

**ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI WULING ARISTA
LAMPUNG**

Tugas Akhir

Oleh

FIYA SALSABILA

NPM 2306061006



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2026

**ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI WULING ARISTA
LAMPUNG**

**Oleh
FIYA SALSABILA**

**Tugas Akhir
Sebagai Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Ahli Madya (A.Md)**

**Pada
Program Studi Administrasi Perkantoran
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2026

ABSTRACT

ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI WULING ARISTA LAMPUNG

Oleh

Fiya Salsabila

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari *Customer Relationship Officer (CRO)*, *Service Advisor (SA)*, *Sales Counter*, dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima telah diterapkan melalui aspek sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*). Karyawan memberikan pelayanan yang ramah, sopan, profesional, serta responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan. Penerapan pelayanan prima tersebut mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang tercermin dari terpenuhinya harapan dan pengalaman pelayanan yang positif. Namun, masih terdapat kendala berupa perbedaan harapan pelanggan terhadap kecepatan layanan. Dengan demikian, penerapan pelayanan prima berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, Sikap, Perhatian, Tindakan

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF EXCELLENT SERVICE IN IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION AT WULING ARISTA LAMPUNG

By

Fiya Salsabila

This study aims to analyze the implementation of excellent service in improving customer satisfaction at Wuling Arista Lampung and identify the obstacles encountered. The study used a descriptive qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research informants consisted of Customer Relationship Officers (CROs), Service Advisors (SAs), Sales Counters, and customers. The results indicate that excellent service has been implemented through aspects of attitude, attention, and action. Employees provide friendly, polite, professional service, and are responsive to customer needs and complaints. The implementation of excellent service has been able to increase customer satisfaction, as reflected in fulfilled expectations and positive service experiences. However, obstacles remain in the form of differences in customer expectations regarding service speed. Therefore, the implementation of excellent service plays a crucial role in improving customer satisfaction at Wuling Arista Lampung.

Keywords: Excellent Service, Customer Satisfaction, Attitude, Attention, Action

**Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENERAPAN PELAYANAN
PRIMA DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN PELANGGAN DI WULING
ARISTA LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Triya Salsabila

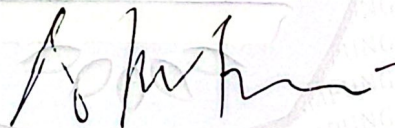
Nomor Pokok Mahasiswa : 2306061006

Program Studi : Diploma III Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

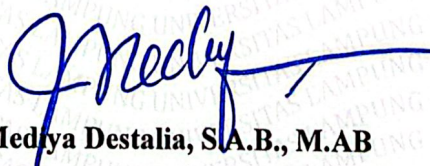
Pembimbing Utama



Dini Mustika Buana Putri, M.AB.

NIP. 199103212025062001

Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran



Medya Destalia, S.A.B., M.AB

NIP. 198512152008122002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dini Mustika Buana Putri, M.AB. (.....)

NIP. 199103212025062001

Penguji Utama : Suprihatin Ali, S. Sos., M.Sc. (.....)

NIP. 187409182001121001

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustiana Zainal, S. Sos., M. Si

NIP. 197502042000121001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir: 09 Juni 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fiya Salsabila
NPM : 2306061006
Program Studi : Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Penerapan Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Wuling Arista Lampung” adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) maupun dibuatkan orang lain. Apabila ditemukan dari hasil penelitian Tugas Akhir saya terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 09 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Fiya Salsabila

NPM 2306061006

RIWATAT HIDUP



Penulis Bernama Fiya Salsabila lahir pada tanggal 19 April 2005 di Desa Sidorejo, Pekon Paku Negara, Kecamatan Pesisir Selatan, Kabupaten Pesisir Barat. Putri pertama dari Bapak Suherman Gunawan dan Ibu Muntamah. Penulis pertama kali menempuh Pendidikan pada usia 4 tahun di RA Nurul Fikri Tabak Jaya pada tahun 2009 hingga 2010.

Penulis kemudian melanjutkan Sekolah Dasar di SDN 04 BIHA pada tahun 2011-2017. Penulis kemudian menyelesaikan jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP TMI Roudlatul Qur'an Metro pada tahun 2020, kemudian pada tahun yang sama penulis menempuh Pendidikan Sekolah Menengah ke Atas di SMAS TMI Roudlatul Qur'an Metro dan mengambil peminatan IPA kemudia selesai pada tahun 2023.

Pada tahun yang sama yaitu 2023 penulis terdaftar dan menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Ahli Madya (A.Md) melalui jalur Seleksi Nasional Berbasis Tes (SNBT). Selama pendidikan di Perguruan Tinggi penulis telah menyelesaikan mata kuliah dengan baik dan telah menyelesaikan program dalam perguruan tinggi, yaitu dengan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) atau magang di Wuling Arista Lampung selama 6 bulan sebagai bentuk turun lapangan mahasiswa di dunia kerja terhitung sejak 1 Juli 2025 – 15 Desember 2025.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrohim

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan nikmat-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Karya ini dipersembahkan kepada:

Ayahanda Suherman Gunawan dan Ibunda Muntamah

Yang selalu mendoakan dan memberikan nasihat. Terima kasih banyak atas segala perjuangan Bapak dan Mamak, sehingga saya dapat melanjutkan Pendidikan hingga sampai pada tahap ini. Semoga Bapak dan Mamak selalu diberikan Kesehatan, hingga saya dapat membanggakan kalian.

Keluarga Besar dan Sahabat-Sahabat saya:

Yang selama ini selalu memberikan motivasi dan mendoakan demi kelancaran atas perjuangan saya.

Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, dan Seluruh Staf Jurusan Ilmu Administrasi Perkantoran Universitas Lampung:

Yang sangat berjasa dalam memberikan saran, bantuan, dan terima kasih karena sudah membagikan ilmunya untuk bekal saya di masa mendatang.

Untuk Diriku Sendiri:

Terima kasih telah berjuang dan berusaha sejauh ini. Terima kasih atas semua pencapaian, perjuangan dan pengorbanan dalam melawan ego dan mood yang tidak menentu selama penulisan Tugas Akhir ini.

Almometer yang saya cintai dan saya bangggakan

Universitas Lampung

MOTTO

“Aku mampu bertahan dan terus melangkah karena Allah tak pernah berhenti menhadirkan harapan, bahkan setelah aku terpuruk dan jatuh berkali-kali, bahkan dalam keadaan diri yang penuh dosa ini. Mustahil Allah membawaku sejauh ini hanya untuk gagal, sebab aku yakin bahwa keberhasilan bukanlah milik orang pintar, melainkan milik mereka yang tak pernah berhenti berusaha.”

~Andhini Noer Saparina

SANWACANA

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala Rahmat, hidayah serta memberikan kemudahan dan kelancaran kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Penerapan Pelayanan Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Wuling Arista Lampung**”. Tugas Akhir ini di buat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang perkuliahan program studi Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung untuk mencapai gelar Ahli Madya (A.MD). Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak berhasil tanpa bantuan, bimbingan, serta motivasi dari beberapa pihak. Untuk itu, penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung telah memberi dukungan, bimbingan serta motivasi selama ini dan pada kesempatan kali ini secara khusus penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos.,M.Sc Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Sc. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si., Selaku Dekan Bidang Umum dan Keuangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP.,M.A. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
5. Ibu Mediya Destalia, S.AB., M.AB. Selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran, sekaligus selaku dosen pembimbing akademik.

6. Ibu Dini Mustika Buana Putri, M.AB., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan saran, dukungan dan arahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Diploma III Administrasi Perkantoran yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
8. Ibu Fenny Puspita, selaku Petugas Pendamping Lapangan (PPL) yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama melakukan kegiatan magang di Wuling Arista Lampung.
9. Bapak Perdana Okta Sadewa serta Ibu Rara Arifa, selaku staf Administrasi yang telah membimbing serta mendampingi dan yang telah banyak memberikan informasi selama magang di Wuling Arista Lampung.
10. Seluruh pegawai Wuling Arista Lampung yang telah bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
11. Kedua orang tua penulis, Bapak Suherman Gunawan dan Ibu Muntamah yang tiada henti mendoakan, dan menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.
12. Teman seangkatan sekaligus sahabat yang ada dalam grup Muli-muli, yang senantiasa selalu saling memberikan semangat. Terima kasih karena sudah menjadi patner baik banyak membantu dan menemani setiap proses penulisan Tugas Akhir ini.
13. Kepada *the member of fourteen girs*, terima kasih karena telah selalu mengapresiasi sekecil apapun pencapaian penulis.
14. Terakhir untuk diriku sendiri, wanita sederhana bermimpi selangit Fiya Salsabila terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dengan kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun tetap dijalani dan berhasil dilalui, terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi diluar prediksi, terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah menghadapi tekanan tapi tetap diperjuangkan. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang tuhan berikan. Dan ribuan terima kasih diucapkan kepada diri sendiri karena mampu mempertanggung jawabkan

semua kepercayaan yang sudah diberikan termasuk menyelesaikan tugas akhir ini sampai selesai dengan jerih payah sendiri.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bandaar lampung, 09 Juni 2026

Fiya Salsabila

NPM 2306061006

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pelayanan Prima	8
2.1.1 Pengertian Pelayanan Prima.....	8
2.1.2 Tujuan Pelayanan Prima	9
2.1.3 Manfaat Pelayanan Prima	10
2.1.4 Indikator Pelayanan Prima	11
2.1.5 Macam-macam Pelayanan Prima.....	12
2.1.6 Ciri-ciri Pelayanan Prima.....	13
2.1.7 Kualitas Pelayanan Prima	14
2.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15

2.2.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
2.3	Penelitian Terdahulu.....	17
2.4	Kerangka Pemikiran.....	19
III.	METODE PENELITIAN.....	22
3.1	Jenis Penelitian.....	22
3.2	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	22
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	22
3.2.2	Waktu Penelitian.....	23
3.3	Sumber Data.....	23
3.3.1	Data Primer.....	23
3.3.2	Data Sekunder.....	23
3.4	Teknik Penentuan Informan.....	24
3.5	Fokus Penelitian.....	26
3.6	Teknis Pengumpulan Data.....	26
3.7	Teknik Analisis Data.....	28
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1	Sejarah Wuling Arista Lampung.....	29
4.1.2	Visi dan Misi Wuling Arista Lampung.....	30
4.1.3	Jenis Perusahaan.....	32
4.1.4	Logo Wuling Arista Lampung.....	32
4.1.5	Struktur Organisasi Wuling Arista Lampung.....	32
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Sikap (<i>attitude</i>).....	39
4.2.2	Perhatian (<i>attention</i>).....	41
4.2.3	Tindakan (<i>action</i>).....	44
4.2.4	<i>Overall Satisfaction</i> (Kepuasan Keseluruhan).....	46
4.2.5	<i>Expectation Satisfaction</i> (Kepuasan Terhadap Harapan).....	48
4.2.6	<i>Experience Satisfaction</i>	

(Kepuasan Berdasarkan Pengalaman).....	50
4.3 Pembahasan.....	53
4.3.1 Penerapan Pelayanan Prima di Wuling Arista Lampung.....	53
4.3.2 Kepuasan Pelanggan di Wuling Arista Lampung	58
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Rating Google Reviews.....	5
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Table 3.1 Data Informan	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar penjualan merk terlaris secara detail 2025	3
Gambar 1.2 Grafik penjualan mobil listrik nasional 2025	3
Gambar 1.3 Grafik mobil lelang di Lampung	4
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	21
Gambar 4.1 Wuling Arista Lampung	30
Gambar 4.2 Logo wuling Arista Lampung	31
Gambar 4.3 Struktur organisasi wuling Arista Lampung.....	31

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah pesatnya industri otomotif di Indonesia, tingginya tingkat persaingan merek mobil saat ini membuat strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan menjadi lebih dinamis. Kendaraan transportasi memegang peranan krusial dalam mobilitas masyarakat modern, terutama di kota-kota besar yang padat penduduk (Felyashafa *et al.*, 2023). Pilihan masyarakat untuk menggunakan kendaraan didorong oleh 8 faktor yaitu keselamatan, keamanan, kehandalan, kenyamanan, kebersihan, waktu tempuh, biaya, dan aksesibilitas (Sugiyanto *et al.*, 2021). Dari 8 faktor yang ada, banyak orang lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi, terutama mobil untuk mempermudah dan meningkatkan efisiensi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Kondisi tersebut menyebabkan permintaan terhadap mobil terus meningkat dari tahun ke tahun, yang menjadi hal yang menguntungkan bagi pelaku industri otomotif (Felyashafa *et al.*, 2023).

Dengan pesatnya perkembangan dalam dunia perdagangan yang semakin kompetitif, perusahaan harus berusaha lebih untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk mereka. Selain fokus pada produk, perusahaan juga harus memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Layanan dianggap baik jika dapat memenuhi harapan pelanggan dan mereka merasa senang dengan apa yang diterima. Oleh karena itu, pelayanan prima sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang dijual (Wulandari & Silalahi, 2024).

Pelayanan prima adalah suatu pendekatan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan yang melibatkan penyediaan layanan dengan kualitas tinggi, efisiensi, serta perhatian yang mendalam terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dalam konteks organisasi, pelayanan prima tidak hanya berfokus pada aspek teknis atau produk yang ditawarkan, tetapi juga melibatkan sikap, interaksi, dan proses pelayanan yang menyeluruh yang bertujuan menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan bahkan melebihi ekspektasi mereka (Natali *et al.*, 2025).

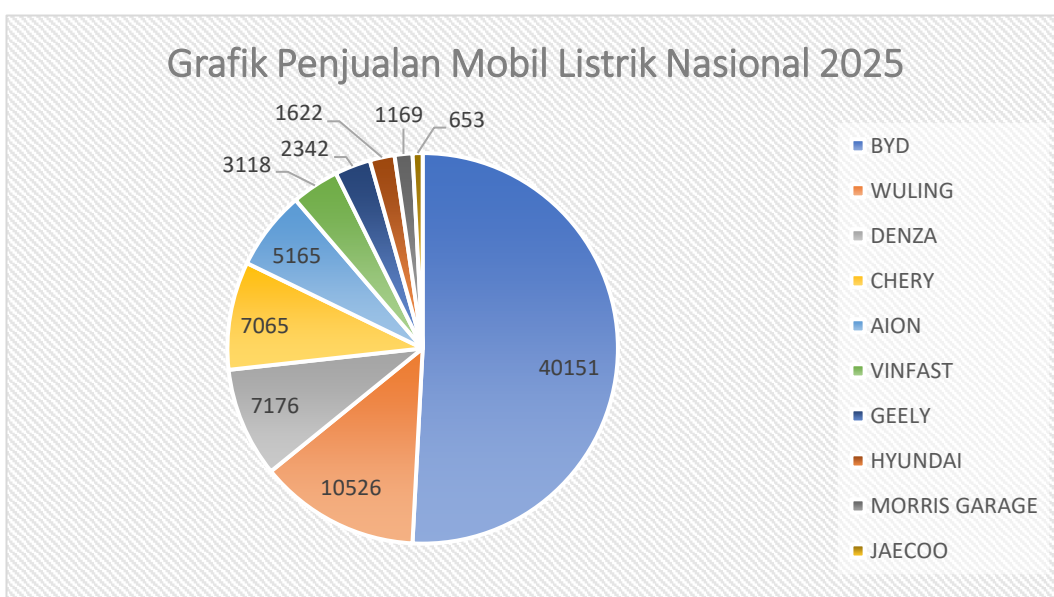
Kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana persepsi kinerja produk atau layanan sesuai dengan harapan pelanggan. Jika kinerja produk atau layanan melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang, jika sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, dan jika di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas atau kecewa. Konsep ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau layanan, tetapi juga pada harapan pelanggan sebelum menerima produk atau layanan tersebut (Kotler dan Keller, dalam Jumawan & Prasetyo, 2024). Menurut Prasetyo & Yani (2020), Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang terpuaskan akan menjadi pelanggan yang loyal. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila harapan sesuai dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan pelanggan tinggi apabila nilai yang dirasakan melebihi harapan pelanggan.

Salah satu perusahaan otomotif yang turut meramaikan persaingan industri mobil di Indonesia adalah Wuling. Wuling masuk dalam daftar 10 merek mobil terlaris secara retail April 2025 (GAIKINDO, 2025). Berikut adalah grafik daftar merek mobil terlaris secara retail April 2025:



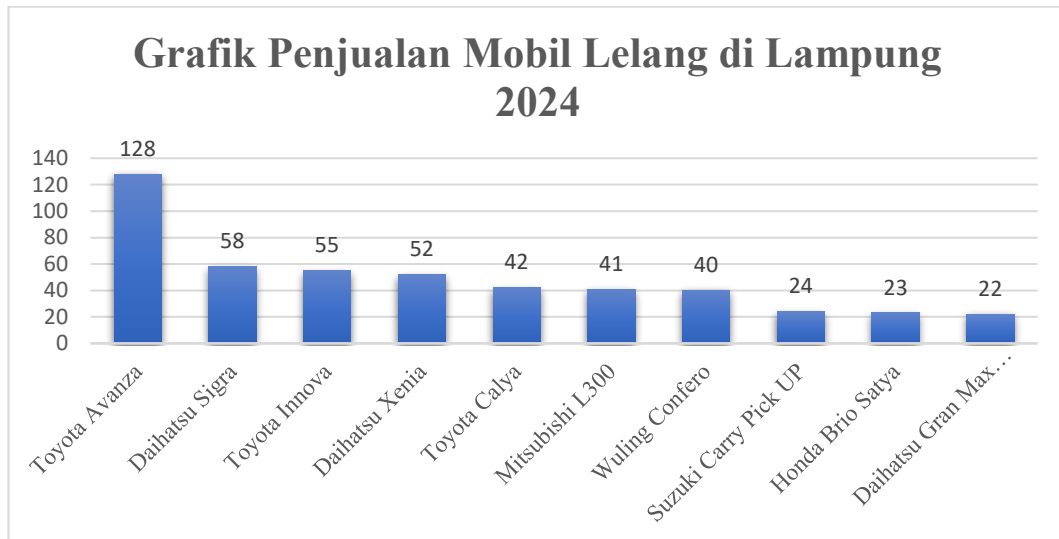
Gambar 1.1 Daftar penjualan merek terlaris secara retail 2025
 Sumber: Data di olah peneliti (2026)

Berdasarkan data GAIKINDO tahun 2025, Wuling menempati posisi kedua dalam penjualan mobil listrik nasional dengan total penjualan mencapai 10.526 unit. Hal ini menunjukkan bahwa Wuling memiliki daya saing yang kuat serta kontribusi signifikan dalam perkembangan pasar kendaraan listrik di Indonesia. Berikut adalah grafik penjualan mobil listrik nasional 2025:



Gambar 1.2 Grafik penjualan mobil listrik nasional 2025
 Sumber: GAIKINDO (2025)

Data dari JBA Indonesia, mobil Wuling Confero termasuk dalam daftar mobil lelang terlaris di Lampung dengan jumlah penjualan sebanyak 40 Unit pada periode januari hingga agustus 2024. Hal ini menunjukkan bahwa Wuling juga memiliki minat pasar yang cukup baik pada segmen kendaraan bekas melalui lelang. Berikut adalah grafik penjualan mobil lelang di Lampung:



Gambar 1.3 Grafik Mobil Lelang di Lampung
Sumber: Data di olah oleh peneliti (2026)

Wuling Motors Indonesia merupakan kolaborasi antara General Motors, dan perusahaan lokal China (SAIC dan Guangxi Automobile Group). Pada pertengahan bulan Juli 2017, pabrik Wuling di GIIC Cikarang telah diresmikan oleh Bapak Wakil Presiden, Jusuf Kalla. Kehadiran Wuling di Indonesia pada semester 2 tahun 2017, diikuti dengan sebaran dealer diseluruh wilayah di Indonesia arista-group.co.id diakses pada hari Minggu, 01 Maret 2026 pukul 20:41 WIB.

Wuling Arista Lampung adalah salah satu dealer resmi yang beroperasi di Provinsi Lampung. Wuling Arista Lampung bergerak di bidang otomotif sebagai dealer mobil yang menerapkan 3S yaitu *sales, sparepart, service*. Dealer ini sudah berdiri sejak 2018 dan terus mengembangkan produk serta fasilitas yang nyaman untuk *customer*. Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, setiap perusahaan diuntut untuk menerapkan sistem pemasaran yang lebih baik, salah satunya melalui pelayanan prima (*service excellence*). Penerapan layanan yang maksimal

ini menjadi langkah strategis untuk memenuhi harapan konsumen sehingga tercipta kepuasan, menjaga kepercayaan, serta membangun loyalitas pelanggan (Syahab & Yanti, 2023). Penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh dealer dapat dilihat melalui ulasan pada *Google Reviews*. Berikut adalah rating *Google Reviews* beberapa dealer di Lampung:

No.	Nama Dealer	Rating	Jumlah Ulasan
1.	Tunas Daihatsu Lampung	4,8	720
2.	Suzuki Natar Persada Lampung Raya	4,8	213
3.	Toyota Auto2000 Rajabasa	4,7	881
4.	Wuling Arista Lampung	4,6	430

Sumber: *Google Reviews 2026*
 Table 1.1 Rating *Google Reviews*

Berdasarkan tabel.1 dapat diketahui bahwa beberapa dealer di Lampung memiliki rating yang cukup tinggi dari pelanggan. Tunas Daihatsu Lampung memperoleh rating 4,8 dari 720 ulasan, Suzuki Natar Persada Lampung Raya memperoleh rating 4,8 dari 213 ulasan, Toyota Auto2000 Rajabasa memperoleh rating 4,7 dari 881 ulasan, sedangkan Wuling Arista Lampung memperoleh rating 4,6 dari 430 ulasan. Meskipun angka tersebut tergolong baik, namun jika dibandingkan dengan beberapa dealer di wilayah Lampung rating tersebut relatif lebih rendah dengan demikian adanya perbedaan rating antar dealer yang menunjukkan adanya perbedaan tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap dealer dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sriwomatu & Maulana (2024), yang menyatakan bahwa penerapan *service excellence* secara konsisten berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan menjaga loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan prima sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang dijual (Wulandari & Silalahi, 2024).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Perwita *et al.*, 2020) pelayanan prima berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Usman *et al.*, 2021) pelayanan prima sangat penting dalam pelayanan, disamping itu juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian (Mawaddah *et al.*, 2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa

pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh signifikan. Kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan terlihat adanya fenomena serta perbedaan temuan dalam penelitian-penelitian tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan prima tidak selalu memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk meneliti kembali menggunakan variabel yang sama. Meskipun telah ada penelitian sebelumnya yang menguji variabel-variabel tersebut, namun belum memfokuskan secara khusus pada Wuling Arista Lampung. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa bukti empiris mengenai penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk memilih judul “**Analisis Penerapan Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Wuling Arista Lampung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan pelayanan prima di Wuling Arista Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dapat dirumuskan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung.
2. Untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan pelayanan prima di Wuling Arista Lampung.

1.4 Manfaat

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan manajemen pelayanan jasa terkait penerapan pelayanan prima (*service excellence*) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan prima, memperbaiki kendala yang ada, serta menyusun strategi pelayanan yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi tambahan bagi mahasiswa maupun peneliti lain yang tertarik meneliti tentang pelayanan prima dan kepuasan pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan Prima

2.1.1 Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Secara sederhana, pelayanan prima (*excellent service*) dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/ masyarakat (Maret & Hidayatullah, 2024). Menurut Daryanto dan Setyobudi (dalam Kusnandar dan Andini, 2024), pelayanan prima adalah “pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan”.

Pelayanan prima (*service excellent*) secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik. Menurut Rahmayanty (dalam Kusnandar dan Andini, 2024), pelayanan prima adalah:

1. Pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan
2. Pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*)
3. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (*handal*).
4. Pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan.

Berikut adalah dimensi pelayanan prima menurut (Setiawan dkk., 2023), yaitu:

1. Tersedianya karyawan yang baik
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal hingga akhir
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima merupakan suatu bentuk pelayanan yang berfokus pada pemberian kualitas layanan terbaik kepada masyarakat atau pelanggan, yang ditunjukkan melalui sikap sopan, ramah, dan profesional. Pelayanan ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan serta kesejahteraan pelanggan. Selain itu, penerapan pelayanan prima juga menjadi suatu keharusan, baik sebagai bentuk tanggung jawab organisasi maupun sebagai upaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui penerapan pelayanan prima, organisasi dapat memperoleh umpan balik dari pelanggan berupa tanggapan positif maupun negatif, yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan (Anita, 2019).

2.1.2 Tujuan Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah sebuah langkah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas. Secara umum tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan agar dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya (Syahab dan Yanti, 2023). Tujuan pelayanan prima adalah mencegah adanya pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan (Theodora et al., 2021).

Tujuan pelayanan prima adalah:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan

- b. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/ jasa yang ditawarkan pada saat itu juga
- c. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/ jasa yang ditawarkan
- d. Untuk menciptakan kepercayaan dan keputusan kepada pelanggan
- e. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya (Setyobudi & Bintoro, dalam Selfiana & Azuma, 2022).

Beberapa tujuan pelayanan prima menurut (Arhas et al., 2024), meliputi:

1. Memberikan pelayanan berkualitas kepada pelanggan.
2. Membantu pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
4. Meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
5. Mencegah terjadinya tuntutan atau keluhan dari pelanggan terhadap produk atau jasa.
6. Menunjukkan perhatian dan perlakuan baik kepada pelanggan.
7. Membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan untuk terus membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Kesimpulan dari uraian di atas adalah pelayanan prima merupakan upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik yang berfokus pada kepuasan dan kebutuhan pelanggan. Melalui pelayanan berkualitas tinggi, tujuan perusahaan bukan hanya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga untuk menumbuhkan kepercayaan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

2.1.3 Manfaat dan Fungsi Pelayanan Prima

Salah satu manfaat dari pelayanan prima adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau pemerintah kepada pelanggan atau masyarakat. Selain itu, pelayanan prima juga dapat digunakan sebagai pedoman dalam mengembangkan standar pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran atau pedoman yang digunakan untuk memberikan pelayanan dan sebagai dasar

untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. Pelayanan dikatakan prima jika berhasil memenuhi harapan pelanggan dan membuat mereka merasa puas (Arhas et al., 2024).

Fungsi layanan prima di perusahaan

1. Membangun loyalitas pelanggan
2. Menumbuhkan citra positif perusahaan
3. Meningkatkan daya saing
4. Meningkatkan penjualan dan keuntungan
5. Mengurangi keluhan dan komplain
6. Meningkatkan efisiensi operasional (Nisa, 2025)

Menurut Daryanto (dalam Silvia, 2018) fungsi pelayanan prima antara lain sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan
- c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha
- d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/ jasa
- e. Memenangkan persaingan pasar
- f. Memuaskan pelanggan, agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan
- g. Memberikan keuntungan pada perusahaan.

2.1.4 Indikator Pelayanan Prima

Pelayanan prima diukur menggunakan konsep 3A yang meliputi tiga indikator utama, yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*) (Anisa, 2021).

- a. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Pelayanan sebagai suatu kegiatan untuk menjalin interaksi dengan orang lain, maka sikap menjadi hal yang penting dalam memberikan suatu layanan khususnya kepada masyarakat (Jaliyanti, 2018). Menurut Sinambela (dalam Jaliyanti, 2018) mendefinisikan bahwa layanan merupakan interaksi

langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kebutuhan pelanggan. Sikap menghargai pelanggan sangat diperlukan guna memberikan kepuasan bagi pelanggan terkait pelayanan yang penyelenggara pelayanan publik berikan.

b. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*attention*) adalah sikap yang ditunjukkan dengan adanya suatu kepedulian terhadap sesuatu atau minat seseorang terhadap sesuatu. Kepedulian atau minat seseorang terhadap sesuatu biasanya muncul karena rasa ketertarikan atau kebutuhan yang terjadi ada dorongan dari hatinya atau karena pengaruh situasi dan kondisi yang dihadapinya atau dengan kata lain perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya (Barata, dalam Artana, 2024). Menurut Barata (dalam Jaliyanti, 2018) mendefinisikan bahwa pelayanan prima suatu bentuk kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik demi mewujudkan kepuasan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Apabila perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan pada pelanggan maka pelanggan tidak akan berpikir dua kali untuk datang lagi menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

c. Tindakan (*Action*)

Tindakan adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Apabila dikaitkan dengan pelaksanaan pelayanan, yang dimaksud dengan tindakan di sini adalah upaya-upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik (Barata, dalam Kartini & Suselo, 2024).

2.1.5 Macam-macam Pelayanan Prima

Pelayanan prima bagi pelanggan dibedakan menjadi 2 macam yaitu pelayanan pelanggan *internal* dan pelanggan *eksternal*, menurut Kristiana (dalam Indah K & Hikmah, 2021):

a. Pelayanan bagi pelanggan *internal*

Pelanggan *internal* adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Mereka semuanya harus mampu mengembangkan budaya pelayanan prima di lingkungan internal, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran proses produksi barang atau pembentukan jasa sehingga dapat menunjang keberlangsungan perusahaan dalam rangka mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan eksternal.

b. Pelayanan bagi pelanggan *eksternal*

Dengan pelayanan prima kepada pelanggan *eksternal* diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan eksternal terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan mampu memelihara dan meningkatkan penjualan barang atau jasa, dan sekaligus dapat meraih keuntungan sebagaimana yang diharapkan.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, peneliti akan menggunakan macam-macam pelayanan prima dari Kristina (dalam Indah K & Hikmah, 2021), yang dimana memiliki 2 macam yaitu pelayanan bagi pelanggan *Internal* dan bagi pelanggan *eksternal*. Untuk pelanggan *internal* adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan kepada pelanggan *eksternal* diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan *eksternal* terhadap perusahaan.

2.1.6 Ciri-ciri Pelayanan Prima

pelayanan pada umumnya dapat memuaskan masyarakat tanpa memandang apapun. Ciri terkait dengan pelayanan prima adalah sebagai berikut:

a. Efektif

Pelayanan yang diberikan oleh organisasi publik harus efektif, artinya lebih mengutamakan kebutuhan masyarakat.

b. Efisiensi

Pelayanan yang diberikan oleh organisasi publik harus efisien. Yang dimaksud dengan efisien berkenaan dengan: a. Terdapat tulisan persyaratan-persyaratan apa saja yang harus disiapkan ketika mengajukan pelayanan, b. Persyaratan yang mudah dipahami memudahkan masyarakat meminta.

c. Sederhana

Pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami.

d. Kejelasan dan Kepastian

Mengandung arti kejelasan dan kepastian mengenai: a. Prosedur atau tata cara pelayanan, b. Persyaratan pelayanan, baik persyaratan teknis maupun persyaratan administratif, c. Unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan.

e. Keterbukaan

Adanya keterbukaan masalah waktu, biaya, dan tata cara persyaratan pelayanan.

f. Ketepatan Waktu

Pelaksanaan pelayanan masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

g. Responsif

Pelayanan yang diberikan artinya cepat menanggapi apa yang menjadi masalah.

h. Adaptif

Pelayanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan keinginan serta aspirasi publik yang dilayani (Prima, dalam Selfiana & Azuma, 2022).

2.1.7 Kualitas Pelayanan Prima

Menurut Ratminto (dalam Indah K & Hikmah, 2021) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan prima, antara lain:

a. Bentuk fisik (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Bentuk bangunan, tata ruang, dan desain interior Gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan pelanggan.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

d. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.

e. Empaty (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (dalam Jumawan & Prasetyo, 2024), kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana persepsi kinerja produk atau layanan sesuai dengan harapan pelanggan. Jika kinerja produk atau layanan melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang, jika sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, dan jika di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas atau kecewa. Konsep ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau layanan, tetapi juga pada harapan pelanggan sebelum menerima produk atau layanan tersebut. Angelova dan Zekiri (dalam Arfifahani, 2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi keseluruhan pelanggan atas apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima mengenai pemenuhan kebutuhan, tujuan atau ideal pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau puas yang muncul setelah individu membandingkan kinerja produk atau jasa dengan kebutuhan dan harapannya. Dengan demikian, kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi atas pengalaman penggunaan produk atau jasa, dimana tingkat kepuasan tercapai apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Sasongko, 2021).

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Sumartini & Tias, 2019) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
3. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
4. Faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

Berdasarkan beberapa faktor di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler (dalam Sasono *et al.*, 2023), antara lain:

- a. *Overall satisfaction* (Kepuasan Keseluruhan)
Overall satisfaction yaitu kepuasan keseluruhan pelanggan setelah menggunakan suatu produk
- b. *Expectation satisfaction* (Kepuasan Terhadap Harapan)
Expectation satisfaction yaitu harapan yang ingin diperoleh pelanggan setelah menggunakan suatu produk
- c. *Experience satisfaction* (Kepuasan Berdasarkan Pengalaman)
Experience satisfaction yaitu tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan selama menggunakan produk

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan acuan sekaligus referensi dalam membandingkan serta mengembangkan penelitian yang dilakukan. Peneliti mencari studi penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Beberapa hasil penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian ini antara lain:

No	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil penelitian	Perbedaan
1.	(Perwita <i>et al.</i> , 2020)	Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Daerah Kalisat Kabupaten Jember	Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pasien. Kesimpulannya diketahui bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, artinya semakin baik pelayanan prima yang dilakukan maka semakin baik pula tingkat kepuasan pasien yang dihasilkan, dan begitu juga sebaliknya.	Pada objek penelitian terdahulu dilakukan pada Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Daerah Kalisat Kabupaten Jember, sedangkan pada penelitian sekarang pada Wuling Arista Lampung.
2.	(Mawaddah <i>et al.</i> , 2024)	Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada UD. Probo Sakti Kota Probolinggo	Dalam penelitian ini, variabel independent terdiri dari pelayanan prima (X1) dan harga (X2) variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan (M), serta variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y). Hasil penelitian menunjukkan	Penelitian tersebut menggunakan variabel pelayanan prima (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan (M), dan, Loyalitas pelanggan (Y). Sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada pelayanan prima (X) dan

			<p>bahwa pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh signifikan. Selain itu kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, serta harga juga berpengaruh terhadap loyalitas baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan.</p>	<p>Kepuasan Pelanggan (Y).</p>
3.	(Riwayani, 2021)	<p>Pengaruh Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Mahkota di Kota Makassar</p>	<p>Dari hasil penelitian ini pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Salon Mahkota di Kota Makassar. Tingkat pelayanan prima berada pada kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 89,94%, sedangkan kepuasan pelanggan juga berada pada kategori sangat tinggi sebesar 88,87%.</p>	<p>Pada objek penelitian terdahulu dilakukan pada Salon Mahkota di Kota Makassar. Sedangkan penelitian sekarang dilakukan pada Wuling Arista Lampung.</p>

			Kesimpulannya adalah pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat pengaruh yang sangat tinggi.	
--	--	--	---	--

*Sumber: Data diolah peneliti (2026)
Table 2.1 Penelitian Terdahulu*

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam memahami inti dari apa yang ingin penulis sampaikan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian mengenai analisis penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung.

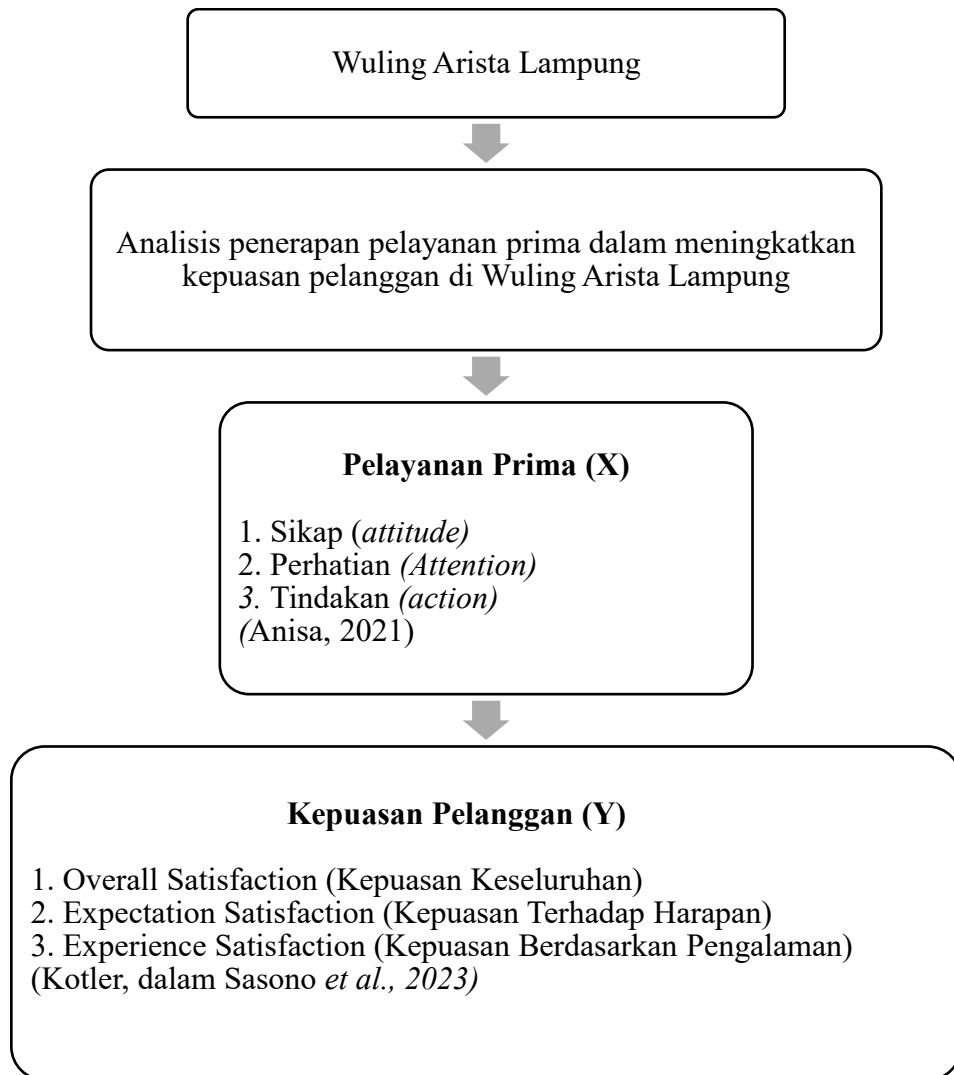
Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik. Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya memperhatikan penampilan, bersikap ramah, memperhatikan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, menguasai pekerjaan dengan baik, mampu berkomunikasi dengan baik, dan mampu menangani keluhan pelanggan secara profesional. Pelayanan prima diukur menggunakan konsep 3A yang meliputi tiga indikator utama, yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*) (Anisa, 2021). Menurut Artana (2024), penerapan pelayanan prima dengan konsep 3A (*attitude, attention, action*) memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah respon emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan mereka. Harapan pelanggan dapat terbentuk berdasarkan pengalaman masa lalu, iklan, rekomendasi dari orang lain, dan informasi lain yang mereka terima sebelum membeli atau menggunakan produk atau layanan. Oleh karena itu, untuk mencapai

dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan secara konsisten. Indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler (dalam Sasono *et al.*, 2023), antara lain: 1) *Overall satisfaction* (Kepuasan Keseluruhan), 2) *Expectation satisfaction* (Kepuasan Terhadap Harapan), 3) *Experience satisfaction* (Kepuasan Berdasarkan Pengalaman).

Hubungan antara kedua variabel berdasarkan penelitian terdahulu adanya pengaruh positif antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan (Riwayani, 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Usman *et al.*, 2021), pelayanan prima sangat penting dalam pelayanan, disamping itu juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat digambarkan dalam kerangka penelitian seperti dalam gambar 2.1.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah peneliti (2026)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena permasalahan berhubungan dengan manusia yang secara fundamental bergantung pada pengamatan (Herlina & Santoso, 2022). Penelitian kualitatif merupakan studi yang meneliti suatu kualitas hubungan, aktivitas, situasi, atau berbagai material. Artinya penelitian kualitatif lebih menekankan pada deskripsi holistik, yang dapat menjelaskan secara detail tentang kegiatan atau situasi apa yang sedang berlangsung daripada membandingkan efek perlakuan tertentu, atau menjelaskan tentang sikap atau perilaku orang (Ultavia *et al.*, 2023). Menurut Moleong (dalam Herlina & Santoso, 2022) yang menyatakan pendapatnya bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif yakni suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya (Krisyanto, dalam Akhmad, 2015).

3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat peneliti sebagai tempat penelitian adalah Wuling Arista Lampung, yang beralamat di JL.ZA Pagar Alam, Rajabasa, Kec. Rajabasa,

Kota Bandar Lampung. Adapun alasan memilih lokasi penelitian di Wuling Arista Lampung dikarenakan lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan lokasi pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) peneliti, sehingga memudahkan dalam memperoleh data, melakukan observasi, serta menggali informasi secara lebih mendalam terkait permasalahan dan fenomena yang akan dikaji, yaitu mengenai analisis penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan bersamaan dengan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yaitu mulai tanggal 1 Juli 2025 hingga 15 Desember 2025.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Datar Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui metode wawancara, observasi langsung, eksperimen, atau kuesioner. Data ini biasanya lebih spesifik, aktual, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data primer memiliki kelebihan dalam memberikan informasi yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai fenomena yang diteliti (Haifa *et al.*, 2025). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian, baik dari individu (*responden*) maupun dari perusahaan yang diteliti. Data ini dikumpulkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian melalui interaksi langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan karyawan dan pelanggan Wuling Arista Lampung untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Artinya, data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti melainkan dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti dokumen, literatur, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Contoh sumber data sekunder meliputi buku, jurnal akademis, artikel, laporan keuangan, dan data sensus yang

dikumpulkan oleh pemerintah (Alir, dalam Sulung & Muspawi, 2024). Dengan begitu dapat dikatakan bahwa data sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain. Data sekunder yang dari penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia, antara lain laporan dan data dari GAIKINDO terkait penjualan mobil nasional, data dari JBA Indonesia mengenai penjualan mobil lelang di Lampung, serta data internal Perusahaan berupa profil, struktur organisasi, dan informasi operasional Wuling Arista Lampung. Selain itu data juga diperoleh dari sumber daring yang memuat informasi berupa rating dan ulasan pelanggan seperti Google Reviews, serta berbagai literatur ilmiah berupa buku dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Teknis penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah suatu teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti (tujuan/masalah dalam penelitian). Sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya (Mushofa *et al.*, 2024). Informan dipilih berdasarkan keterlibatannya dalam proses pelayanan dan pengalamannya dalam pengguna layanan. Informan dari penelitian ini terdiri dari CRO (*Customer Relationship Officer*), SA (*Service Advisor*), dan *Sales Counter*, serta pelanggan yang pernah melakukan pembelian maupun servis di Wuling Arista Lampung.

Informan pada penelitian ini berasal dari beberapa jabatan karyawan di Wuling Arista Lampung. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan bahwa masing-masing informan memiliki peran, pengalaman, serta terlibat langsung dalam kegiatan pelayanan di Wuling Arista Lampung. Kriteria informan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Karyawan di Wuling Arista Lampung yang terlibat langsung dalam pelayanan pelanggan, yaitu *Customer Relationship Officer* (CRO), *Service Advisor* (SA), dan *Sales Counter*.
- b. Pelanggan yang pernah menggunakan layanan pembelian maupun *service* kendaraan di Wuling Arista Lampung.

- c. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi terkait penelitian.

Adapun informan dari penelitian adalah sebagai berikut:

No	Nama	Masa Kerja	Usia	Jabatan	Jobdest
1.	Fenny Puspita	7 Tahun	30 Tahun	CRO	Bertugas melayani pertanyaan pelanggan, memberikan informasi produk, membuat laporan penjualan, memperbaharui data customer, melakukan penagihan pembayaran yang jatuh tempo, serta melakukan <i>follow up</i> kepada pelanggan secara berkala.
2.	Deni Saverio	5 Tahun	25 Tahun	SA	Bertanggung jawab untuk mencatat data kendaraan dan keluhan pelanggan ke dalam <i>Sistem Manajemen Dealer</i> (DMS), menganalisis dan menjelaskan kondisi dan kerusakan kendaraan, menyusun perkiraan waktu kerja dan biaya perbaikan, serta menerbitkan Surat

					Perintah Kerja Bengkel (PKB) yang kemudian diserahkan kepada mandor untuk ditindaklanjuti.
3.	Ranita Rizki	4 Tahun	27 Tahun	<i>Sales Counter</i>	Bertanggung jawab untuk memberikan layanan kepada konsumen dengan menjelaskan spesifikasi dan keunggulan produk yang ditawarkan, menindaklanjuti proses penjualan, membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, serta menyusun laporan terkait aktivitas penjualan dan ketersediaan stok kendaraan.
4.	Romy	-	50 Tahun	Pelanggan	-
5.	Budi Santoso	-	45 Tahun	Pelanggan	-

Table 3.1 Data Informan

3.5 Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah penekanan pada sudut yang lebih luas dan lebih dalam. Dalam hal ini, penelitian kualitatif mempelajari keluasan dan kedalaman suatu fenomena untuk mengungkap secara lebih kaya dan lebih bermakna tentang suatu fenomena yang menjadi objek penelitian (Gumilang, 2016). Fokus Penelitian ini adalah menganalisis penerapan pelayanan prima Pelayanan prima diukur menggunakan konsep 3A yang meliputi tiga indikator utama, yaitu sikap (*attitude*),

perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang diukur melalui *Overall satisfaction* (Kepuasan Keseluruhan), *Expectation satisfaction* (Kepuasan Terhadap Harapan), *Experience satisfaction* (Kepuasan Berdasarkan Pengalaman) di Wuling Arista Lampung.

3.6 Teknis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif terdiri dari tiga prinsip yang harus diterapkan oleh peneliti, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumen. Sebagaimana pandangan Moleong (dalam Ultavia *et al.*, 2023) sebagai berikut:

a. Observasi

Pengumpulan data observasi dalam penelitian kualitatif deskriptif terjadi secara langsung berupa observasi yang dilakukan oleh peneliti dilapangan. Observasi adalah pengamatan terhadap berbagai peristiwa atau gejala yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mulai dari tanggal 1 Juli 2025 sampai 15 Desember 2025 di Wuling Arista Lampung.

b. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan pertanyaan mengacu pada kuesioner yang disiapkan oleh peneliti dan disetujui oleh para ahli yang relevan (Moleong, dalam Ultavia *et al.*, 2023). Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur, wawancara terstruktur adalah metode wawancara yang didasarkan pada panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada semua informan seragam untuk memastikan konsistensi (Robert K. Yin, dalam Agustina *et al.*, 2023). Wawancara dilaksanakan pada tanggal 22 April 2026 di Wuling Arista Lampung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber. Selain itu, pengertian dokumentasi merupakan upaya mencatat dan mengategorikan suatu informasi dalam

bentuk tulisan, foto/ gambar dan video (Saputra *et al.*, dalam Hasan, 2022). Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen atau data yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa profil Perusahaan, struktur organisasi, data penjualan, serta data rating dan ulasan pelanggan dari sumber daring seperti Google Reviews digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara.

3.7 Teknis Analisis Data

Menurut H.B Sutopo (dalam Akhmad, 2015) yang mengutip pendapat Miles & Huberman terdapat tiga komponen utama yang harus benar-benar dipahami oleh peneliti yaitu 1). Reduksi data, 2). Display data, 3). Pengambilan keputusan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data yang tersedia. Menurut HB Sutopo (dalam Akhmad, 2015), reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan.

2. Sajian Data

Sebagai analisis kedua, sajian data merupakan rangkaian informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang disusun secara logis dan sistematis yang mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian. Sajian data merupakan deskripsi mengenai kondisi rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan pemahaman atas gambaran fenomena yang ada pada objek penelitian.

3. Verifikasi/ Penarikan Simpulan

Data yang diperoleh sejak awal penelitian sebenarnya sudah merupakan suatu kesimpulan. Kesimpulan itu mula-mula belum jelas dan masih bersifat sementara, kemudian meningkat sampai pada tahap kesimpulan yang mantap,

yaitu pernyataan yang telah memiliki landasan yang kuat karena telah melalui proses analisis data.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Wuling Arista Lampung, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan pelayanan prima melalui konsep 3A yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*) telah berjalan dengan baik dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada indikator sikap (*attitude*), karyawan seperti *Customer Relationship Officer* (CRO), *Service Advisor* (SA), *Sales Counter* menunjukkan sikap ramah, sopan, komunikatif, responsif, dan profesional dalam melayani pelanggan. Sikap tersebut mampu menciptakan rasa nyaman, kepercayaan, serta memberikan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan.

Pada indikator perhatian (*attention*), karyawan menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan melalui komunikasi yang baik, mendengarkan keluhan pelanggan, memberikan informasi yang jelas, serta melakukan *follow up* setelah pelayanan selesai. Bentuk perhatian tersebut membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada indikator tindakan (*action*), karyawan menunjukkan tindakan yang cepat tanggap dalam membantu pelanggan, memberikan solusi terhadap permasalahan kendaraan, serta menangani keluhan pelanggan dengan baik. Tindakan yang responsif dan konsisten tersebut mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Perusahaan. Penerapan pelayanan prima tersebut berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan yang terlihat dari tiga

indikator utama, yaitu *Overall Satisfaction* (Kepuasan Keseluruhan) di mana pelanggan merasa puas karena seluruh penanganan kendaraan berjalan dengan jelas, *Expectation Satisfaction* (Kepuasan Terhadap Harapan) karena kualitas pelayanan yang ramah dan informatif berhasil memenuhi ekspektasi mereka, serta *Experience Satisfaction* (Kepuasan Berdasarkan Pengalaman) berupa interaksi positif selama proses servis yang membangun kepercayaan jangka panjang, sehingga dapat menimbulkan minat kunjungan kembali (*repeat order*) dan kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam penerapan pelayanan prima, seperti ketepatan waktu estimasi pengerjaan *service* yang terkadang belum sesuai, serta fasilitas ruang tunggu yang masih perlu ditingkatkan agar kenyamanan pelanggan dapat lebih optimal. Secara keseluruhan, penerapan pelayanan prima di Wuling Arista Lampung telah berjalan dengan baik dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Wuling Arista Lampung, diharapkan dapat meningkatkan ketepatan waktu dalam proses pengerjaan *service* agar pelanggan merasa lebih puas dan tidak menunggu lebih lama dari estimasi yang telah diberikan.
- b. Bagi Wuling Arista Lampung, diharapkan dapat meningkatkan fasilitas ruang tunggu pelanggan agar lebih nyaman, sehingga pelanggan merasa lebih betah selama menunggu proses pelayanan berlangsung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai pelayanan prima dengan menambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, atau kepercayaan pelanggan agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Aminudin, S. Z., Ubaidillah, U., & Fitriana, A. (2023). Analisis Manajemen Konflik Kematangan Emosi Terhadap Wanita yang Menikah di Usia Muda. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni*, 1(3), 232–238.
<https://doi.org/10.62379/jishs.v1i3.719>
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54.
<http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Anisa, R. (2021). Analisis Dampak Dari Sikap 3a (Attitude, Attention Dan Action) Berbasis Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan. *Jimpai*, 1(November), 1–14.
<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/517>
- Anita, D. (2019). Pengembangan Strategi Pelayanan Prima Melalui Administrasi Perkantoran Modern. *Jurnal JIPS (Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic)*, 3(3), 38–42. <http://e-journal.sastra-unes.com/index.php/JIPS>
- Arfifahani, D. (2018). INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION (Concordia Executive Lounge Case Study Terminal A Adisutjipto International Airport Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.
<https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/303>
- Arhas, S. H., Rahayu, A., Jamaluddin, J., & Isgunandar, I. (2024). Pengembangan Media Pembelajaran Pelayanan Prima di SMK Muhammadiyah 3 Makassar. *Jurnal Lamellong: Pengabdian Kepada Masyarakat (JLPM)*, 1–8.
<https://doi.org/10.70188/05x54f44>
- Artana, I. K. (2024). Penerapan Pelayanan Prima Perpustakaan Berdasarkan Konsep 3A (Attitude, Attention, and Action) Demi Terwujudnya Kepuasan Pemustaka. *Media Sains Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 43–51.
<https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/view/3853>
- Bimbingan, B., & Konseling, D. A. N. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2).

- <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI KOPI KALA SENJA. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Felyashafa, N., Wartiningih, E., & Sofa, N. (2023). Analisis Penerapan Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Kepuasan Customer di PT Setiajaya Mobilindo Cimanggis. *Seminar Nasional Riset Terapan (SNRT) XII*, 12(1), 134–141. <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/snrta/article/view/2038>
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri ImaHaifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data. : : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Hasan Fahmi Kusnandar, ;Dina Andini. (2024). *Buku Ajar Pelayanan Prima Di Era Digital*. 1–23. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/568582-buku-ajar-pelayanan-prima-di-era-digital-b79df8a1.pdf>
- Hasan, H., Informasi, S., Vidio, D., & Pendahuluan, I. (2022). *Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada stmik tidore mandiri*. 2(1), 23–29.
- Herlina, L., & Santoso, T. (2022). Efektifitas Aplikasi Alpukat Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Selama Pandemi Covid 19 Pada Kantor Kelurahan Jatipulo Tahun 2022. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(3), 298–306. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/jiap.v2i3.2932>
- Indah K, A. T., & Hikmah, D. F. (2021). IMPLEMENTASI PELAYANAN PRIMA OLEH CUSTOMER SERVICE PADA PT INDAH KIAT PULP & PAPER Tbk. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 06(4), 40–55. <https://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1609>
- Jaliyanti, D. (2018a). Analisis Penerapan E-health sebagai Perwujudan Pelayanan Prima di Puskesmas Peneleh Kecamatan Genteng Kota Surabaya. *Jurnal*

Administrasi Perkantoran, 6(2), 26–34.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JPAPUNESA/article/view/25679/23542>

- Jaliyanti, D. (2018b). Analisis Penerapan E-Health Sebagai Perwujudan Pelayanan Prima di Puskesmas Peneleh Kecamatan Genteng Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Perkantoran*, 6(2), 26–34.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/JPAPUNESA/article/view/25679/23542>
- Jumawan, & Prasetyo, A. I. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Wuling Arista Bekasi. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12), 427–437.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.12800599>
- Kartini, A. A., & Suselo, D. (2024). Pengaruh Indikator Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Anggota di BMT Istiqomah Tulungagung. *Jurnal Edunomika*, 8(1), 1–12. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/>
- Maret, N., & Hidayatullah, G. M. (2024). *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*. 3(3), 1219–1229.
<https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/2407>
- Mawaddah, M. S., Ngatimun, & Rahajeng, Y. (2024). Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada UD. Probo Sakti Kota Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(2), 120–131.
<https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/1916>
- Muhammad Asyari Syahab, A. Y. (n.d.). *Sosialisasi Pentingnya Pelayanan Prima Pada Komsumen Untuk Pertumbuhan Perusahaan, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(2), 63–72.
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i12.1992>
- Natali, G., Marsofiyati, & Rachmadania, R. F. (2025). Analisis Implementasi Standar Pelayanan Prima Pada Divisi Pelayanan Pelanggan PT ASDP Indonesia Ferry (Persero). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 10(7), 91–100.

<https://doi.org/https://doi.org/10.9963/kzhkx918>

- Nisa, A. K. (2025). PENTINGNYA LAYANAN PRIMA DALAM PERUSAHAAN. *Mashlahah: Journal Of Islamic Economics*, 4(1), 14–20.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62824/efdb8y11>
- Perwita, F. D., Sandra, C., & Hartanti, R. I. (2020). Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Daerah Kalisat Kabupaten Jember. *Jurnal Ikesma*, 16(1), 27–35.
https://www.researchgate.net/profile/Christyana-Sandra/publication/345968997_The_Pengaruh_Pelayanan_Prima_Terhadap_Kepuasan_Pasien_di_Instalasi_Rawat_Inap_Rumah_Sakit_Daerah_Kalisat_Kabupaten_Jember/links/5ff4816da6fdccdc8337413/The-Pengaruh-Pelayanan-Pr
- Prasetyo, I., & Yani, T. E. (2020). Strategi meningkatkan loyalitas dengan pelayanan prima, customer relationship management dan kepuasan pelanggan. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 45–53.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i1.2331>
- Riwayani, R. (2021). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Mahkota di Kota Makassar. *Jurnal Mekom*, 8(2), 46–53. <https://journal.unm.ac.id/index.php/MKPK/article/view/6254>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 3(1), 104.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sasono, E., Sopi, Nafiah, Z., & Widiyarsari, D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Oemah Herborist. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 166–179.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/6401>
- Selfiana, S., & Azuma, N. (2022). Pelayanan Administrasi Kependudukan Kelurahan Jakasetia Kota Bekasi (Studi Ciri Pelayanan Prima). *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 7(1), 41–70.
<https://doi.org/10.36914/jak.v7i1.730>
- Setiawan Rio, Sartika Dewi, L. (2023). Manfaat Adanya Pelayanan Prima Bagi

- Para Remaja / Karang Taruna Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan : JURANTAS*, 1(2), 81–87.
<https://doi.org/https://doi.org/10.58174/jrt.v1i2.36>
- Silvia, F. (2018). Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II. *Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*, 1–12. <https://core.ac.uk/display/160497369>
- Sriwomatu, Y., & Maulana, U. A. I. (2024). Peran Service Excellence (Pelayanan Prima) dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Industri Penerbangan di Kota Pontianak. *Almufi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 212–218. <https://doi.org/10.63821/ajpkm.v4i2.376>
- Sugiyanto, S., Arnaya, I. W., Ryanto, S. S., & Surya, A. A. B. O. K. (2021). Analisa Faktor Pemilihan Moda Transportasi Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Teknologi Transportasi Dan Logistik*, 2(1), 11–18. <https://doi.org/10.52920/jttl.v2i1.18>
- Syhab, M. A., & Yanti, A. (2023). Sosialisasi Pentingnya Pelayanan Prima Pada Konsumen Untuk Pertumbuhan Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya*, 2(2), 73–82. <http://jurnal.eka-prasetya.ac.id/index.php/JPMEP/index>
- Theodora, P., Alfiani, D. C., & Lombogia, M. F. (2021). Penerapan Pelayanan Prima Pada Penanganan Tamu Kantor di Bagian Resepsionis. *Jurnal Serasi*, 19(2), 117. <https://doi.org/10.36080/js.v19i2.1519>
- Ultavia, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Undari Sulung, M. M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(2), 28–33.
- Usman, A., Agustang, A., & Idkhan, A. M. (2021). Penerapan Pelayanan Prima BBPM Makassar. *Jurnal Governance and Politics (JGP)*, 1, 111–117. <https://jurnal.iyb.ac.id/index.php/jgp/article/view/206%0A>

Wulandari, S. E., & Silalahi, F. (2024). Penerapan Pelayanan Prima Pada Brandan Donuts Cabang Pangkalan Brandan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Manajemen (JASMIEN)*, 4(2), 119–126.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54209/jasmien.v4i02.472>