masyarakat).

#### **2.2.5 Pengertian kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sulit untuk dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*) Parasuraman *et.al.*, Supriyatmini, (2005)

Konsep kualitas pelayanan dapat dipahami melalui perilaku pelanggan (*customer behavior*), yaitu suatu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Ciri-ciri atau atribut yang menentukan kualitas pelayanan Tjiptono, (1995) adalah :

- 1) Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
- 2) Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan.
- 3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan.
- 5) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan
- 6) Atribut pendukung pelayanan lainnya.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

#### **2.2.6 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Lovelock (1992) dalam buku Hardiyansyah (2011) mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, yaitu :

- 1) *Responsive* (daya tanggap) adalah suatu respon / kesiagapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- 2) *Reliability* (Kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
- 3) *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan ketrampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- 4) *Emphaty* (perhatian) adalah kemauan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.
- 5) *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

## **2.2.7 Pengertian Pelayanan dan Manfaat Pelayanan Prima**

### **2.2.7.1 Pengertian Pelayanan Prima**

Pelayanan prima atau layanan unggulan pada konsumen adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada konsumen dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara professional. Pelayanan ini kemudian akan meningkatkan kesan kepada konsumen sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi pelanggan atau rekan bisnis dengan baik. Pelayanan

prima mencerminkan pendekatan seluruhnya dari seorang karyawan kepada konsumen.

Menurut Kotler (2001) mengemukakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Sedangkan menurut Kasmir (2005) pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksana yang dimiliki. Dalam penerapan konsep mengutamakan kepentingan konsumen.

Pelayanan prima atau layanan unggul itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada konsumen dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan meninggalkan kesan kepada konsumen sehingga mereka akan seterusnya datang kembali.

Setiap perusahaan memerlukan pelayanan prima, yang dimaksud dengan pelayanan prima adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.



Adya Barata (2006) mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan pasal A 6 (enam) yaitu dengan menyelaraskan faktor-faktor antara lain :

a. *Ability* (kemampuan)

Kemampuan adalah pengetahuan dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi perusahaan.

b. *Attitude* (sikap)

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan konsumen.

c. *Appearance* (penampilan)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

d. *Attention* (perhatian)

Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun peramahan atas saran dan kritikan seorang konsumen.

e. *Action* (tindakan)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

f. *Accountability* (tanggung jawab)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tentang definisi pelayanan prima di atas maka pelayanan prima dalam penelitian ini menggunakan faktor-faktor yang dikemukakan oleh Atep Adya Barata (2006).

### 2.2.7.2 Manfaat Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.

Menurut Meilastri (2012), ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan prima yaitu :

a. Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam di antara para pesaing maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

b. Merupakan promosi bagi perusahaan

Dengan memberikan pelayanan prima kepada konsumen dan merasa terpuaskan kebutuhannya maka konsumen akan menceritakan kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

c. Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap konsumen terutama calon pelanggan akan mendapatkan kesan pertama yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

d. Meningkatkan daya saing perusahaan

Semakin tajamnya persaingan, biasanya perusahaan berlomba-lomba memberikan hadiah misal diskon atau potongan harga. Ada konsumen yang senang dengan diskon atau potongan harga tersebut, tetapi tidak semua konsumen tertarik

dengan diskon tersebut melainkan lebih senang lagi apabila memperoleh pelayanan prima.

e. Meningkatkan laba dalam jangka panjang

Pelayanan prima yang telah diberikan kepada para konsumen dan calon pelanggan akan memberikan dampak kepuasan konsumen yang berkesinambungan. Artinya konsumen akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Keuntungan jangka panjang tersebut akan memberikan posisi perusahaan semakin kuat dalam persaingan mendapatkan pelanggan.

### 2.2.8 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini banyak perusahaan (terutama perusahaan jasa) menyatakan tujuan perusahaan adalah menjadi perusahaan yang terbaik dalam memuaskan pelanggannya. Cara pengungkapannya beragam, ada yang merumuskan dengan “pelanggan adalah raja”, “kepuasan pelanggan adalah tujuan kami” dan lain sebagainya.

Fenomena ini tidak hanya terlihat di perusahaan swasta, bahkan di instansi pemerintah sekalipun banyak dijumpai slogan-slogan senada. Hal ini terjadi karena semakin disadari pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh bukanlah suatu pekerjaan yang mudah.

Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau suatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Bahkan menurut penelitian pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3-5 orang kawannya, tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10-15 orang lainnya. Oleh karena itu penting sekali arti dari kepuasan pelanggan untuk referensi bagi perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Kasmir (2008) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atau pengguna barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

Tjiptono (2005) mengemukakan bahwa : “Kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.”

Sumarwan (2003) mengemukakan bahwa : “Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.”

Menurut Lupyoadi (2001) ada beberapa faktor dalam menentukan kepuasan konsumen, antara lain :

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan atau jasa

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi

Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan definisi-definisi tentang kepuasan konsumen maka penulis menggunakan teori dari Lupyoadi (2001) untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen.

### 2.3 Kerangka Pikir

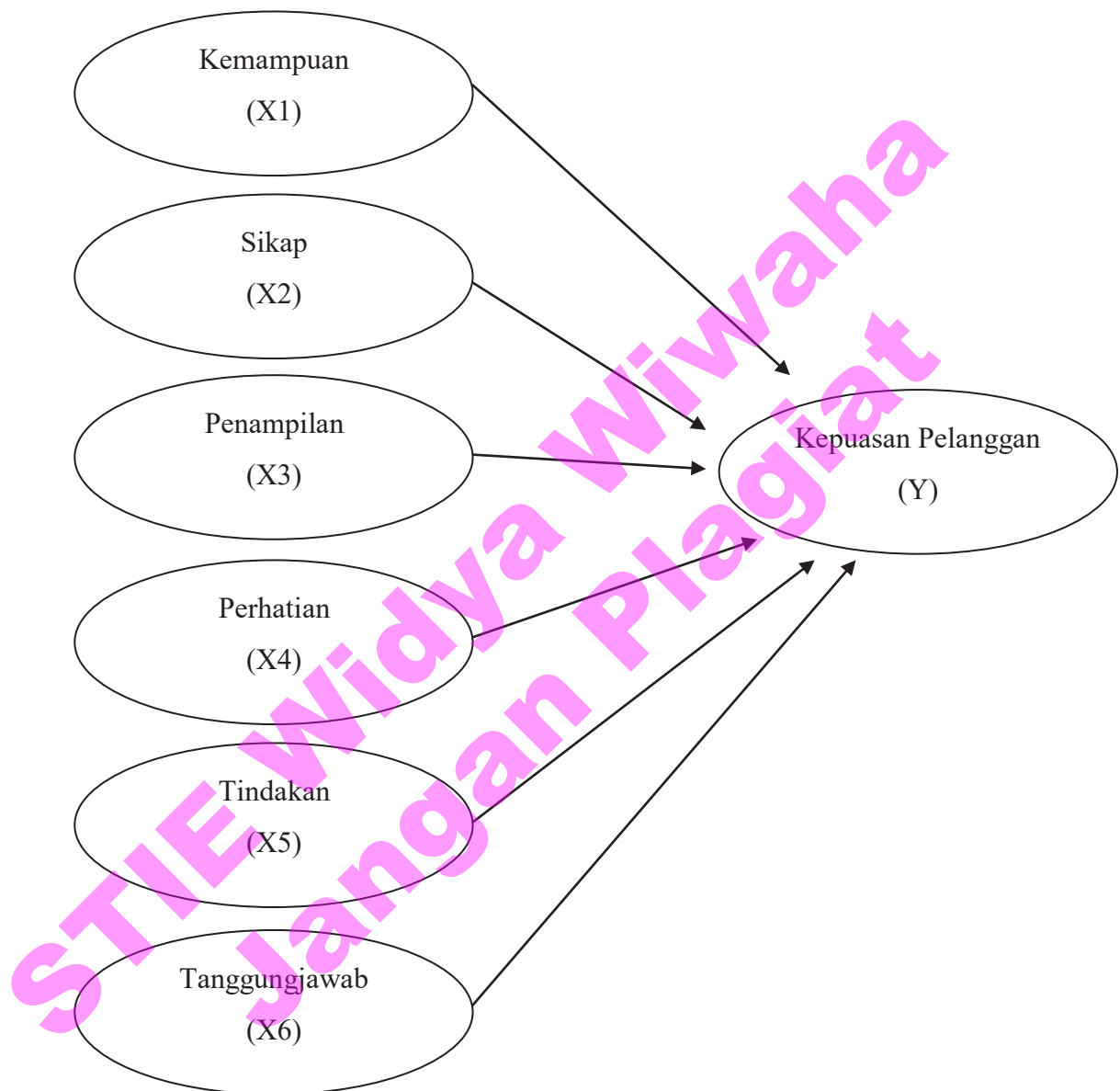
Salah satu upaya yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasinya adalah peningkatan jumlah pelanggan. Dimana dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan maka akan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu salah satu cara yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan adalah menerapkan pelayanan prima (*service Excellence*).

Menurut Kasmir dalam Meilastri (2012) pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksana yang dimiliki. Dalam penerapan konsep mengutamakan kepentingan konsumen,.

Kemudian menurut Wahyu dalam Meilastri (2012) yang meneliti mengenai pelaksanaan pelayanan prima dan kepuasan nasabah menemukan bahwa pelayanan prima yang diukur dengan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penelitian adalah mengukur pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka akan disajikan gambaran mengenai kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu :

Gambar 2.1. Kerangka Pikir



Sumber : Meilastri (2012)



## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan prima (*service excellent*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itulah akan disajikan beberapa hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Diduga bahwa pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari.
2. Diduga bahwa variable yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari adalah kemampuan (*ability*).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian survei. Dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut Zikmund (1997) Suvei adalah satu bentuk teknik penelitian dimana informasi dikumpulkan dari sejumlah sampel berupa orang, melalui pertanyaan-pertanyaan.

Adapun obyek yang akan diteliti adalah respon konsumen pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari mengenai sikap, kemampuan, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab yang kemudian akan dianalisis untuk mengetahui pengaruh terhadap konsumen.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2009) Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari.

Menurut Djarwanto (2000) Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini populasi yang diambil jumlahnya tidak

diketahui secara pasti, maka dalam penelitian ini digunakan rumus Rao Purba dalam Kusumaningsari (2012) sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana :

$n$  : Jumlah sampel

$z$  : Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

$moe$  : Margin Of Error atau kesalahan maksimal yang bisa dikorelasi disini ditetapkan 10%

maka dengan demikian jumlah sampel minimal yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

$$\text{Pembulatan} = 100$$

Menurut hasil perhitungan di atas, sampel yang dapat diambil adalah 96 orang, akan tetapi pada prinsipnya tidak ada aturan yang pasti untuk menentukan presentase yang dianggap tetap dalam menentukan sampel (Rao Purba, 1996). Maka dalam hal ini penelitian mengambil sampel sebanyak 100 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu proses pengambilan sampel yang tidak menjamin

adanya peluang bahwa setiap unsur anggota populasi dipilih sebagai sampel (Sekaran,2006). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *convenience sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Sekaran,2006).

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan serta wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan yang ada hubungannya dengan objek penulisan serta diperoleh dari responden dengan cara pengisian kuisisioner yang disediakan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen yang erat hubungannya dengan penulisan ini.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kuesioner, adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan – pertanyaan kepada responden dengan paduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup.
- b. Wawancara, yaitu untuk mengadakan tanya jawab dengan para karyawan yang dianggap mampu dalam memberikan informasi data yang dibutuhkan.

### 3.5 Klasifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2010) variabel merupakan atribut atau sifat atau nilai, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Terdapat dua variabel didalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel independen (X) adalah variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel depeden yang terdiri dari Kemampuan (X1), sikap (X2), penampilan (X3), Perhatian (X4), tindakan (X5) dan tanggung jawab (X6)
2. Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dan instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan jawaban responden dalam kuesioner, dimana dalam penguji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan item pertanyaan dengan total score.

Suatu butir kuesioner dinyatakan valid apabila perhitungan dilakukan dengan SPSS nilai  $r$  hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai  $r$  tabel namun sebaliknya jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari nilai  $r$  tabel maka dikatakan bahwa instrumen tersebut tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Menurut Arikunto (1998) untuk uji realibilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program data SPSS.

### 3.7 Analisis Data

a) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variable X) terhadap kejadian lainnya (variable Y). dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari.

Menurut Meilastri (2012) analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Yaitu :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kemampuan

X2 = Sikap

X3 = Penampilan

X4 = Perhatian

X5 = tindakan

X6 = Tanggungjawab

$\beta_0$  = Nilai Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

e = Kesalahan observasi atau pengganggu (merupakan bentuk variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti)

data yang berhasil dikumpulkan dari kusioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data original dengan bobot sampai 5, dengan kategori :

- a. Sangat setuju dengan point 5
- b. Setuju dengan point 4
- c. Cukup setuju dengan point 3
- d. Tidak setuju dengan point 2
- e. Sangat tidak setuju dengan point 1

b) Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi masing-masing variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Besarnya tingkat signifikansi masing-masing variabel dapat diketahui dengan membandingkan nilai probabilitas dengan taraf signifikansi atau *significance level* ( $\alpha$ ) = 0,05. Apabila probabilitas dengan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen (Tisna 2008 dalam Nadei 2009).

c) Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama atau serempak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, dengan taraf signifikansi 5%.

Menurut Tisna 2008 dalam Nadier 2009, Pengujian hipotesis dilakukan dengan taraf signifikansi 5% dan penentuan hasil pengujian dapat dilihat nilai signifikansi dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi  $> \alpha$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima
- Jika nilai signifikansi  $< \alpha$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Graha Taman Bunga merupakan usaha yang bergerak di bidang percetakan, fotocopy, dan penjualan alat tulis kantor. Usaha yang beralamatkan di Jl. Pramuka No.2 Wonosari ini pada awal berdirinya bernama Toko Taman Bunga yang merupakan usaha rental komputer. Nama Taman Bunga sendiri di ambil karena lokasi usaha ini berada dekat dengan sebuah tempat di Wonosari yang bernama Taman Bunga, sehingga masyarakat di Wonosari dan sekitarnya mudah mencari dimana lokasi toko ini karena Taman Bunga memang sudah dikenal oleh masyarakat Wonosari dan sekitarnya.

Tahun 2001 merupakan awal berdirinya Toko Taman Bunga. Usaha ini dibentuk oleh 4 orang yang tujuan awalnya sebenarnya adalah untuk mendukung finansial dari organisasi keempat orang tersebut yang saat itu merupakan pengurus IRM (Ikatan Remaja Muhammadiyah). Setelah kepengurusan keempat orang tersebut berakhir, Toko Taman Bunga akhirnya bukan lagi sebagai penyokong finansial organisasi tetapi sudah menjadi usaha pribadi keempat orang tersebut. Seiring berjalannya waktu, 2 dari 4 orang tadi memilihuntuk mengundurkan diri dikarenakan

kesibukan lain, sehingga mulai 2004 usaha pendiri ini hanya menyisakan Amri Dwi Sucahya dan Muhammad Solihin. Kemudian pada 2005 kedua pemilik usaha ini mengembangkan usahanya meliputi usaha percetakan, fotocopy dan penjualan alat tulis kantor dan mengganti nama usaha ini menjadi Graha Taman Bunga.

#### 4.1.2 Produk Perusahaan

a) Fotocopy

Melayani fotocopy dengan berbagai ukuran dan jenis kertas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

b) Alat Tulis Komputer

Menjual berbagai jenis dan merk alat tulis kantor, seperti : pensil, pulpen, penghapus, spidol, penggaris, buku tulis dan lain-lain.

c) Percetakan

Percetakan yang meliputi :

-Cetak brosur

-Buku yasin

-Poster

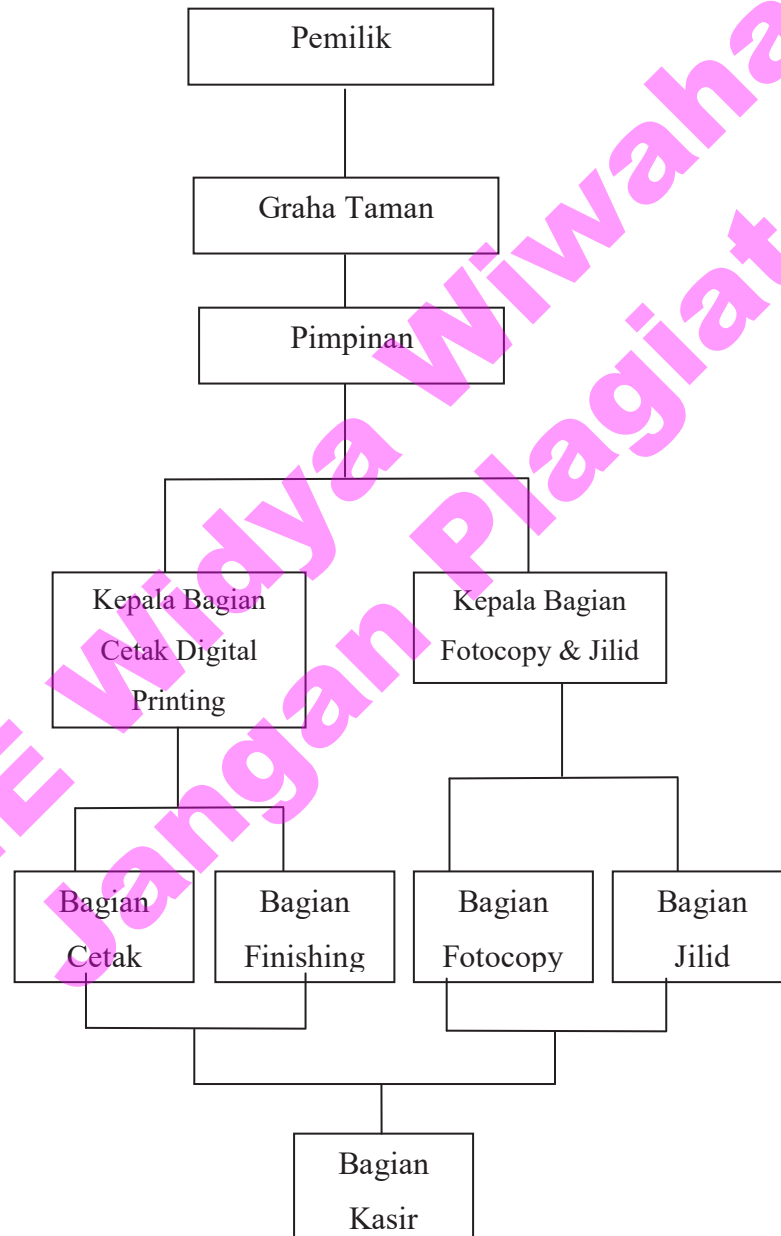
-Undangan

-Stiker

-Banner

### 4.1.3 Struktur Organisasi

**Gambar 4.2.**  
**Struktur Organisasi Percetakan Graha Taman Bunga**



Sumber : Data Sekunder Percetakan Graha Taman Bunga (2016)

## 4.2 Pembahasan

Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini meliputi deskripsi responden yang meliputi karakteristik responden berdasarkan usia responden, jenis kelamin, pekerjaan dan frekuensi berkunjung. Bagian selanjutnya akan dibahas tentang distribusi tabel pada tiap-tiap variabel. Dengan deskripsi ini diharapkan akan memberikan gambaran tentang aspek-aspek penting yang mencerminkan variabel yang diuji yaitu tentang pelayanan prima yang meliputi kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab terhadap kepuasan pelanggan dan pada bagian akhir akan disajikan analisis hubungan dari masing-masing variabel tersebut.

### 4.2.1 Deskripsi Identitas Responden

Deskripsi responden penelitian merupakan karakteristik responden yang memberikan interpretasi terhadap obyektivitas dan penelitian mengenai “Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari.” Deskripsi profil responden ditentukan sebesar 100 responden.

Deskripsi profil responden dibagi menjadi 4 yaitu: menurut umur responden, jenis kelamin responden, pekerjaan responden dan frekuensi berkunjung.

Data-data yang diperoleh diolah dan diperoleh secara menyeluruh dan terperinci jumlah total dari setiap item yang ditanyakan sehingga

akan mudah untuk diinterpretasikan secara kuantitatif. Untuk lebih jelasnya hasil distribusi frekuensi responden menurut umur dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1

## Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden

|       |             | USIA      |         |               |                    |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | <20 TAHUN   | 10        | 10.0    | 10.0          | 10.0               |
|       | 21-30 TAHUN | 55        | 55.0    | 55.0          | 65.0               |
|       | 31-40 TAHUN | 19        | 19.0    | 19.0          | 84.0               |
|       | >40 TAHUN   | 16        | 16.0    | 16.0          | 100.0              |
|       | Total       | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa rata-rata usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 55 orang (55%), kemudian disusul oleh responden yang berumur antara 31-40 tahun sebanyak 19 orang (19%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah berumur antara 21-30 tahun.

Kemudian akan disajikan deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2

## Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

| KELAMIN |           |           |         |               |                    |
|---------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|         |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid   | LAKI-LAKI | 56        | 56.0    | 56.0          | 56.0               |
|         | PEREMPUAN | 44        | 44.0    | 44.0          | 100.0              |
|         | Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebesar 56 orang (56%), sedangkan perempuan sebanyak 44 orang (44%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jenis kelamin pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari dan menjadi sampel dalam penelitian adalah laki-laki.

Kemudian akan disajikan deskripsi responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

| PEKERJAAN |             |           |         |               |                    |
|-----------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|           |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid     | PELAJAR     | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
|           | MAHASISWA/i | 9         | 9.0     | 9.0           | 16.0               |
|           | PNS         | 11        | 11.0    | 11.0          | 27.0               |
|           | IRT         | 4         | 4.0     | 4.0           | 31.0               |
|           | WIRASWASTA  | 34        | 34.0    | 34.0          | 65.0               |
|           | LAIN-LAIN   | 35        | 35.0    | 35.0          | 100.0              |
|           | Total       | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan yang dimiliki oleh responden dalam penelitian ini adalah lain-lain sebanyak 35 orang (35%) kemudian disusul oleh responden yang mempunyai pekerjaan wiraswasta yakni sebanyak 34 orang (34%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata pekerjaan pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari dan menjadi sampel dalam penelitian adalah lain-lain.

Kemudian akan disajikan deskripsi responden berdasarkan frekuensi berkunjung yang dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung Responden

| FREKUENSI BERKUNJUNG |                     |           |         |               |                    |
|----------------------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                      |                     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                | SEKALI              | 28        | 28.0    | 28.0          | 28.0               |
|                      | LEBIH DARI DUA KALI | 72        | 72.0    | 72.0          | 100.0              |
|                      | Total               | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar frekuensi berkunjung responden dalam penelitian ini adalah lebih dari dua kali yakni sebanyak 72 orang (72%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata frekuensi berkunjung pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari dan menjadi sampel dalam penelitian adalah lebih dari dua kali.

#### 4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian mengenai Pengaruh Pelayanan Prima (Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan Tanggungjawab) terhadap Kepuasan Pelanggan

Upaya untuk menunjang kepuasan pelanggan khususnya pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari adalah meningkatkan pelayanan prima bagi setiap karyawan yang diberikan kepada para pelanggan.



Adapun pelayanan prima yang dilakukan agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah adalah dengan menerapkan pelayan prima yang terdiri dari : kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab. Tujuan pelayanan prima tersebut adalah guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk melihat sejauh mana pengaruh pelayanan prima yang diberikan oleh karyawan pada Percetakan Graha Taman Bunga kepada pelanggan maka akan disajikan hasil tanggapan responden mengenai pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) yang dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4.5

## Deskripsi Responden Terhadap Variabel Kemampuan

| No | Item Pertanyaan  | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|--|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Karyawan memiliki kemampuan dalam melayani kebutuhan akan pesanan anda | 30%           | 66%    | 3%            | 1%           | 0                    |
| 2. | Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir pada saat anda membayar | 11%           | 62%    | 23%           | 4%           | 0                    |
| 3. | Karyawan profesional dalam bekerja                                     | 17%           | 67%    | 13%           | 3%           | 0                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel kemampuan sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti rata-rata responden memberikan jawaban setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan memiliki kemampuan dalam melayani kebutuhan akan pesanan anda sebanyak 66% responden yang menyatakan setuju. Kemudian sebanyak 62% menyatakan setuju mengenai keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir pada saat anda membayar. Sedangkan sebanyak 67% responden memberikan jawaban setuju dengan pernyataan karyawan profesional dalam bekerja.

Kemudian akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel sikap yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.6

## Deskripsi Responden terhadap Variabel Sikap

| No | Item Pertanyaan   | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|---|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Karyawan selalu ramah terhadap anda                                   | 28%           | 55%    | 16%           | 1%           | 0                    |
| 2. | Karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda                  | 20%           | 66%    | 14%           | 0            | 0                    |
| 3. | Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial | 21%           | 59%    | 17%           | 3%           | 0                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel sikap sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti rata-rata responden memberikan jawaban setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan selalu ramah terhadap anda sebanyak 55% responden yang menyatakan setuju. Kemudian sebanyak 66% menyatakan setuju mengenai karyawan selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda. Sedangkan sebanyak 59% responden memberikan jawaban setuju dengan pernyataan karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel penampilan yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.7

## Deskripsi Responden terhadap Variabel Penampilan

| No | Item Pertanyaan                    | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|------------------------------------|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Karyawan selalu berpakaian rapi    | 14%           | 51%    | 28%           | 7%           | 0                    |
| 2. | Karyawan selalu menjaga kebersihan | 19%           | 50%    | 27%           | 4%           | 0                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel penampilan sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti rata-rata responden

memberikan jawaban setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan selalu berpakaian rapi sebanyak 51% responden yang menyatakan setuju sedangkan sebanyak 50% responden setuju dengan pernyataan karyawan selalu menjaga kebersihan.

Selanjutnya akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel penampilan yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.8

## Deskripsi Responden terhadap Variabel Perhatian

| No | Item Pertanyaan  | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|--|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada anda  | 11%           | 62%    | 23%           | 4%           | 0                    |
| 2. | Karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda | 17%           | 67%    | 13%           | 3%           | 0                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel perhatian sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti rata-rata responden memberikan jawaban setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan memberikan perhatian secara individual kepada anda sebanyak 62% responden yang menyatakan setuju sedangkan sebanyak

67% responden setuju dengan pernyataan karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda.

Kemudian akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel tindakan yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.9

Deskripsi Responden terhadap Variabel Tindakan

| No | Item Pertanyaan                                      | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|--|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Karyawan cekatan dalam melayani anda                 | 24%           | 58%    | 16%           | 1%           | 1%                   |
| 2. | Karyawan memberikan pelayanan sesuai permintaan anda | 21%           | 73%    | 5%            | 1%           | 0                    |
| 3. | Karyawan cepat dan tanggap dalam melayani            | 19%           | 59%    | 20%           | 2%           | 0                    |

Sumber : Data diolah (2016)

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel tindakan sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti rata-rata responden memberikan jawaban setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan cekatan dalam melayani anda sebanyak 58% responden yang menyatakan setuju kemudian disusul 73% responden menjawab setuju dengan pernyataan karyawan memberikan pelayanan sesuai permintaan anda sedangkan sebanyak 59% responden setuju dengan pernyataan karyawan cepat dan tanggap dalam melayani.

Kemudian akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel tanggung jawab yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.10

## Deskripsi Responden terhadap Variabel Tanggungjawab

| No | Item Pertanyaan   | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|---|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Karyawan mengerjakan pesanan anda dengan baik                       | 20%           | 74%    | 6%            | 0%           | 1%                   |
| 2. | Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat                | 15%           | 62%    | 20%           | 3%           | 0                    |
| 3. | Karyawan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu sesuai yang dijanjikan | 5%            | 31%    | 46%           | 14%          | 4%                   |

Sumber : Data diolah (2016)

Hasil penelitian mengenai deskripsi responden berdasarkan variabel tindakan sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti ada responden yang memberikan jawaban setuju dan kurang setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa karyawan mengerjakan pesanan anda dengan baik sebanyak 74% responden yang menyatakan setuju kemudian disusul 62% responden menjawab setuju dengan pernyataan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sedangkan sebanyak 46% responden kurang setuju dengan pernyataan karyawan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu sesuai yang dijanjikan.

Kemudian akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.11

## Deskripsi Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

| No | Item Pertanyaan   | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Kurang Setuju |
|----|---|---------------|--------|---------------|--------------|----------------------|
| 1. | Saya puas dengan kemampuan karyawan dalam melayani kebutuhan akan pesanan saya      | 19%           | 70%    | 10%           | 1%           | 0                    |
| 2. | Saya merasa puas dengan sikap karyawan dalam melayani tanpa memandang status sosial | 20%           | 60%    | 18%           | 2%           | 0                    |
| 3. | Saya merasa puas dengan penampilan karyawan Graha Taman Bunga                       | 12%           | 56%    | 26%           | 6%           | 0                    |
| 4. | Saya merasa puas dengan perhatian yang diberikan karyawan Graha Taman Bunga         | 17%           | 63%    | 18%           | 2%           | 0                    |
| 5. | Saya merasa puas karena karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen          | 19%           | 61%    | 15%           | 5%           | 0                    |
| 6. | Saya merasa puas karena karyawan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu                | 6%            | 30%    | 43%           | 15%          | 6%                   |

Sumber : Data diolah (2016)

Berdasarkan variabel kepuasan pelanggan sebagaimana tampak pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang diteliti ada responden yang memberikan jawaban setuju dan kurang setuju hal ini dapat dilihat dari pernyataan pertama bahwa saya puas dengan kemampuan karyawan dalam melayani kebutuhan akan pesanan saya sebanyak 70% responden yang menyatakan setuju kemudian disusul 60% responden menjawab setuju dengan pernyataan saya merasa puas dengan sikap karyawan dalam melayani tanpa memandang status sosial kemudian sebanyak 56% responden setuju dengan pernyataan saya merasa puas dengan penampilan karyawan Graha Taman Bunga kemudian sebanyak 63% responden setuju dengan pernyataan saya merasa puas dengan perhatian yang diberikan karyawan Graha Taman Bunga sedangkan sebanyak 61% responden setuju dengan pernyataan saya merasa puas karena karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen dan yang terakhir sebanyak 43% responden menyatakan kurang setuju dengan pernyataan saya merasa puas karena karyawan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.

#### **4.2.3 Uji Instrumen Penelitian**

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebar adalah valid dan reliabel. Untuk lebih jelasnya



dapat disajikan pembahasan mengenai uji validitas dan reliabilitas yang diuraikan sebagai berikut :

#### 4.2.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dan instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan jawaban responden dalam kuesioner, dimana dalam pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan item pertanyaan dengan total skor. Suatu butir kuesioner dikatakan valid apabila nilai  $r$  yang diperoleh dari hasil perhitungan (*product moment*) lebih besar daripada nilai  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel). Berikut ini disajikan uji validitas dengan bantuan program SPSS untuk masing-masing pertanyaan :

##### a. Hasil Pengujian Kemampuan

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemampuan

| Hasil Variabel | r hitung | r tabel | Valid/tidak valid |
|----------------|----------|---------|-------------------|
| Kemampuan      |          |         |                   |
| a. Kp1         | 0.755    | 0.1966  | Valid             |
| b. Kp2         | 0.780    | 0.1966  | Valid             |
| c. Kp3         | 0.832    | 0.1966  | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.12 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel

kemampuan memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

b. Hasil Pengujian Sikap

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap

| Hasil Variabel | $r$ hitung | $r$ tabel | Valid/tidak valid |
|----------------|------------|-----------|-------------------|
| Sikap          |            |           |                   |
| a. Sk1         | 0.858      | 0.1966    | Valid             |
| b. Sk2         | 0.687      | 0.1966    | Valid             |
| c. Sk3         | 0.769      | 0.1966    | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.13 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel sikap memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

## c. Hasil Pengujian Penampilan

Tabel 4.14

## Hasil Pengujian Validitas Variabel Penampilan

| Hasil Variabel | r hitung | r tabel | Valid/tidak valid |
|----------------|----------|---------|-------------------|
| Penampilan     |          |         |                   |
| a. Pn1         | 0.499    | 0.1966  | Valid             |
| b. Pn2         | 0.226    | 0.1966  | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.14 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel penampilan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya

## d. Hasil Pengujian Perhatian

Tabel 4.15

## Hasil Pengujian Validitas Variabel Perhatian

| Hasil Variabel | r hitung | r tabel | Valid/tidak valid |
|----------------|----------|---------|-------------------|
| Perhatian      |          |         |                   |
| a. Pr1         | 0.914    | 0.1966  | Valid             |
| b. Pr2         | 0.888    | 0.1966  | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.15 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel perhatian memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

e. Hasil Pengujian Tindakan

Tabel 4.16

Hasil Pengujian Validitas Variabel Tindakan

| Hasil Variabel | $r$ hitung | $r$ tabel | Valid/tidak valid |
|----------------|------------|-----------|-------------------|
| Tindakan       |            |           |                   |
| a. Td1         | 0.923      | 0.1966    | Valid             |
| b. Td2         | 0.755      | 0.1966    | Valid             |
| c. Td3         | 0.895      | 0.1966    | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.16 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel tindakan memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

## f. Hasil Pengujian Tanggungjawab

Tabel 4.17

## Hasil Pengujian Validitas Variabel Tanggungjawab

| Hasil Variabel | r hitung | r tabel | Valid/tidak valid |
|----------------|----------|---------|-------------------|
| Tanggungjawab  |          |         |                   |
| a. Tj1         | 0.685    | 0.1966  | Valid             |
| b. Tj2         | 0.872    | 0.1966  | Valid             |
| c. Tj3         | 0.805    | 0.1966  | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.17 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel tanggungjawab memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

## g. Hasil Pengujian Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.18

## Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

| Hasil Variabel     | r hitung | r tabel | Valid/tidak valid |
|--------------------|----------|---------|-------------------|
| Kepuasan Pelanggan |          |         |                   |
| a. Kk1             | 0.766    | 0.1966  | Valid             |
| b. Kk2             | 0.675    | 0.1966  | Valid             |
| c. Kk3             | 0.597    | 0.1966  | Valid             |
| d. Kk5             | 0.788    | 0.1966  | Valid             |
| e. Kk4             | 0.821    | 0.1966  | Valid             |
| f. Kk6             | 0.631    | 0.1966  | Valid             |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada tabel 4.18 terlihat bahwa semua butir pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel hal ini menunjukkan semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

#### 4.2.3.2 Uji Realibilitas

Tahap pengujian berikutnya adalah uji realibilitas. Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Menurut Arikunto (1998) untuk uji realibilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program data SPSS.

Tabel 4.19 berikut ini menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab dan kepuasan pelanggan memiliki nilai *Alpha Cronbach*  $\geq 0.6$  maka dapat dinyatakan semua variabel reliabel.

Tabel 4.19

## Hasil Uji Realibilitas

| Variabel           | <i>Cronbach's alpha if item deleted</i> | <i>Cronbach's alpha if item deleted minimum</i> | Reliabel / tidak reliabel |
|--------------------|---|---|---------------------------|
| Kemampuan          | 0.694                                   | 0.60  | Reliabel                  |
| Sikap              | 0.665                                   | 0.60  | Reliabel                  |
| Penampilan         | 0.621                                   | 0.60  | Reliabel                  |
| Perhatian          | 0.766                                   | 0.60  | Reliabel                  |
| Tindakan           | 0.825                                   | 0.60  | Reliabel                  |
| Tanggungjawab      | 0.673                                   | 0.60  | Reliabel                  |
| Kepuasan Pelanggan | 0.790                                   | 0.60  | Reliabel                  |

Sumber : Data Primer diolah (2016)

#### 4.2.4 Regresi Berganda Mengenai Pelayanan Prima (Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, dan Tanggungjawab) terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis berganda dengan program SPSS 20. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y)

Oleh karena itulah dapat disajikan hasil olahan data regresi dengan menggunakan program SPSS 20 yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.20

## Uji Regresi Berganda dengan SPSS 20

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |      |
| 1                         | (Constant)                  | .070       | .196                      |        | .355  | .724 |
|                           | KEMAMPUAN                   | .082       | .084                      | .083   | .977  | .331 |
|                           | SIKAP                       | .172       | .090                      | .175   | 1.909 | .059 |
|                           | PENAMPILAN                  | .111       | .103                      | .115   | 1.079 | .283 |
|                           | PERHATIAN                   | .155       | .066                      | .205   | 2.348 | .021 |
|                           | TINDAKAN                    | .151       | .073                      | .175   | 2.060 | .042 |
|                           | TANGGUNGJAWAB               | .297       | .054                      | .331   | 5.517 | .000 |
|                           | Adj R-sq                    |            |                           | 0.815  |       |      |
|                           | F-stat                      |            |                           | 73.506 |       |      |
|                           | Sig-F                       |            |                           | 0,000  |       |      |

Sumber : Data primer, diolah (2016)

Untuk melihat berapa besar pengaruh keenam variabel pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,070 + 0,082 + 0,172 + 0,111 + 0,155 + 0,151 + 0,297$$

Hasil persamaan regresi diatas dapat diinterprestasikan bahwa :  $b_0 = 0,070$  yang artinya nilai konstan tanpa adanya unsur pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab)



maka kepuasan pelanggan sebesar 0,070%, kemudian  $b_1 = 0,082$  yang artinya dengan adanya peningkatan kemampuan karyawan maka akan diikuti terhadap peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,082%, untuk nilai  $b_2 = 0,172$  artinya adanya peningkatan sikap karyawan maka akan diikuti terhadap peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,172%, lalu nilai  $b_3 = 0,111$  artinya adanya peningkatan penampilan karyawan maka akan diikuti peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,111%, kemudian nilai  $b_4 = 0,155$  artinya adanya peningkatan perhatian dari karyawan maka akan diikuti peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,155%, untuk nilai  $b_5 = 0,151$  artinya adanya peningkatan tindakan karyawan maka akan diikuti peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,151% kemudian  $b_6 = 0,297$  artinya adanya peningkatan tanggungjawab yang diberikan karyawan kepada pelanggan maka akan diikuti peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,297%.

Melihat hasil analisis regresi tersebut maka dapat diketahui bahwa variabel pelayanan prima yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari adalah tanggungjawab, hal ini disebabkan karena variabel tanggungjawab mempunyai nilai *unstandardized coefficients* yang terbesar dibandingkan dengan variabel pelayanan prima lainnya.

Kemudian akan disajikan hasil analisis korelasi berganda yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.21

Hasil Analisis Korelasi Berganda

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .909 <sup>a</sup> | .826     | .815              | .213                       |

a. Predictors: (Constant), TANGGUNGJAWAB, KEMAMPUAN, PERHATIAN, TINDAKAN, SIKAP, PENAMPILAN

Sumber : Hasil olahan data SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.21 diatas maka diperoleh angka R sebesar 0,909 hal ini menunjukkan bahwa kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan, sebab nilai  $R = 0,909$  atau mendekati 1. Kemudian  $R^2$  ( $R_{\text{square}}$ ) sebesar 0,826 (86,2%) hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independent mampu menjelaskan sebesar 86,2% variasi variabel kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 13,8%.

Kemudian *error of the estimated* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan kepuasan pelanggan (Y). dari hasil analisis regresi maka diperoleh nilai standar *error of the estimated* sebesar 0,213 artinya bahwa banyaknya kesalahan dalam memprediksi kepuasan pelanggan dapat ditentukan sebesar 0,213, karena

standar error of estimated kecil maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sudah baik.

#### 4.2.5 Uji Hipotesis

##### 4.2.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Graha Taman Bunga Wonosari. Maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Uji signifikan kemampuan dengan kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.20 diatas menunjukkan bahwa variabel kemampuan mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,331 > \alpha$  (0,05), maka kemampuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Uji signifikan sikap dengan kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel sikap mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,059 > \alpha$  (0,05) maka kemampuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- c. Uji signifikan penampilan dengan kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel penampilan mempunyai nilai signifikan  $0,283 > \alpha$  (0,05) maka kemampuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Uji signifikan perhatian dengan kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel perhatian mempunyai nilai signifikan  $0,021 < \alpha (0,05)$  maka perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

e. Uji signifikan tindakan dengan kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel tindakan mempunyai nilai signifikan  $0,042 < \alpha (0,05)$  maka tindakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

f. Uji signifikan tanggungjawab dengan kepuasan pelanggan

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel tanggungjawab mempunyai nilai signifikan  $0,000 < \alpha (0,05)$  maka tanggungjawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.2.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab) secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada tabel 4.20 hasil penelitian yang dilakukan maka dalam uji simultan digunakan pengujian serempak (uji F) dimana dari uji anova atau  $F_{\text{test}}$  diperoleh  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 73,506 dan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,198 dan selain itu memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikan jauh lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$

diterima dan  $H_0$  ditolak, oleh sebab itu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.2.6 Pembahasan

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel pelayanan prima dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hanya 3 variabel yang mempunyai pengaruh signifikan yaitu perhatian ( $x_4$ ), tindakan ( $x_5$ ), dan tanggungjawab ( $x_6$ ) sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah kemampuan ( $x_1$ ) sikap ( $x_2$ ) dan penampilan ( $x_3$ ).

Hasil uji regresi kemampuan dalam penelitian ini memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,331 oleh karena itu kemampuan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemampuan dalam penelitian ini tidak sesuai dengan teori kemampuan menurut Atep (2006) Kemampuan adalah pengetahuan dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai

instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi perusahaan.

Hasil uji regresi sikap dalam penelitian ini memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,059 oleh karena itu sikap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sikap dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena tidak sesuai dengan teori sikap menurut Atep (2006) Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan konsumen.

Hasil uji regresi penampilan dalam penelitian ini memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,283 oleh karena itu penampilan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penampilan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena penampilan yang dimiliki karyawan tidak sesuai dengan teori penampilan menurut Atep (2006) penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

Berdasarkan uji regresi dari keenam variabel yaitu (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) maka variabel yang paling dominan mempengaruhi

kepuasan pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari adalah tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 5.517.

Sedangkan dalam hasil pengujian diperoleh nilai R sebesar 0,909 hal ini menunjukkan bahwa kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan, sebab nilai  $R = 0,909$  atau mendekati 1. Kemudian  $R^2$  ( $R_{square}$ ) sebesar 0,826 (86,2%) hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independent mampu menjelaskan sebesar 86,2% variasi variabel kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 13,8%.

Pada hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meilastri Novita (2012) yang menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab terhadap kepuasan pelanggan, karena pada penelitian ini variabel kemampuan dan sikap tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari, dapat disajikan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa hanya 3 variabel yang mempunyai pengaruh signifikan yaitu perhatian ( $x_4$ ), tindakan ( $x_5$ ), dan tanggungjawab ( $x_6$ ) sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah kemampuan ( $x_1$ ) sikap ( $x_2$ ) dan penampilan ( $x_3$ ) hal ini dibuktikan variabel tersebut memiliki nilai  $\text{sig} > 0,05$ .
- 2) Berdasarkan uji regresi dari keenam variabel yaitu (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) maka variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari adalah tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 5.517

#### 5.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah :

- 1) Disarankan agar Percetakan Graha Taman Bunga Wonosari lebih memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya khususnya variabel kemampuan ( $x_1$ ) hal ini dimaksudkan agar pelanggan dapat puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.



- 2) Dari hasil penelitian bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah tanggungjawab maka disarankan agar karyawan Percetakan Graha Taman bunga Wonosari senantiasa memberikan tanggungjawab terhadap pekerjaan yang diberikan pelanggan kepada perusahaan, mengerjakan pekerjaan cepat dan tepat sesuai dengan perjanjian kepada pelanggan agar pelanggan semakin puas dengan kinerja/pelayanan karyawan.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler, 1997, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi ketiga, Jakarta : Erlangga.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I, Ali Alaxander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Barata Atep Adya, 2006. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. cetakan ketiga. Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Firmandes Sandi. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE - Yogyakarta
- Kasmir, 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, implementasi dan Kontrol*, jilid I edisi ke sembilan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat . 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Meilastri Novita, 2012. *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kartini Makassar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makasar.
- Moenir H.A.S (2000). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nadier. 2008. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Compaq*

Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar kanuk.2004. *Consumen Behaviour*, fifth Editions. New Jersey : Prentice-Hall Inc.

Sekaran Uma. 2006. *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Sumarwan, Ujang, 2003, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*. edisi pertama. cetakan pertama. Bayu Media, Malang

Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi

Umar Husain, 2003. *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. cetakan ke tiga, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_. 2003. *Studi Kelayakan bisnis*. edisi kedua. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Wahyu Setiyono, 2011. *Hubungan Implementasi Pelayanan Prima (Service Excellenc) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus KC Bank DKI Syariah Wahid Hasyid)*.

Wendi Ardiawan Happy. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.