

PENGARUH PENGEMBANGAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDY KASUS PADA URIP URUP TOUR & TRAVEL)

Nuzulul Hidayati, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas
Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: nuzululhidayati165@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena seiring dengan munculnya perusahaan jasa dibidang transportasi khususnya Rental, yang membuat masyarakat semakin banyak yang menjadikannya sebagai mata pencaharian. Semakin ramainya permintaan seseorang untuk menggunakan biro jasa rental mobil agar mendapatkan kenyamanan dalam perjalanan tentu membuat banyak bermunculan usaha-usaha biro jasa. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kemampuan terhadap kepuasan konsumen sebesar 2.340 dengan t tabel 1,985 tidak berpengaruh signifikan antara variabel sikap terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.099 dengan t tabel 1.985, tidak berpengaruh signifikan antara variabel penampilan terhadap kepuasan konsumen sebesar -0.913 dengan t tabel 1,985, tidak berpengaruh signifikan antara variabel perhatian terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.546 dengan t tabel 1.985, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel tindakan terhadap kepuasan konsumen sebesar 15.635 dengan t tabel 1.985, dan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel tanggungjawab terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.149 dengan t tabel 1.985.

Kata Kunci : Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted because along with the emergence of service companies in the field of transportation, especially Rental, which makes more and more people who make it a livelihood. The increasingly crowded demand for someone to use a car rental service bureau in order to get comfortable on the trip certainly makes a lot of business services popping up popping up. The results showed that there was a positive and significant effect between the variables of ability to customer satisfaction of 2.340 with t tabel 1.985 not significantly influence between attitudes to customer satisfaction variables of 0.099 with t tabel of 1.985, no significant effect between appearance variables on customer satisfaction of -0.913 with t tabel 1.985, there is no significant effect between the attention variables on customer satisfaction by 0.546 with t tabel 1.985, there is a positive and significant effect between the variables of action to customer satisfaction by 15.635 with t tabel 1.985, and there is no significant effect between the responsibility variabel on consumer satisfaction amounted to 0.149 with t tabel 1.985.

Keywords: Excellent Service To Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Transportasi di negara ini sudah banyak yang membuka bisnis untuk memudahkan perjalanan kita sehingga sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Maka biro jasa rental mobil ini sangat diperlukan untuk mengantarkan seseorang atau sebuah kelompok individu ke tempat tujuan yang ingin dituju.

Menghadapi persaingan antar berbagai jasa rental mobil yang semakin ketat, saat ini telah di kembangkan dalam berbagai konsep pelayanan dengan tujuan untuk dapat mempertahankan konsumen. Perusahaan rental agar mendapatkan citra yang positif maka perusahaan rental harus memiliki karyawan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

Konsumen pun saat ini juga sudah dapat memilih dan memilah mana yang telah memberikan pelayanan yang terbaik untuk dapat memberikan keuntungan dan kepuasan yang lebih baik.

Sehubungan dengan hal tersebut maka perusahaan rental menentukan pelayanan prima yakni kemampuan, sikap, penampilan perhatian, tindakan, tanggungjawab. Kepuasan konsumen akan lebih mudah di penuhi kalau karyawan perusahaan rental lebih mengenal sifat dan karakter dari para konsumen.

Pelayanan yang di berikan oleh pihak perusahaan rental haruslah dapat mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan perusahaan rental kepada konsumen. Hal ini di lakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan konsumen.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan rental dalam hubungan nya dengan kepuasan konsumen adalah pelayanan prima. Dimana menurut Barata (2003:25) bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk dapat memberikan pelayanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen atau pelanggan.

Mengukur pelayanan prima dan hubungannya dengan konsumen maka menurut Nyoman Suparmanti Asih (2016) yang meneliti Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja yang mengatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) dapat di ukur dengan 6 (enam) unsur pokok yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab.

Urip Urup Tour & Travel adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa rental mobil. Hal ini untuk dapat meningkatkan konsumen, maka perlunya di lakukan penilaian mengenai pelaksanaan pelayanan prima dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Pelayanan yang di berikan oleh Urip Urup Tour & Travel sudah sanat baik, kualitas juga sangat di perhatikan oleh pihak rental mobil tersebut, sehingga banyak pelanggan yang merasa sangat nyaman berlangganan dengan Urip Urup Tour & Travel.

Adanya covid-19 ini perusahaan Urip Urup Tour & Travel mulai berkurang dan hampir tidak semua mobil keluar, akan tetapi masih ada beberapa yang di sewa.

Berdasarkan beberapa hal diatas untuk dapat mengetahui pengaruh pelayanan prima yang di lakukan oleh Urip-Urip Tour & Travel terhadap kepuasan konsumen. Hal ini yang menjadi alasan peneliti untuk memilih judul

penelitian yaitu sebagai berikut: “PENGARUH PENGEMBANGAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. STUDY KASUS (PADA URIP URUP TOUR & TRAVEL)”. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah;

1. Apakah kemampuan dalam Pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah sikap dalam Pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah penampilan dalam Pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah perhatian dalam Pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah tindakan dalam Pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
6. Apakah tanggung jawab dalam Pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
7. Apakah kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab dalam pengembangan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

Tujuan penelitian ini adalah menjawab semua yang tertera pada eumusan masalah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian jasa

Pengertian jasa sendiri menurut Hardini (2019:04), jasa adalah kegiatan tidak berwujud yang dapat di identifikasikan secara terpisah dan memberikan keputusan dari suatu keinginan.

Karakteristik Jasa

Merujuk pada karakteristik pemasaran jasa pada umumnya sebagaimana dikemukakan oleh Kotler (2002:143), maka karakteristik pemasaran jasa dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) *Intangibility* (Tidak berwujud)
- 2) *Inseparability* (tidakterpisahka)
- 3) *Inconsistency* (keanekaragama)
- 4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Pengertian Pelayanan

Menurut Philip Kotler (2001: 152) 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 pemilihan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Pelayanan Prima

Memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan konsumen, pihak travel dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima yang dijelaskan oleh Barata (2003:31). Variabel Pelayanan Prima tersebut ialah :kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Tanggungjawab (*Accountability*).

- a. Kemampuan Menurut Barata (2003:31) Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tersebut mutlak di perlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang di tekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motifasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.
- b. Sikap Menurut Barata (2003:31) Setiap insan memiliki perilaku yang harus di tonjolkan ketika mendapati pelanggan yang dapat di sesuaikan dengan kondisi dan kemampuan pengguna jasa.
- c. Pampilan Menurut Barata (2003:32) Pampilan adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain
- d. Perhatian Menurut Barata (2003:32) perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.
- e. Tindakan Menurut Barata (2003:32) Tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang harus di lakukan dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Dimana para pegawai jika melakukan sesuatu harus di lakukan dengan tindakan- tindakan yang tergolong kepada perbuatan yang nyata untuk dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- f. Tanggungjawab Menurut Barata (2003:32) tanggungjawab yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sehingga wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2001:46) kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen setelah membandingkan hasil yang di rasakan dengan harapannya.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2001:46) kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen setelah membandingkan hasil yang di rasakan dengan harapannya.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hawkins dn Lonney dalam Tjiptono (2004:101) yaitu sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja pelayanan yang di harapkan oleh konsumen
- 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau layanan yang telah di rasakan kepada teman atau keluarga

Hipotesis

Menurut Arikunto (2013:110) hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Urip Urup Tour & Travel yang terletak pada Jalan Teluk Bayur No. 18A Kel. Pandanwangi Kec Blimbing.

Variabel dan Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2011:38) variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut. Kemudian di Tarik kesimpulan nya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Variabel Independen (X): kemampuan (X1), sikap (X2), penampilan (X3), perhatian (X4), tindakan (X5), tanggungjawab (X6)

Variabel dependen (Y) : kepuasan konsumen

Populasi Dan Sampel

Populasi yang akan di gunakan untuk memenuhi penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa tour & travel dalam perusahaan ini dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki dan termasuk semua usia mulai dewasa sampai tua. Populasi dalam penelitian ini tidak di ketahui jumlahnya.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96.04 responden, dengan ini peneliti mengambil dengan membulatkan menjadi 100 responden. Responden di dapat dengan menggunakan rumus lemeshow, dan teknik yang di gunakan yaitu *purposive sampling*

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Cara yang di lakukan untuk pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang sedang di teliti. Observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai Pengaruh Pengembangan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan konsumen. Study Kasus (Pada urip-urip tour & Travel). Dengan menggunakan alat kuisioner.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pencatatan data yang di peroleh dari konsumen yang menggunakan jasa di Urip-urip Tour & Travel. Dalam melakukan penelitian ini untuk mendokumentasikannya dengan melihat persentase atau jumlah konsumen yang telah puas dalam menggunakan alat transportasi yang sedang di sewa dari biro jasa travel tersebut.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah daftar yang berisi tentang pertanyaan yang akan di ajukan oleh peneliti kepada responden yang harus di isi , dengan hal ini peneliti akan melakukan pembagian kuesioner kepada konsumen Urip-urip Tour & Travel ini.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2005:45) uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument kuesioner yang di gunakan dalam pengumpulan data. uji validitas digunakan untuk melihat tidaknya masing-masing instrument terhadap item total (skor

total), perhitungan di lakukan dengan menggunakan cara mengkorelasikan antara skor item-item dengan skor total item. Valid tidaknya suatu item dapat di ketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Untuk mengetahui apakah variabel berpengaruh itu signifikan atau tidak, maka r hitung tersebut perlu dibandingkan dengan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dengan r tabel, maka berpengaruh signifikan sehingga instrumen dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:55) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. berkaitan dengan derajat konsistensi data dan stabilitas data atau temuan.

$$r_{it} = \frac{(k)}{k-1} \frac{(1 - \sum ab^2)}{a^2}$$

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) normalitas berfungsi untuk menguji model regresi yang digunakan dalam penelitian, variabel pengganggu memiliki distribusi data yang normal.

Uji normalitas di gunakan dengan menguji nilai residual dari persamaan regresi dengan menggunakan uji *kolomogrof-smirnov*. Uji ini menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data yang normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2015:275) Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimna keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel indenpenden sebagai faktor preditor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minial 2 (dua). Persamaan regresi untuk enam variabel adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2016:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas (*independen*) secara individual terhadap variabel terikat (*dependen*).

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Uji t mempunyai nilai signifikansi = α 5% atau 0,05. Berikut rumus uji t

$$t = r \frac{\sqrt{n-m}}{1-r^2}$$

Uji Simultan (uji F)

Menurut Ghazali (2016:98) menyatakan uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independen*) yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependen*).

Penelitian ini menggunakan uji F untuk menganalisis apakah pelayanan prima (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). berikut rumus uji F

$$F_{hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

PEMBAHASAN PENELITIAN

Sejarah Perusahaan

Perusahaan Urip Urip Tour & Travel pada awalnya di tahun 2015 bekerja sama dengan rental yang berada di kota Malang dan hanya memiliki 1 unit mobil saja. Mereka bekerja sama selama 2 tahun, dan hasil yang diperoleh selama bekerja sama telah dikumpulkan dan dibuat modal perusahaan Urip Urip Tour & Travel untuk membeli mobil lagi sebanyak 2 unit. Pada tahun 2018 Urip Urip Tour & Travel berdiri sendiri dengan memiliki 17 unit mobil dan mobil tersebut milik pribadi Urip Urip Tour & Travel dan sebagian mobil merupakan investasi dari beberapa orang.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas Data

Tabel 1 Uji Validitas Data

Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X1.1	0.195	0.770	Valid
X1.2	0.195	0.629	Valid
X1.3	0.195	0.789	Valid
X1.4	0.195	0.570	Valid
Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X2.1	0.195	0.802	Valid
X2.2	0.195	0.708	Valid
X2.3	0.195	0.770	Valid
Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X3.1	0.195	0.800	Valid

X3.2	0.195	0.709	Valid
X3.3	0.195	0.758	Valid

Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X4.1	0.195	0.802	Valid
X4.2	0.195	0.703	Valid
X4.3	0.195	0.770	Valid
Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X5.1	0.195	0.849	Valid
X5.2	0.195	0.842	Valid
Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
X6.1	0.195	0.798	Valid
X6.2	0.195	0.697	Valid
X6.3	0.195	0.752	Valid
Indikator	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
Y.1	0.195	0.576	Valid
Y.2	0.195	0.471	Valid
Y.3	0.195	0.651	Valid
Y.4	0.195	0.722	Valid
Y.5	0.195	0.761	Valid
Y.6	0.195	0.641	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dapat diketahui bahwa variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6 dan Y adalah valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas Data

Tabel 2 Uji Reliabilitas Data

Item	Cronboach alpha	Keterangan
Kemampuan	0.647	Reliabel
Sikap	0.635	Reliabel
Penampilan	0.621	Reliabel
Perhatian	0.635	Reliabel
Tindakan	0.601	Reliabel
Tanggungjawab	0.609	Reliabel
Kepuasan konsumen	0.718	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa X1, X2, X3, X4, X5, X6 dan Y reliabel karena nilai *Alpha Cronbach* > 0.60.

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. dasar pengambilan keputusan pada uji Kolmogorov semirnov yaitu, jika nilai signifikan diatas 0.05 berarti nilai residual terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan dibawah 0.05 maka nilai residual tidak terbukti normal. Berdasarkan dari pengambilan keputusan pada

uji Kolmogorov semirnov dapat dinyatakan data telah terdistribusi dengan normal dimana dapat di ketahui nilai sig lebih besar dari pada 0.05 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200

Hasil Analisis Regresi Berganda

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 7.731, dengan asumsi jika kemampuan (X1), sikap (X2), penampilan (X3), perhatian (X4), tindakan (X5), tanggungjawab (X6) = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 7.731.

b. Koefisien regresi kemampuan (X1)

Nilai koefisien regresi untuk variabel kemampuan (X1) sebesar 0.183. Yang merupakan besaran dari kemampuan terhadap kepuasan konsumen, dengan asumsi jika dalam variabel kemampuan bertambah satu-satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.183.

c. Koefisien regresi sikap (X2)

Nilai koefisien regresi untuk variabel sikap (X2) sebesar 0.008. Yang merupakan besaran dari sikap terhadap kepuasan konsumen, dengan asumsi jika dalam variabel sikap bertambah satu-satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.008.

d. Koefisien regresi penampilan (X3)

Nilai koefisien regresi untuk variabel penampilan (X3) sebesar -0.074. Yang merupakan besaran dari penampilan terhadap kepuasan konsumen, dengan asumsi jika dalam variabel penampilan bertambah satu-satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar -0.074.

e. Koefisien regresi perhatian (4)

Nilai koefisien regresi untuk variabel perhatian (X4) sebesar 0.044. Yang merupakan besaran dari perhatian terhadap kepuasan konsumen, dengan asumsi jika dalam variabel perhatian bertambah satu-satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.044.

f. Koefisien regresi tindakan (X5)

Nilai koefisien regresi untuk variabel tindakan (X5) sebesar 1.705. Yang merupakan besaran dari tindakan terhadap kepuasan konsumen, dengan asumsi jika dalam variabel tindakan bertambah satu-satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 1.705.

g. Koefisien regresi tanggungjawab (X6)

Nilai koefisien regresi untuk variabel tanggungjawab(X6) sebesar 0.021. Yang merupakan besaran dari tanggungjawab terhadap kepuasan konsumen, dengan asumsi jika dalam variabel tanggungjawab bertambah satu-satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.021.

Model	B	Std.		Beta	t	Sig.
		Error				
1 (Constant)	7.731	2.176			3.553	.001
TotalX1	.183	.078	.125	2.340	.021	
TotalX2	.008	.082	.005	.099	.921	
TotalX3	-.074	.082	-.045	-.913	.364	
TotalX4	.044	.081	.027	.546	.586	
TotalX5	1.705	.109	.834	15.635	.000	
TotalX6	.012	.081	.007	.149	.882	

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Model	B	Std.		Beta	t	Sig.
		Error				
1 (Constant)	7.731	2.176			3.553	.001
TotalX1	.183	.078	.125	2.340	.021	
TotalX2	.008	.082	.005	.099	.921	
TotalX3	-.074	.082	-.045	-.913	.364	
TotalX4	.044	.081	.027	.546	.586	
TotalX5	1.705	.109	.834	15.635	.000	
TotalX6	.012	.081	.007	.149	.882	

a. Dapat diketahui bahwa uji t hitung kemampuan terhadap kepuasan konsumen sebesar 2.340 dengan t tabel 1,985 karena t hitung > t tabel (2.340>1,985) dan tingkat signifikan 0,021 lebih kecil dari 0.05 sehingga Ho ditolak dan H1 diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen.

b. Dapat diketahui bahwa uji t hitung sikap terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,099 dengan t tabel 1,985 karena t hitung < t

tabel ($0,099 < 1,985$) dan tingkat signifikan $0,921$ lebih besar dari $0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa variabel sikap tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- c. Dapat diketahui bahwa uji t hitung penampilan terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,913$ dengan t tabel $1,985$ karena t hitung $> t$ tabel ($0,913 > 1,985$) dan tingkat signifikan $0,364$ lebih besar dari $0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_3 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa variabel penampilan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Dapat diketahui bahwa uji t hitung perhatian terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,546$ dengan t tabel $1,985$ karena t hitung $< t$ tabel ($0,546 < 1,985$) dan tingkat signifikan $0,586$ lebih besar dari $0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_4 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa variabel perhatian tidak berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen.
- e. Dapat diketahui bahwa uji t hitung tindakan terhadap kepuasan konsumen sebesar $15,635$ dengan t tabel $1,985$ karena t hitung $> t$ tabel ($15,635 > 1,985$) dan tingkat signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_5 diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel tindakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- f. Dapat diketahui bahwa uji t hitung tanggungjawab terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,146$ dengan t tabel $1,985$ karena t hitung $< t$ tabel ($0,146 < 1,985$) dan tingkat signifikan $0,882$ lebih besar dari $0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_6 ditolak, dan dapat disimpulkan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	558.109	6	93.018	55.940	.000 ^b
Residual	154.641	93	1.663		
Total	712.750	99			

bahwa variabel tanggungjawab tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Secara Simultan)

Berdasarkan penelitian ini sig. F $0,000 < 0,05$ dengan F hitung $> F$ tabel = $55,940 > 2,20$ maka hipotesis dapat diterima bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat yang di analisis yaitu kemampuan, sikap, penampilan,

perhatian, tindakan, tanggungjawab terhadap kepuasan konsumen pada Urip Urup Tour & Travel.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Urip Urup Tour & Travel, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji t terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kemampuan (X_1) dan tindakan (X_5). Hal ini ditunjukkan untuk variabel kemampuan dengan uji t didapat nilai t hitung $2,340 > t$ tabel $1,985$ dengan sig sebesar $0,021$ dimana sig $t < 0,05$ dan variabel perhatian dengan uji t didapat nilai t hitung $15,635 > 1,985$ dengan sig sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa kemampuan (X_1) dan tindakan (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat juga hasil variabel yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan antara variabel sikap (X_2), penampilan (X_3), perhatian (X_4), dan tanggungjawab (X_6) terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan untuk variabel sikap uji t didapat nilai t hitung $0,099 < t$ tabel $1,985$ dengan sig sebesar $0,921$ dimana sig $t > 0,05$, variabel penampilan uji t didapat nilai t hitung $-0,913 < t$ tabel $1,985$ dengan sig sebesar $0,364$ dimana sig $t > 0,05$, variabel tindakan uji t didapat nilai t hitung $0,546 < t$ tabel $1,985$ dengan sig sebesar $0,586$ dimana sig $t > 0,05$, dan variabel tanggungjawab uji t didapat nilai t hitung $1,149 < t$ tabel $1,985$ dengan sig sebesar $0,882$ dimana sig $t > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, yang berpengaruh hanya ada dua variabel saja dan yang paling tinggi pengaruhnya yaitu variabel tindakan yang menunjukkan bahwa dimana perusahaan Urip Urup Tour & Travel memiliki karyawan yang mampu untuk melakukan penjelasan secara jelas terhadap konsumen yang kurang memahami dan memiliki karyawan yang sangat cekatan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen, dimana hal ini semua sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Saran

1. Bagi Rental Urip Urup Tour & Travel

- a. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan

- kepada perusahaan, sebaiknya mempertahankan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam memberikan penjelasan kepada konsumen, agar konsumen senang menggunakan jasa travel di Urip Urup Tour & Travel.
- b. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti juga menyarankan supaya tindakan yang dilakukan oleh karyawan tetap dipertahankan dalam melakukan pelayanan dan memberikan informasi. Agar konsumen tidak merasa jenuh dan tetap nyaman dalam menggunakan jasa travel.
 - c. Perusahaan sebaiknya mempertahankan pelayanan prima yang diberikan kepada konsumen sehingga tujuan yang sudah direncanakan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dapat tercapai. Karyawan selalu diberikan evaluasi untuk memperbaiki setiap dimensi apabila ada penurunan bisa meningkatkan dan jika sudah memenuhi kepuasan konsumen dapat dipertahankan sehingga tetap konsisten dalam memberikan pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih luas dan dalam lagi mengenai pemasaran yang lebih berfokus pada pelayanan prima dan kepuasan konsumen, dan apabila ada kekurangan diharapkan bisa diperbaiki dan lebih disempurnakan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Kusmindari Desi. Ch, Alfian Achmad & Hardini Septa. (2019). *Producton Planing and Inventory Control*. Yogyakarta: Depublish.
- Kotler Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jilid 2*. Jakarta : Pt Prenhalindo

- Atep Adya Barata. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fandy Tjiptono. (2004). *Menejemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Metode penelitian Administrasi*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta : Kencana
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis multivariate IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS. Edisi Ke-5*. Semarang: Universitas diponegoro.