

## Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembeli *Diamond Hago (Studi Kasus Di Galeri Virtual Teknologi)*

<sup>1</sup>Nuniek Dewi Pramanik, <sup>2</sup>Elsa Denis Sapitri, <sup>3</sup>Hani Kustyanti Kusnadi, <sup>4</sup>Jusuf Nurdin, <sup>5</sup>Adi Chandra Triana

<sup>1,2,3,4,5</sup>Politeknik Piksi Ganesha, Jl. Jend. Gatot Soebroto No. 301 Bandung  
dewipramanikn@gmail.com

### Abstract

This study aims to determine the effect of excellent service on customer satisfaction at Gallery Virtual Technology of Bandung. This was a quantitative study and data were collected through questionnaires. The study samples involved 100 diamond customers of hago live streaming application at Gallery Virtual Technology. Based on the results of the study, it was obtained a correlation coefficient of 0.307 (in the range of 0.20-0.399) which indicated a low effect of excellent service on customer satisfaction at Gallery Virtual Technology. The t hypothesis test obtained a t count of 3.191 or higher than t table of 1.660 which meant that there was an effect of excellent service on customer satisfaction at Virtual Technology Gallery. Furthermore, the value of coefficient of determination or R square was 9.4%, which could be interpreted that customer satisfaction at Gallery Virtual Technology was influenced by excellent service by 9.4%. The problem found in this study was regarding the low effect of excellent service on customer satisfaction due to more significant factors. The solution to this problem is by approaching customers to ask certain things as a measure of satisfaction in addition to excellent service.

**Keywords:** Excellent Service, Customer Satisfaction, Hago

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan Galeri Virtual Teknologi Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 pelanggan pembeli *diamond* aplikasi *live streaming* hago pada Galeri Virtual Teknologi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,307 yang menyatakan bahwa pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Virtual Teknologi dikategorikan rendah karena berada pada rentang (0,20-0,399). Hasil uji hipotesis t menunjukkan besarnya t hitung terhadap t tabel adalah 3,191 > 1,660 yang mengartikan terdapat pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Virtual Teknologi dan berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh R *square* sebesar 9,4% yang artinya kepuasan pelanggan di Galeri Virtual Teknologi dipengaruhi oleh pelayanan prima sebesar 9,4%. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu pengaruh pelayanan prima yang rendah terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan ada faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, solusi untuk permasalahan ini yaitu melakukan pendekatan kepada pelanggan untuk menanyakan hal apa yang menjadi tolak ukur kepuasan selain pelayanan prima.

**Kata Kunci:** Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, Hago

Copyright (c) 2023 Nuniek Dewi Pramanik, Elsa Denis Sapitri, Hani Kustyanti Kusnadi, Jusuf Nurdin, Adi Chandra Triana

---

Corresponding author: Nuniek Dewi Pramanik

Email Address: [dewipramanikn@gmail.com](mailto:dewipramanikn@gmail.com) (Jl. Jend. Gatot Soebroto No. 301 Bandung)

Received 6 June 2023, Accepted 13 June 2023, Published 17 June 2023

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya dunia industri global saat ini, semua lapisan masyarakat menginginkan adanya perkembangan dalam pelayanan. Menurut Kotler dalam Sinambela, dkk (2017) di jurnal Febi Silvia (2018), pelayanan adalah “setiap kegiatan yang memberikan keuntungan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan suatu kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada

satu produk secara fisik”. Sampara dalam Sinambela, dkk (2017) di jurnal Febi Silvia (2018) berpendapat, pelayanan yaitu “suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi secara langsung antar seseorang dengan seseorang yang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan suatu kepuasan pelanggan”. Pelayanan yang baik menuntut seluruh karyawan dari sebuah organisasi baik karyawan yang memang berhubungan langsung dengan pelanggan atau karyawan yang tidak berhubungan langsung dengan pelanggan untuk menjalankan perannya dengan prima.

Alasan utama dari pelayanan adalah memberikan suatu kepuasan kepada para pelanggan. Kepuasan ini bukan sekedar kebutuhan dari pelanggan terpenuhi tetapi juga keinginan dari pelanggan dan juga harapan pelanggan yang bisa diwujudkan dengan baik oleh perusahaan atau organisasi. Ketika pelayanan dilakukan dengan sebaik mungkin maka akan terwujud suatu pelayanan yang efektif, efisien, dan ekonomis sesuai dengan keinginan masyarakat atau pembeli.

Salah satu hal yang menjadi ukuran dari kepuasan pelanggan adalah pelayanan yang baik atau disebut juga sebagai pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang dilakukan baik oleh perusahaan, pemerintah, organisasi atau instansi lainnya, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan, masyarakat atau pemangku kepentingan yang lainnya. Pelayanan prima meliputi upaya memenuhi permintaan dan kebutuhan dari pelanggan atau masyarakat sampai mendapatkan sesuatu yang melebihi harapan. Pelayanan prima memberikan rasa percaya dan rasa puas kepada pelanggan.

Pelayanan prima adalah kegiatan yang berperan penting dalam pencapaian keberhasilan perusahaan atau organisasi lainnya, termasuk pelaksanaan pelayanan prima pada perusahaan Galeri Virtual Teknologi, dapat disimpulkan standar pelayanan prima pada perusahaan ini bertitik berat pada prosedur pelayanan, waktu pelayanan, keramahan pelayanan dan kompetensi pemberi pelayanan. Pelayanan prima pada perusahaan ini lebih bergantung kepada kualitas sumber daya manusia atau admin dari perusahaan ini. Berdasarkan Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 menjelaskan prinsip-prinsip pelayanan prima meliputi: kesederhanaan, kejelasan, kepastian waktu, akurasi, keamanan, tanggung jawab, kelengkapan sarana dan prasarana, kemudahan akses, kedisiplinan, kesopanandan keramahan serta kenyamanan.

Aplikasi *live streaming* dan *game Hago* pada awal kemunculannya di china namanya kaixindou lahir dari mini *game*, mini *game* ini banyak menarik *user* dan mempunyai retensi yang cukup bagus, banyak *user* di aplikasi ini melakukan komunikasi dengan lawan main *game* dan ini yang menjadi perbedaan aplikasi ini dengan aplikasi sejenis lainnya selain itu ada dua perbedaan lainnya antara Hago dan aplikasi lainnya yaitu fitur-fitur yang ada pada aplikasi Hago seperti efek yang membuat kualitas gambar baik dan ada lebih dari 80 *game* yang tersedia dan dapat dimainkan para *gamer*, aplikasi ini diciptakan pada tahun 2018 dan merupakan salah satu aplikasi *game* dan *live streaming* yang digunakan di negara India dan tentunya di Indonesia, aplikasi *live streaming hago* awalnya

berfokus menjadi aplikasi media sosial *game* untuk para *gamer* sebelum menjadi aplikasi *live* yang cukup dikenal dan bisa menghasilkan uang yang cukup menjanjikan, semakin berkembangnya dan terbukanya pikiran masyarakat terhadap dunia virtual menjadi landasan utama bagi hago mengembangkan aplikasinya dari aplikasi sosial *game* dan menambahkan fitur *live streaming*, dimulai sekitar tahun 2019 *live streaming* di Hago mulai menjadi fitur andalan aplikasi ini. Penggunaan aplikasi Hago sangat mudah, hampir mirip seperti penggunaan aplikasi media sosial Instagram ataupun tiktok hanya saja lebih fokus pada *game* dan *live streaming*. Hago menggunakan *diamond* untuk memainkan fitur aplikasi.

## METHOD

Menurut Creswell (2014) dalam Sugiyono (2017, hlm.1) mendefinisikan metode penelitian sebagai proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Metode penelitian dalam Sugiyono (2017, hlm.1 dan 2) diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Ada empat kata kunci yang harus dipentingkan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan juga kegunaan tertentu.

### *Operasionalisasi Variabel*

Berdasarkan judul penelitian, maka ditentukan variabel penelitian adalah:

#### 1. Variabel Independen (bebas)

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 57) menjelaskan bahwa variabel independen atau disebut juga variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Atau lebih dikenal variabel bebas. Variabel bebas diartikan sebagai variabel yang bisa mempengaruhi dan juga yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan dalam SEM (*structural Equation Modeling*/Pemodelan Persamaan Struktural, variabel independen disebut eksogen.

#### 2. Variabel dependen (terikat)

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 57) variabel dependen atau variabel, kriteria, konsekuen. Atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel terikat adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang bisa menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau variabel bebas. Sedangkan dalam SEM (*structural Equation Modeling*/Pemodelan Persamaan Struktural, variabel dependen disebut dengan endogen.

## HASIL DAN DISKUSI

### *Hasil Uji Validitas*

#### 1. Variabel Pelayanan Prima (Variabel X)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Prima (Variabel X)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.655	0.256	VALID

2	0.728	0.256	VALID
3	0.651	0.256	VALID
4	0.817	0.256	VALID
5	0.715	0.256	VALID
6	0.745	0.256	VALID
7	0.671	0.256	VALID

*Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)*

Dilihat dari hasil pengolahan data pada tabel 3.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pengukuran validitas pada variabel pelayanan prima menunjukkan item-item pada pertanyaan dalam kuesioner valid, dikatakan valid karena skor dari r hitung lebih besar dari r tabel, menggunakan nilai r tabel dengan N = 100 pada signifikansi 1% pada distribusi nilai r tabel statistik sehingga diperoleh nilai r tabel 0.256. Sehingga item-item pernyataan dapat dipakai sebagai alat ukur dari variabel yang diteliti.

## 2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel KepuasanPelanggan (Variabel Y)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.774	0.256	VALID
2	0.854	0.256	VALID
3	0.904	0.256	VALID
4	0.877	0.256	VALID
5	0.881	0.256	VALID

*Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)*

Dilihat dari hasil pengolahan data pada tabel 3.2 diatas dapat disimpulkan bahwa pengukuran validitas pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan item-item pada pertanyaan dalam kuesioner valid, dikatakan valid karena skor dari r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.256. Sehingga item-item pernyataan dapat dipakai sebagai alat ukur dari variabel yang diteliti

## **Hasil Uji Reliabilitas**

1. Variabel Pelayanan Prima (Variabel X) , Uji reliabilitas digunakan untuk melakukan pengukuran konsistensi kuesioner yang adalah indikator variabel. Pertanyaan dianggap reliabel jika koefisien reliabilitasnya ( $\geq 0,6$ ). Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 20.0 dengan jumlah responden pada penelitian yaitu 100 orang responden.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan Prima (Variabel X)

### *Reliability Statistics*

Cronbach's Alpha	N of Items
,764	7

*Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)*

Dapat dilihat dari tabel 3.3 hasil uji reliabilitas variabel X menunjukkan bahwa data dari variabel X dinyatakan reliabel. Karena setelah melakukan pengujian diperoleh *Cronbach's Alpha* sebesar 0.764, jadi bisa disimpulkan bahwa kuesioner untuk variabel X ini reliabel karena nilainya  $\geq$  0.6.

## 2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel KepuasanPelanggan (Variabel Y)

### *Reliability Statistics*

Cronbach'sAlpha	Nof Items
,910	5

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)

Dapat dilihat dari tabel 3.4 hasil uji reliabilitas variabel Y menunjukkan bahwa data dari variabel Y dinyatakan reliabel. Karena setelah melakukan pengujian diperoleh *Cronbach's Alpha* sebesar 0.910, jadi bisa disimpulkan bahwa kuesioner untuk bagian penelitian yang belum teruji validitasdan reliabilitasnya.

### *Hasil Uji Normalitas*

Tabel 5. Tabel Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	2,03415255
Most Extreme Differences	Absolute	0,105
	Positive	0,047
	Negative	-0,105
Kolmogorov-Smirnov Z		1,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,225
a. Test distribution is Normal.		
Sumber : Diolah Oleh Penulis (2022)		

Dilihat dari tabel 3.5 yaitu hasil dari pengujian aplikasi SPSS versi 20.0 diatas didasari hasil uji normalitas terlihat nilai signifikansi 0,225 lebih dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal. Dilihat dari tabel 3.5 yaitu hasil dari pengujian aplikasi SPSS versi 20.0 diatas didasari hasil uji normalitas terlihat nilai signifikansi 0,225 lebih dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

### *Hasil Regresi Linear Sederhana*

**Hasil Regresi Linear Sederhana**

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Sederhana Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,427	2,51		5,747 0
	Pelayanan Prima	0,25	0,078	0,307	3,191 0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2022)

Didasari dari tabel 6 di kolom B

**Hasil Koefisien Korelasi Pearson Product Moment**

Tabel 7. Hasil Koefisien Korelasi Pearson Product Moment

Correlations			
		Pelayanan Prima	Kepuasan Pelanggan
Pelayanan Prima	Pearson Correlation	1	.307**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.307**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	100	100

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

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2022)

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menganalisis kuatnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersamaan atau menganalisis ada tidaknya hubungan pelayanan prima (variabel X) dengan kepuasan pelanggan (variabel Y), pada penelitian ini uji determinasi dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20.0, yang bisa dilihat pada tabel dibawah:

constant dapat diketahui nilai dari variabel dependen kepuasan pelanggan adalah 14,427 sedangkan untuk nilai variabel independen pelayanan prima (b) adalah 0,250, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis dengan:  $Y = a+bX$  atau  $Y = 14,427+0,250Y$

Dari hasil uji regresi linear sederhana diatas dapat dijelaskan:

1. Konstanta sebesar 14,427 menyatakan jika tidak ada nilai pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan sebesar 14,427.
2. Koefisien Regresi X sebesar 0,250 menyatakan setiap penambahan 1 nilai pelayanan prima, maka nilai kepuasan pelanggan juga akan bertambah 0,250.

Berdasarkan tabel 3.7 memperlihatkan bahwa nilai korelasi 0,307 jika berdasarkan pada pedoman sugiyono, maka pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pembeli *diamond* aplikasi live streaming hago di galeri virtual teknologi termasuk kedalam kategori rendah karena berada pada rentang (0,20-0,399).

Tabel 8. Uji Determinasi *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.307 <sup>a</sup>	.094	.085	2.045

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)

Tabel 8 memperlihatkan nilai dari *R Square* sebesar 0,094 maka bisa disimpulkan bahwa besaran pengaruh variabel pelayanan prima terhadap variabel kepuasan pelanggan di galeri *virtual* teknologi sebesar 9,4%.

Sedangkan untuk sisanya sebesar 90,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian yang dilakukan penulis.

#### **Hasil Uji T (Uji Parsial)**

Uji t dilakukan pada satu variabel independent terhadap satu variabel dependent yang bertujuan untuk menguji hipotesis korelasinya. Dibawah ini hasil Uji T pada variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di galeri *virtual* teknologi.

Tabel 9. Uji T (Uji Parsial) *Coefficients<sup>a</sup>*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,427	2,51		5,747	0
	Pelayanan Prima	0,25	0,078	0,307	3,291	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2022)

Tabel 9 Uji t hitung di atas hasilnya sebesar 3,191 untuk variabel pelayanan prima dengan tingkat kepercayaan 0,05 dan derajat kebebasan =  $n-2 = 98$  diperoleh t tabel sebesar 1,660, dapat diputuskan bahwa nilai t hitung

> nilai t tabel yaitu  $3,191 > 1,660$  dan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan menyatakan adanya pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pembeli *diamond* aplikasi *live streaming* hago di Galeri Virtual Teknologi.

#### **Permasalahan Yang Timbul Berkaitan Dengan Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembeli *Diamond* Aplikasi *Live Streaming* Hago Pada Galeri Virtual Teknologi**

Dari penelitian ini diketahui bahwa pengaruh dari pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan hanya 9,4% yang artinya pengaruhnya berada pada interval rendah, hal ini tentu menjadi masalah serius pada perusahaan Galeri Virtual Teknologi. Pelayanan prima berpengaruh sangat rendah karena terdapat hal lain yang menjadi tolak ukur terciptanya kepuasan pelanggan.

#### **Upaya Pemecahan Masalah Dalam Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembeli *Diamond* Aplikasi *Live Streaming* Hago Pada Galeri Virtual Teknologi**

Adapun upaya yang harus dilakukan oleh Galeri Virtual Teknologi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan pendekatan kepada pelanggan secara online melalui

pesan whatsApp ataupun *direct message* di aplikasi Hago dan menanyakan hal apa yang menjadi dasar keputusan pelanggan merasa puas terhadap agent diamond selain dari pelayanan yang prima sehingga Galeri Virtual Teknologi bisa melakukan perbaikan pada semua aspek yang ada di perusahaan yang berkaitan erat dengan terciptanya kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Dari rangkaian pembahasan serta hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai analisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pembeli diamond aplikasi live streaming hago studi kasus di perusahaan galeri virtual teknologi kota bandung, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, di antaranya:

1. pelayanan prima penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel X yaitu pelayanan prima berada dalam kategori sangat baik yaitu dengan jumlah tanggapan mean responden sebesar 4,81, Sedangkan untuk TCR (Tingkat Capaian Responden) pada variabel X penelitian ini presentase mean dari TCR ialah 96%.
2. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan jumlah tanggapan mean responden sebesar 4,90 serta TCR (Tingkat Capaian Responden) pada variabel Y (kepuasan pelanggan) masuk kedalam klasifikasi sangat baik karena presentase mean dari TCR ialah 98%.
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di galeri virtual teknologi dengan pengaruh sebesar 9,4% dan berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa pelayanan prima (variabel X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y), hal ini dibuktikan dengan hasil dari nilai signifikan yang menunjukkan  $0,02 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung } 3,191 > t \text{ tabel sebesar } 1,660$ .
4. Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat disimpulkan bahwa hambatan dari penelitian ini adalah pengaruh dari pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan hanya 9,4% yang artinya pengaruhnya berada pada interval rendah, hal ini tentu menjadi masalah serius pada perusahaan Galeri Virtual Teknologi. Pelayanan prima berpengaruh rendah karena terdapat hal lain yang menjadi tolak ukur terciptanya kepuasan pelanggan.
5. Adapun upaya yang dapat dilakukan oleh Galeri Virtual Teknologi untuk mengatasi hambatan yaitu dengan melakukan pendekatan kepada pelanggan secara online melalui pesan whatsApp ataupun *direct message* di aplikasi Hago dan menanyakan hal apa yang menjadi dasar keputusan pelanggan merasa puas terhadap agent diamond selain dari pelayanan yang prima sehingga Galeri Virtual Teknologi bisa melakukan perbaikan pada semua aspek yang ada di perusahaan yang berkaitan erat dengan terciptanya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil yang sudah dipaparkan dalam penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran, antara lain:

1. Saran bagi Galeri Virtual Teknologi agar mempertahankan dan meningkatkan pelayanan prima pada pelanggan pembeli *diamond* aplikasi *live streaming* hago.
2. Disarankan bagi perusahaan agar melakukan pendekatan dengan pelanggan agar tercipta suasana yang harmonis dan kepuasan pelayanan semakin terasa oleh pelanggan.
3. Disarankan agar perusahaan mencari tahu lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang menjadi landasan pelanggan merasa puas.
4. Selain melakukan pendekatan dengan pelanggan, perusahaan perlu melakukan pendekatan dan komunikasi yang lebih baik dengan karyawan karena inti dari pelayanan yang baik dan puas tidaknya pelanggan adalah bagaimana sikap dari pemberi pelayanan yaitu karyawan perusahaan yang langsung berhadapan dengan pelanggan setiap harinya.
5. Perusahaan harus mencari tahu juga bagaimana pesaing dalam melakukan pelayanan dan apa yang menjadi poin pembeda dengan perusahaan.
6. Selain untuk perusahaan penulis memberi saran bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti hal lain yang menjadi faktor kepuasan pelanggan misalnya bagaimana harga mempengaruhi kepuasan.

## REFERENSI

- KEPMEN PAN Nomor 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik
- Adhari, L. Z. (2019). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Cv. Penerbit Qiara Media: Pasuruan. Indonesia.
- Barata, A. A. (2022). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Pt Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia: Jakarta. Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press: Surabaya. Indonesia.
- Madiistriyatno, I. S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. IndigoMedia: Tangerang. Indonesia.
- Pamekas, M. (2021). *Pelayanan Prima*. Lakeisha: Klaten. Indonesia.
- Semil, N. (2018). *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah Kajian Kritis Pada Sistem Pelayanan Publik Di Indonesia*. Kencana: Jakarta. Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Model Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta: Bandung. Indonesia.
- Sasongko, S. R. (2021). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan.
- Silvia, F. (2018). *Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (Kppn) Makasar II*. Perpustakaan Unm,