

Vol. 4 • No. 2 • Juli 2024

Page (Hal.) : 595-604

ISSN (online) : 2746 - 4482

ISSN (print) : 2746 - 2250

**Program Pascasarjana Magister
Manajemen**

Jl. Raya Puspipetek, Buaran, Kec. Pamulang,

Kota Tangerang Selatan, Banten 15310,

Email : humanismanajemen@gmail.com



Special Issue :
Webinar Nasional
HUMANIS 2024
Website. :
<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI LAPO “TOBA NAULI”

MARUDUT JHONSON LUMBANTORUAN

ABSTRACT

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

Keywords: *Excellent Service ; Satisfied Customer*

ABSTRAK

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

Pelanggan) di LAPO “TOBA NAULI” dipengaruhi oleh Variabel X (Pelayanan Prima) sebesar 61,1%, adapun sisanya yakni 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Pelayanan Prima; Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

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

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

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

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

Pelayanan yang baik dapat memberi kepuasan kepada konsumen, sebab sering kali konsumen ingin diperlakukan layaknya seorang raja, sehingga konsumen memiliki hak untuk dipenuhi keinginan dan kepuasannya. Namun sebaliknya, ketika pelayanannya buruk, maka pelanggan pasti tidak akan lagi mengunjungi perusahaan tersebut. Kondisi tersebut, menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen sangat tidak memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya meningkatkan pelayanan prima di perusahaan tersebut. Dengan memberikan perhatian penuh kepada apa yang diinginkan pelanggan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, produk atau jasa yang ditawarkan tidak dapat terpenuhinya hak pembeli sebagai kompensasi atas pemahaman yaitu “*Pembeli adalah raja*”. Bahkan, apabila kondisi yang kurang kondusif bagi pembeli atau pelanggan tentunya berdampak terhadap *image/persepsi, sehingga dinamika secara perlahan bergerak akan sepinyap* pelanggan, Apabila kondisi tersebut tidak segera diatasi, maka akan mengakibatkan perusahaan rugi dan bahkan bisa jadi bangkrut. Apabila tidak ada pelanggan, kelak tidak akan ada kegiatan bisnis sama sekali.

Demikian halnya dengan salah satu bidang usaha kuliner, yaitu LAPO (restoran atau tempat makan). Masalah utama sebuah LAPO ialah pelayanan yang disediakan. Apakah pelayanan yang diberikan telah sepadan dengan yang diharapkan konsumen atau tidak? Oleh karena, LAPO “TOBA NAULI” diwajibkan agar konsisten dalam hal menjaga tingkat kepercayaan konsumen dengan mengoptimalkan kualitas pelayanannya.

Berdasarkan data yang penulis peroleh, terjadi penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung ke LAPO “TOBA NAULI. Data penurunan jumlah pelanggan tersebut:

Tabel 1.1
Data Pelanggan LAPO “TOBA NAULI Tahun 2023

Bulan	Jumlah Pelanggan
Maret	309
April	218
Mei	190

Sumber : Lapo “Toba Nauli”

Mencermati dan menganalisa tabel di atas, maka terdapat sejumlah pelanggan di LAPO “TOBA NAULI yang dalam kondisi sedang mendapatkan penurunan dalam kurun waktu tiga bulan. Pada bulan Maret 2023, jumlah pelanggan yang berkunjung sebanyak 309 pelanggan, pada bulan April jumlah pelanggan yang berkunjung sebanyak 218 pelanggan, dan pada bulan Mei terdapat jumlah pelanggan yang berkunjung sebanyak 190 pelanggan. Selanjutnya berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari staf Lapo “Toba Nauli”, bahwa dalam kurun waktu selama tiga bulan terdapat beberapa keluhan pelanggan. Keluhan tersebut berisi ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah kurangnya pelayanan ketika konsumen membutuhkan sesuatu sesuatu pelayanan.

Dengan permasalahan tersebut, seyogyanya pihak restoran LAPO “TOBA NAULI” harus terus mengingatkan petugas restoran untuk bisa mengatasi keluhan konsumen dengan cara meningkatkan etos kerja khususnya kinerja pelayanan sesuai kewajiban pelayanan. Dengan begitu konsumen akan datang berkali-kali dan mengajak atau merekomendasikan kepada rekan-rekannya, karena pelanggan tersebut merasa puas atas pelayanan yang diterima. Berlandaskan latar belakang permasalahan seperti di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang kemudian diberi judul “**Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di LAPO “TOBA NAULI”**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana deforestasi yang terjadi di Papua berkontribusi pada kerusakan ekosistem hutan dan ancaman terhadap keanekaragaman hayati?
2. Bagaimana aktivitas pertambangan intensif di Papua menyebabkan pencemaran lingkungan, terutama air dan udara, dan bagaimana dampaknya terhadap kesehatan masyarakat serta keberlangsungan ekosistem sungai dan laut?
3. Bagaimana ketimpangan ekonomi dan akses terbatas terhadap layanan dasar seperti pendidikan dan kesehatan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinteraksi dengan lingkungan di Papua?

C. Tujuan

1. Menganalisis masalah lingkungan hidup yang dihadapi oleh masyarakat Papua, dengan fokus pada deforestasi, pencemaran lingkungan dari aktivitas pertambangan, dan dampak ketimpangan ekonomi terhadap interaksi manusia dengan lingkungan.
2. Menyajikan pemahaman yang komprehensif tentang konteks geografis, sosial, dan budaya Papua sebagai latar belakang yang mendalam untuk pembahasan masalah lingkungan hidupnya.
3. Membahas implikasi dari masalah lingkungan yang dihadapi oleh Papua terhadap keberlangsungan ekosistem, keanekaragaman hayati, serta kesejahteraan masyarakat lokal, termasuk masyarakat adat.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pelayanan

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

B. Pelayanan Prima

1. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima atau juga disebut sebagai *Excelent Service* adalah sebuah wujud kewajiban atau keharusan dalam industri jasa ataupun dagang saat menemui konsumen atau pelanggan. Di dunia bisnis, terdapat persaingan yang amat tinggi antara penjual satu dengan yang lainnya. Hal tersebut kemudian memaksa para penjual agar wajib menyampaikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya, dikarenakan apabila tidak memberi layanan yang maksimal, tentunya para pelanggan akan berpaling ke perusahaan yang lain. Pelayanan prima berdasarkan Firmansyah (2016), diartikan sebagai pelayanan yang baik dan memuaskan konsumen atau masyarakat atau pemangku kepentingan lainnya.

Pelayanan prima merupakan sebuah usaha pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan menyiapkan, mengelola yang dibutuhkan secara maksimal, sehingga pelanggan mendapatkan sesuatu yang melampaui keinginannya. Lalu menurut (Feddy, 2017) pelayanan prima merupakan sebuah pelayanan terbaik untuk menggenapi ekspektasi dan keperluan konsumen. Dalam kata lain, pelayanan prima merupakan sebuah pelayanan yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Pelayanan prima dapat pula diketahui sebagai pemberian layanan lebih dari yang diinginkan memperhatikan waktu, akurasi, keamanan, kenyamanan, kualitas, kuantitas, tarif, proses, dan kepuasan.

2. Dimensi Pelayanan Prima

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan, yakni kualitas memberi sebuah motivasi khusus bagi para pelanggan agar dapat membentuk hubungan kerja maupun partner yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dengan begitu, perusahaan dapat menumbuhkan kepuasan, yang pada periodenya kepuasan pelanggan dapat mewujudkan kerjasama yang baik antara konsumen dengan perusahaan yang memberi kualitas memuaskan. Menurut Tjiptono, Fandy (2016) terdapat lima aspek yang paling tidak dimiliki oleh pelayanan yakni: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, serta Emphaty.

- a) *Tangible* (berwujud) yaitu terdapat wujud nyata dari fasilitas-fasilitas penyokong, petugas maupun sarana komunikasi yang mendampingi produk tersebut. Karena suatu pelayanan mustahil untuk bisa diraba, dicium, dilihat, maka menjadikan aspek tangible amat penting karena digunakan sebagai tolak ukur terhadap pelayanan.
- b) *Reliability* (keandalan) yaitu kecakapan dalam pemberian layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan. Dimensi ini juga menjadi sangat penting untuk perusahaan terhadap anggota khususnya perusahaan yang berkiprah di bidang jasa. Karena melalui adanya dimensi ini, pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap perusahaan

dari kesanggupan perusahaan tersebut untuk menyediakan pelayanan yang sepadan dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan.

- c) *Responsiveness* (daya tanggap) yakni kemauan para pegawai untuk memberi bantuan kepada pelanggan serta memberi layanan dengan tanggap. Harapan anggota terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat diyakinkan akan mendapat perubahan yang cenderung meningkat dari periode ke periode.
- d) *Assurance* (jaminan) melingkup kepandaian, kompetensi, kesopanan, sifat yang bisa dipercaya yang dimiliki para pegawai, terlepas dari bencana, risiko atau ketidakpastian.
- e) *Empathy* (empati) yaitu mencakup kemudahan dalam melaksanakan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian individual, serta mengerti keperluan pelanggan.

C. Kepuasan Pelanggan atau Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

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

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

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

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

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

- a) Harapan (*expectations*) Harapan pelanggan kepada barang maupun jasa sudah terbantuk sebelum pelanggan membeli barang ataupun jasa tersebut.
- b) Kinerja (*performance*) Pengalaman pelanggan akan kinerja aktual barang maupun jasa saat diaplikasikan tanpa terpengaruh oleh harapan mereka.
- c) Perbandingan (*comparison*) Hal ini dilaksanakan melalui perbandingan antara harapan kinerja barang maupun jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang maupun jasa tersebut.
- d) Pengalaman (*experience*) Pengalaman konsumen akan pemakaian label dari barang ataupun jasa yang berbeda dari individu lain dapat memberi pengaruh terhadap harapan konsumen.

- e) Konfirmasi (*confirmation*) Konfirmasi atau terkonfirmasi terlaksana apabila ekspektasi/ harapan sepadan dengan kinerja aktual produk.

Hipotesis

Ho: “Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan pima terhadap kepuasan pelanggan di Lapo “Toba Nauli”.

Ha: “Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Lapo “Toba Nauli”.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.

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

B. Populasi dan Sampel

- 1). Populasi. Sugiyono (2018) memaparkan bahwa populasi merupakan kawasan generalisasi yang terjalin dari subjek/objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk ditelaah lalu selanjutnya diambil sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi ialah jumlah pelanggan di LAPO “TOBA NAULI selama 3 bulan (April, Mei, Juni 2022) dengan sejumlah 590 orang.
- 2). Sampel. Menurut Sugiyono (2018), “sampel merupakan bagian dari kuantitas serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mengkaji semua yang terdapat populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh melalui populasi tersebut. Kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi adalah yang dipelajari dari sampel. Oleh karena hal tersebut, sampel yang hendak diperoleh melalui populasi diharuskan agar benar- benar *representative* (dapat mewakili). Dalam penelitian ini jumlah sample yang akan diambil adalah 60. Perolehan sampel untuk penelitian berdasarkan Suharsimi Arikunto (2010:112), apabila subjeknya kurang dari 100 orang seyogyanya diambil semuanya. Apabila subjeknya besar atau melebihi 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

C. Teknik Pengumpulan Data.

Pada penelitian ini, penulis memakai beberapa teknik pengumpulan data, yakni teknik observasi, wawancara, studi pustaka serta menyebarkan kuesioner.

D. Teknik Analisa Data.

Agar mengetahui sejumlah besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di LAPO “TOBA NAULI, penulis menggunakan analisis seperti di bawah ini:

- 1) Uji Validitas dan Reliabilitas Menurut Sugiyono (2015) instrumen yang valid artinya alat ukur yang dipergunakan dalam mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut Sugiyono (2015) reliabilitas menunjukkan bahwa kuisoner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur gejala yang sama.
- 2) Uji Normalitas Ghozali (2016) memaparkan uji normalitas diberlakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen serta variabel dependen maupun keduanya memiliki distribusi normal ataupun tak normal maka hasil uji akan mengalami penurunan.
- 3) Uji Regresi Linear Sederhana Menurut Sugiyono (2013) merupakan suatu alat analisis yang digunakan atau mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) serta variabel terikat (Y).
- 4) Uji Corelasi Product Moment Pearson Menurut Sugiyono (2013) analisis ini dipergunakan untuk menemukan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel (bivariate) yang berupa interval maupun ratio, serta sumber data dari dua variabel maupun lebih tersebut ialah sama.
- 5) Uji Koefisien Determinasi. Ghozali, (2016) menjelaskan bahwa koefisien determinasi dipergunakan untuk mengukur sejauh mana intensitas model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen.
- 6) Uji Hipotesis Dengan Uji T dan F Menurut Kuncoro (2013) dalam artikel (Gustiana & Suryana, 2019) menjelaskan bahwa uji T mempunyai maksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam memperlihatkan variabel terikat. Jika signifikansi nilai T terhitung $\leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Menurut Ghozali (2016) uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Seandainya nilai signifikan $\leq 0,05$ maka dikatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Menurut Ghozali (2016) uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Seandainya nilai signifikan $\leq 0,05$ maka dikatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Uji reliabilitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

No.	Variabel	Indikator	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan Hasil
1	Pelayanan prima (X)	Pertanyaan1(X1)	0,495**	0,254	VALID
		Pernyataan2(X2)	0,598**	0,254	VALID
		Pernyataan3(X3)	0,388**	0,254	VALID
		Pernyataan4(X4)	0,541**	0,254	VALID
		Pernyataan5(X5)	0,405**	0,254	VALID
		Pernyataan6(X6)	0,628**	0,254	VALID
		Pernyataan7(X7)	0,646**	0,254	VALID
		Pernyataan8(X8)	0,577**	0,254	VALID
		Pernyataan9(X9)	0,419**	0,254	VALID
		Pernyataan10(X10)	0,343**	0,254	VALID

2	Kepuasan pelanggan (Y)	Pertanyaan1(Y1)	0,730**	0,254	VALID
		Pernyataan2(Y2)	0,649**	0,254	VALID
		Pernyataan3(Y3)	0,787**	0,254	VALID
		Pernyataan4(Y4)	0,501**	0,254	VALID
		Pernyataan5(Y5)	0,523**	0,254	VALID
		Pernyataan6(Y6)	0,486**	0,254	VALID
		Pernyataan7(Y7)	0,717**	0,254	VALID
		Pernyataan8(Y8)	0,649**	0,254	VALID
		Pernyataan9(Y9)	0,787**	0,254	VALID
		Pernyataan10(Y10)	0,411**	0,254	VALID

Sumber: data priimer yang diolah, 2024

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

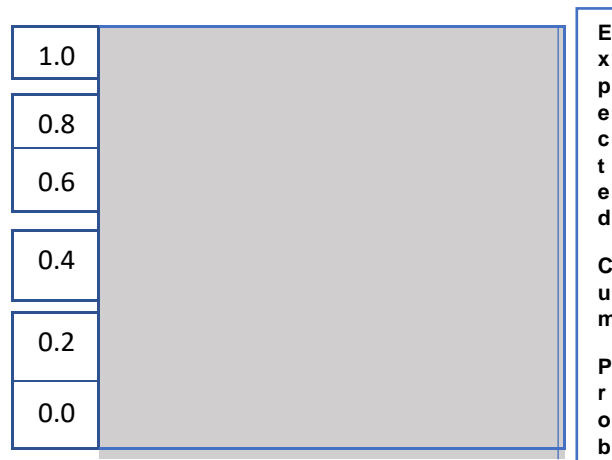
Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Alpha	r Tabel	Keterangan
Pelayanan prima (X)	0,672	0,254	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,821	0,254	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021 Tabel 2 menampilkan nilai Cronbach's Alpha senilai 0,672 yang berarti semua item pernyataan kuesioner pada Variabel X (Pelayanan Prima) reliabel karena memiliki reliabilitas yang disarankan yaitu nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Begitupun untuk nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,821 yang berarti semua item pertanyaan kuisoner pada Variabel Y (kepuasan pelanggan) reliabel.

B. Uji Normalitas

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variabel: Kepuasan pelanggan
0,0 0,2 0,4 0,6 0,8 1,0



Sumber: data priimer yang diolah

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

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

C. Uji Regresi inear Sederhana Coefficientsa

Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients Modelad B Std. Error Beta t Sig.
1 (Constant) 3,975 4,221 ,942 ,350 pelayanan prima ,929 ,097 ,781 9,535 ,000 a.
Dependent Variable: kepuasan pelanggan Sumber: data primer yang diolah,2021 Menurut tabel di atas, Diketahui nilai Constant (a) sebesar 3,975 sedangkan nilai Trust (b / koefisien regresi) sebesar 0,929 maka persamaan regresinya dapat ditulis : $Y = a + Bx$ $Y = 3,975 + 0,929X$

Persamaan tersebut kemudian diterjemahkan :

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

D. Uji Kolerasi Product Moment Pearson

1. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
2. Predictors: (Constant), pelayanan prima

Sumber: data primer yang diolah,2021 Bersumber pada tabel di atas Uji F didapat nilai f-tabel untuk $n=59$ adalah 4,00 Dan f- hitungnya sebesar 90,911 atau $90,911 > 4,00$, maka tingkat kekeliruannya 5% ($\alpha = 0,05$).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

Saran

Dalam rangka menjaga tingkat penerapan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan di LAPO "TOBA NAULI", diharapkan untuk meningkatkan fasilitas kecukupan areal parkir, toilet dan tempat ibadah, seperti membuat suasana Lapo sebagai tempat kuliner menjadi lebih aman dan nyaman, terdapat fasilitas sholat/berdoa dan alokasi parker nyaman guna menjaga tingkat kepercayaan konsumen atau pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton Silaas Sinery, Rusdi Angrianto, Yoseph Y. Rahawarin, dan Hans F.Z Peday, 2012, Potensi dan Strategi Pengelolaan Hutan Lindung Wosi Rendani, Yogyakarta: CV Budi Utama
- Anton Silaas Sinery, Rusdi Angrianto, Yoseph Y. Rahawarin dan Hans F.Z Peday, 2015, Potensi dan Strategi Pengelolaan Hutan Lindung Wosi Rendani, Yogyakarta: Deepublish.
- A.P. Parlindungan, 1990, Komentar atas Undang-Undang Pokok Agraria, Bandung: Mandar Maju
- Bahder Johan Nasution, 1986, Metode Penelitian Ilmu Hukum, Bandung: Mandar Maju
- Bambang Sunggono, 2010, Metode Penelitian Hukum, Jakarta: Rajawali Pers
- Bambang Waluyo, 2002, Penelitian Hukum Dalam Praktek, Jakarta: Sinar Grafika. Baso Madiong, 2017, Hukum Kehutanan: Studi Penerapan, Prinsip Hukum Pengelolaan Hutan Berkelanjutan, Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Depertemen Pendidikan Nasional, 2005, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka.
- Ediwarman, 2003, Perlindungan Hukum Bagi Korban Kasus-Kasus Pertanahan, Medan: Pustaka Bangsa press
- Effendi Perangin, 1986, Hukum Agraria di Indonesia, suatu telaah dari Sudut Pandang Praktisi Hukum, Jakarta: CV. Rajawali.
- Harun Al-Rashid, 1986, Sekilas Tentang Jual-Beli Tanah (Berikut Peraturan- Peraturannya), Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Herlien Boediono, 2011, Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan penerapannya di Bidang Kenotariatan, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.