



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>  
 Volume 7 Nomor 2, 2024  
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/04/2024  
 Reviewed : 01/05/2024  
 Accepted : 03/05/2024  
 Published : 08/05/2024

Ilhami<sup>1</sup>  
 Ahmad Fajri<sup>2</sup>  
 Amanda Dwi  
 Maharani<sup>3</sup>  
 Asihani<sup>4</sup>  
 Ayuni Yudistira<sup>5</sup>  
 Indah Septiwi<sup>6</sup>  
 Nabila Ramadhani<sup>7</sup>  
 Rani Salsabilah<sup>8</sup>  
 Refy Alvia<sup>9</sup>  
 Rohta Iglana<sup>10</sup>  
 Rosalinda Nur Safitri<sup>11</sup>  
 Salva Sakha Baladah<sup>12</sup>  
 Tasya Devita Putri<sup>13</sup>

## PEMETAAN KONSEP BUDAYA PELAYANAN, PELAYANAN PRIMA, DAN KEPUASAN PELANGGAN: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR

### Abastrak

Budaya pelayanan mengacu pada nilai-nilai, sikap, norma-norma, dan perilaku yang mendorong individu atau organisasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan atau pemangku kepentingan lainnya. Hal ini mencakup kesadaran akan kebutuhan pelanggan, keramahan, responsivitas, kejujuran, kerjasama tim, inovasi, dan komitmen untuk memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Pelayanan prima adalah kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "excellent service" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan teoritis (literature review). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, budaya layanan yang kuat, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan merupakan tiga aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi dalam menciptakan kesuksesan sebuah organisasi atau perusahaan. Secara keseluruhan, perusahaan yang berhasil menerapkan budaya layanan yang kuat dan pelayanan prima cenderung memiliki pelanggan yang lebih puas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, citra positif perusahaan, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, budaya layanan yang kuat, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan saling terkait dalam menciptakan nilai dan keberhasilan yang berkelanjutan bagi perusahaan.

**Kata Kunci:** Budaya Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### Abatract

Service culture refers to the values, attitudes, norms, and behaviors that encourage individuals or organizations to provide quality service to customers or other stakeholders. This includes awareness of customer needs, friendliness, responsiveness, honesty, teamwork, innovation, and commitment to providing a positive customer experience. Excellent service is an activity to provide added value in order to meet or exceed customer expectations. Excellent service is a translation of the term "excellent service" which literally means the best or very good service. This research uses a qualitative approach with a theoretical review method (literature review). Based on the research that has been conducted, a strong service culture, excellent service, and customer satisfaction are three aspects that are interrelated and influence each other in creating the success of an organization or company. Overall, companies that successfully implement a strong service culture and service excellence tend to have more satisfied customers, which in turn can increase customer loyalty, positive company image, and sustainable business growth.

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13</sup> Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung  
 email: ilhami@radenintan.ac.id

Overall, a strong service culture, excellent service, and customer satisfaction are interrelated in creating value and sustainable success for the company.

**Keywords:** Service Culture, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Budaya pelayanan memiliki peran penting dalam organisasi. Menurut Ueno, ada beberapa alasan yang membuat budaya pelayanan menjadi faktor penting. Pertama, budaya yang kuat dalam pelayanan akan mengarahkan perilaku karyawan secara konsisten dalam melayani pelanggan (Ueno, 2012). Kedua, budaya pelayanan merupakan prasyarat sukses untuk membangun organisasi yang berorientasi pada pelanggan. Ketiga, manajemen tidak mampu mengawasi semua karyawan sehingga budaya pelayanan diharapkan mampu mempengaruhi dan memastikan ketepatan perilaku karyawan dalam pelayanan. Sehingga tidak salah jika kemudian Ostrom menyatakan bahwasalah satu prioritas dalam kajian tentang pelayanan yaitu bagaimana menciptakan dan memelihara budaya pelayanan (Ostrom, 2010).

Ada dua tantangan dalam dunia pelayanan. Pertama, pada dasarnya siapapun tidak terlalu tertarik untuk melayani. Kata *serve* identik dengan kata yang digunakan oleh *slave* (budak) sehingga kebanyakan menjadi sesuatu lebih banyak dihindari oleh para profesional. Padahal, hampir tidak ada satupun bagian dalam kehidupan manusia yang tidak terlepas dari aspek pelayanan. Faktanya, sangat sedikit sekali wawasan yang didapatkan setiap orang terkait aspek melayani. Jika demikian pada tataran individu, maka untuk membangun pelayanan menjadi sebuah budaya tentu merupakan sebuah tantangan berat tersendiri. Kedua, konsep pelayanan telah dipahami dengan sekian banyak variasi konsep yang seringkali membingungkan baik di kalangan peneliti maupun praktisi. Dari segi bahasa misalnya, seringkali tumpang tindih konsep antara budaya dengan iklim. Meskipun kedua istilah tersebut saling berkaitan, namun secara teoritikal dan empiris memiliki ranah pembahasan yang berbeda. Sehingga, dalam tataran praktis tentu saja akan menimbulkan implikasi manajerial yang berbeda pula (Kaufman, 2012).

Oleh karena itu, tulisan ini mencoba untuk mengeksplorasi konsep budaya pelayanan dari berbagai referensi yang telah dikemukakan oleh para peneliti dan praktisi lapangan. Kemudian, untuk dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan studi empiris maka penulis mengembangkan sebuah pengukuran yang dapat digunakan dalam konteks organisasi perhotelan. Sehingga diharapkan dalam kajian ringkas ini dapat menghasilkan sebuah konsep dan alat ukur yang jelas untuk bisa digunakan langsung oleh para peneliti yang berminat mengkaji topik budaya pelayanan.

## METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan dengan metode tinjauan teoritis (*literature review*). Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang Analisis Budaya Pelayanan dengan menganalisis secara kritis literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal, dan artikel.

Penelitian ini berfokus pada evaluasi dan sintesis berbagai sumber literatur untuk mengidentifikasi pola, tema, dan wawasan yang terkait dengan budaya pelayanan. Dengan menganalisis literatur yang ada, peneliti dapat mengumpulkan berbagai perspektif dan menemukan hubungan yang signifikan yang membantu dalam memahami dan meningkatkan praktik budaya pelayanan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Budaya Pelayanan

Budaya pelayanan mengacu pada nilai-nilai, sikap, norma-norma, dan perilaku yang mendorong individu atau organisasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan atau pemangku kepentingan lainnya. Hal ini mencakup kesadaran akan kebutuhan pelanggan, keramahan, responsivitas, kejujuran, kerjasama tim, inovasi, dan komitmen untuk memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Budaya pelayanan yang baik sangat penting dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat reputasi organisasi.

Budaya pelayanan memiliki peran penting dalam organisasi. Ada beberapa alasan yang membuat budaya pelayanan menjadi faktor penting. Pertama, budaya yang kuat dalam

pelayanan akan mengarahkan perilaku karyawan secara konsisten dalam melayani pelanggan. Kedua, budaya pelayanan merupakan prasyarat sukses untuk membangun organisasi yang berorientasi pada pelanggan. Ketiga, manajemen tidak mampu mengawasi semua karyawan sehingga budaya pelayanan diharapkan mampu mempengaruhi dan memastikan ketepatan perilaku karyawan dalam pelayanan. Sehingga tidak salah jika kemudian salah satu prioritas dalam kajian tentang pelayanan yaitu bagaimana menciptakan dan memelihara budaya pelayanan (Robiansyah, 2017).

Setiap pegawai harus dibiasakan dan didisiplinkan untuk melayani publik dengan sikap dan perilaku sesuai nilai-nilai yang berlaku. Setiap pegawai harus mengerti makna dari nilai-nilai inti; memahami cara menggunakan nilai-nilai inti; mengingat niat baik dari nilai-nilai inti; memendam nilai-nilai inti di dalam pikiran bawah sadar, serta mampu menjadikan nilai-nilai inti sebagai energi positif dalam menangani setiap harapan dan kebutuhan public (Basuki, 2013).

Oleh karena itu, dalam membangun budaya pelayanan yang kuat, pemimpin harus selalu sadar bahwa kekuatan tidak baik pun selalu akan hadir untuk menghalangi tumbuhnya budaya kuat. Kesadaran untuk memeriksa dan mengevaluasi keadaan Betapapentingnya budaya pelayanan publik Membangun budaya pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan ban masyarakat, itu dapat diwujudkan dengan kerjasama yang baik antara pemerintah dan juga para pegawainya, pemerintah sebagai pihak yang menurunkan kebijakan, sedangkan para instansi juga pegawai yang menjalankan kebijakan tersebut dengan berpegang teguh pada prinsip dan maklumat pelayanan publik, sehingga selalu bekerja dengan sungguh sungguh serta bertanggung jawab. Tak lupa harus berperilaku yang baik dengan bersikap responsif, kecakapan, pemahanan, komunikatif, dan selalu memiliki rasa tanggung jawab. Karena kepentingan pengguna layanan harus selalu diutamakan (Yamil, 1998).

### **Pelayanan Prima**

Pelayanan prima adalah kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "excellent service" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan.

Menurut Daryanto dan Setyobudi, pelayanan prima adalah "pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan"(Daryanto, 2014). Pelayanan prima (excellent service) secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik. Menurut Rahmayanty pelayanan prima adalah (Nina, 2010): (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.

### **Tujuan dan Fungsi Pelayanan Prima**

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam rangka (Ryan, 2013): (1) Memberdayakan masyarakat sebagai pelanggan pelayanan public (2) Membangun dan menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat kepada pemerintah.

Adapun tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan, dalam hal ini adalah siswa itu sendiri. Pelayanan prima di sekolah adalah termasuk juga dalam proses pembelajarannya, jadi bukan hanya diluar proses pembelajaran. Guru haruslah melakukan proses pembelajaran yang bisa memuaskan siswa-siswi tersebut, artinya siswa bisa menelaah dan memahami apa yang dijelaskan oleh gurunya. Demi terwujudnya hal itu, guru haruslah kreatif dalam melakukan proses pembelajaran, dimulai pada saat guru merancang rencana pembelajaran (mulai dari merumuskan tujuan belajar, metode belajar, dan teknik serta evaluasi pembelajaran) (Nurul, 2017).

Fungsi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pelayanan Prima berfungsi sebagai berikut: (1) Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat (2) Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan (3) Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha (4) Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa (5) Memenangkan persaingan pasar (6) Memuaskan

pelanggan, agar mau berbisnis lagi dengan dengan perusahaan (7) Memberikan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan Fungsi pelayanan prima melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat memenuhi dan memuaskan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya dalam rangka: (1) Memberdayakan masyarakat sebagai sebagai pelanggan pelayanan publik. (2) Membangun dan menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah (Amanah, 2021).

#### **Indikator Pelayanan Prima**

Menurut Atep, mengembangkan "budaya pelayanan prima menjadi 6 (enam) yaitu antara lain kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), perhatian (attention), tindakan (action), dan tanggungjawab (accountability)" yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut (Atep, 2003): (1) Kemampuan (ability) Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan public relation sebagai instrumen dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi/perusahaan. (2) Sikap (attitude) Sikap adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah. (3) Penampilan (appearance) Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. (4) Perhatian (attention) Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritikan dari pelanggan. (5) Tindakan (action) Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. (6) Tanggung jawab (accountability) Tanggung jawab yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

#### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam ilmu pemasaran. Peta persaingan bisnis semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah, teknologi informasi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan bisnis. Disaat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya; dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar konsumen semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan pada tujuan utamanya (Ali Hasan). Dalam mengukur kepuasan pelanggan, setidaknya ada dua aspek penting yang saling berkaitan: (1) apa yang diukur; dan (2) metode pengukuran. Mengingat kepuasan pelanggan merupakan ukuran yang relatif, maka pengukuran tidak boleh hanya bersifat "one time, single shot studies". Justru sebaiknya mengukur kepuasan pelanggan harus dilakukan secara reguler agar dapat menilai setiap perubahan yang terjadi dalam kaitannya dengan jalinan relasi dengan setiap pelanggan.

#### **Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Teknik pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Chase R, 1978) : (1) Pengukuran secara langsung dengan skala sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, sangat tidak puas (2) Responden diberi pertanyaan tentang seberapa besar mereka mengharapkan suatu hal seberapa besar hal yang mereka rasakan (3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan perbaikan yang mereka sarankan untuk perusahaan (4) Responden diminta untuk membuat peringkat atribut dan penawaran perusahaan berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut dan seberapa baik kinerja perusahaan (Budhi, 2018).

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat 5 (lima) variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: (1) Tangible Yang dilakukan pengukuran diantaranya: penampilan fisik seperti: Gedung, Kerapian, Kebersihan, Kenyamanan Ruangan,

Kelengkapan fasilitas dan penampilan karyawan (2) Reliability Yang dilakukan pengukuran diantaranya: Akurasi informasi, penanganan konsumen, kemudahan pemesanan, penyediaan pelayanan sesuai perjanjian, penanganan masalah konsumen, dan penyediaan pelayanan tepat waktu (3) Responsiveness Yang dilakukan pengukuran: kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kerja tim yang baik, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, penanganan keluhan pelanggan, siap sedia menanggapi pertanyaan konsumen, penyampaian informasi pada saat pelayanan, pemberian layanan ekstra, dan kemauan untuk membantu pelanggan (konsumen) (4) Assurance Yang dilakukan pengukuran: meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat, pelayanan yang adil pada pelanggan, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (5) Empathy Yang dilakukan pengukuran: Kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan Dari data pengukuran melalui kuesioner dilakukan pengolahan secara statistik, maka akan didapat variabel mana yang berperan dalam kepuasan pelanggan (Didin, 2019).

No	Penulis, Tahun dan Tempat Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
1.	“Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi”, Prima Nugraha S., 2010, Kantor Sekretariat kabupatrn Dairi.	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui budaya organisasi dan kinerja pegawai yang ada pada Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi. Dan secara khusus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi.	Metode penelitian adalah Kuantitatif, Kuisisioner dan observasi, Koefisien Product Korelasi Moment.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa diperoleh hasil bahwa budaya organisasi pada Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi berada pada kategori yang sangat tinggi. Sedangkan kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi pun pada kategori tinggi, hal ini berdasarkan presentase jawaban responden.
2.	“Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo”. Yurike Ari Susanti dan Renny Oktafia, 2020, Hotel Walan Syariah Sidoarjo.	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui implementasi pelayanan prima pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo dan dampak dari implementasi dalam peningkatan kepuasan customer Hotel Walan Syariah.	Metode penelitian adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan deskriptif.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima yang ada di Hotel Walan Syariah dinilai baik berdasarkan enam indikator, yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab. Pelayanan prima ini berdampak positif dan memberikan manfaat yang baik bagi hotel tersebut. Para pelanggan merasa sangat puas

				dengan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Walan Syariah Sidoarjo, yang juga menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan.
3.	“Pengaruh Variabel Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Maegonda Raya)”. Silvester Kukuh, 2009, Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Maegonda Raya.	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel dalam pelayanan prima (service excellence) terhadap kepuasan konsumen pada Bank Negara Indonesia cabang Jalan Margonda Raya. Variabel-variabel pelayanan prima yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), perhatian (attention), tindakan (action) tanggung jawab (accounttability),kenyamanan, dan ketepatan yang kemudian dijabarkan menjadi beberapa item variable.	Metode penelitian adalah dengan memberikan kuisioner kepada konsumen.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima secara simultan mempengaruhi kepuasankonsumen, secara parsial semua variabel yang digunakan signifikan dan variabel tanggung jawab mempunyai tingkat hubungan paling kuat / paling signifikan.
4.	Kualitas Pelayan Publik dan Kepuasan Pelanggan, Yulianti, 2013, Kota Riau	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan publik dan kepuasan pelanggan pada proses klaim Jaminan Hari Tua (JHT).	Metode penelitian adalah kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling acak sederhana (simple random sampling). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 90 orang responden. Analisis statistik yang digunakan untuk	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan pada masing-masing indikator memperlihatkan bahwa tingkat pencapaian kualitas pelayanan publik dapat dikategorikan tinggi. Sedangkan skor rata-rata harapan pelanggan atas kualitas pelayanan adalah sebesar 4,47 sehingga diperoleh skor kesenjangan antara persepsi (kenyataan) yang dirasakan oleh pelanggan dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan yang belum terpenuhi adalah sebesar -0,63. Kondisi ini menunjukkan bahwa

			menguji hipotesis dalam penelitian ini ada-lah analisis deskriptif dan analisis statistik. Proses perhitungan dilakukan dengan bantuan paket program SPSS for Windows Versi 17.	kepuasan pelanggan atas pelayanan.
5.	<p>“Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web” Endro Prihastono, 2012, Penelitian ini menggunakan design kuisisioner yang langsung diberikan kepada pelanggan melalui perangkat lunak berbasis web yang sekaligus dibuat dalam penelitian ini</p>	<p>Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan customer service yakni memberikan informasi yang cepat, tepat dan akurat berkaitan dengan kualitas pelayanan customer service, melalui website</p>	<p>Metode penelitian adalah Kuantitatif, Kuisisioner, Analisis Data</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan customer service yang berbasis web sangat dipengaruhi oleh faktor kehandalan dan tanggapan. Responden yang merasa puas dengan pelayanan customer service berbasis web memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi jika pelayanan tersebut dapat memberikan informasi yang cepat, tepat, dan akurat. Faktor lain seperti penampilan fisik dan kepastian juga mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi tidak sebesar kehandalan dan tanggapan. Dalam sintesis, penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan customer service yang berbasis web dapat</p>

				ditingkatkan dengan meningkatkan kehandalan dan tanggapan pelayanan. Pelayanan yang cepat dan tepat dalam memberikan informasi serta memiliki kemampuan untuk menangani keluhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitasnya terhadap perusahaan
--	--	--	--	---

Untuk mengoptimalkan pelayanan publik, budaya pelayanan harus ditanamkan di setiap organisasi. Hal ini melibatkan nilai-nilai seperti keramahan, responsivitas, dan kejujuran, yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Pelayanan prima, yang melampaui harapan pelanggan, penting dalam berbagai konteks, termasuk di sekolah dan layanan pemerintahan, dan mencakup aspek-aspek seperti kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab. Pengukuran kepuasan pelanggan, yang dilakukan secara reguler, memberikan umpan balik untuk perbaikan berkelanjutan dalam kualitas layanan .

**SIMPULAN**

Kesimpulan dari materi tentang budaya layanan yang kuat, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan adalah bahwa ketiga aspek tersebut saling terkait dan saling mempengaruhi dalam menciptakan kesuksesan sebuah organisasi atau perusahaan. Budaya layanan yang kuat mencerminkan nilai-nilai dan norma yang dianut oleh perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Pelayanan prima adalah implementasi dari budaya layanan tersebut, yang mana perusahaan berusaha memberikan layanan terbaik yang melebihi ekspektasi pelanggan. Akhirnya, kepuasan pelanggan adalah hasil yang diharapkan dari pelayanan prima tersebut, dimana pelanggan merasa nilai yang mereka terima sesuai atau melebihi apa yang mereka bayar. Secara keseluruhan, perusahaan yang berhasil menerapkan budaya layanan yang kuat dan pelayanan prima cenderung memiliki pelanggan yang lebih puas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, citra positif perusahaan, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, budaya layanan yang kuat, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan saling terkait dalam menciptakan nilai dan keberhasilan yang berkelanjutan bagi perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ali Hasan. 2008. Marketing, (Yogyakarta: Media Perssindo).  
 Amanah Paok Motong, Penerapan Fungsi Pelayanan Prima (Service Excellence) Oleh Coustemer Service Pada Pt. Bprs Tulen Amanah Paok Motong, 2021.  
 Atep Adya Barata. 2003. Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.  
 Basuki, P. D. 2013. Budaya Pelayanan Publik. Jakarta: Hartomo Media Pustaka.  
 Budhi Adhiani C. 2018. "Pengukuran Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Bidang Akademik Politeknik Negeri Semarang". Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS). Vol 1. no 1.  
 Daryanto, dkk. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima., Yogyakarta: Penerbit Gava Media.  
 Didin fatihudin, M.Anag firmansyah. 2019. Pemasaran jasa, startegi mengukur kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sardonoraharjo : CV Budi Utama.  
 Kaufman, Ron. 2012. Uplifting Service: The Proven Path to Delighting Your Customers, Colleagues, and Everyone Else You Meet. Evolve Publishing, Inc, USA.



- Nina Rahmayanty. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Nurul Yaqien, "Urgensi Pelayanan Prima Dalam Peningkatan Mutu Pembelajaran Di Lembaga Pendidikan Islam," *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 2, no. 1 (2017): 11–21.
- Ostrom, A, Bitner, M, Brown, S, Burkhard, K, Goul, M and Smith-Daniels, V. 2010, Moving forward and making a difference: Research priorities for the science of Service, *Journal of Service Research*, vol. 13, no. 1, pp. 4-36.
- Robiansyah, "Budaya Pelayanan Konsep Dan Pengukuran," *Forum Ekonomi*" Vol 19, no. 2 (2017)
- Ryan, Cooper, and Tauer, "Pelayanan Prima Dan Unsur - Unsurnya," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2013, 12–26.
- Ueno, Akiko. 2012. Which HRM practices contribute to service culture? *Total Quality Management*. Vol. 23, No. 11, November, 1227-1239.
- Yamil CA Achir. 1998. *Round Table Discussion Tentang Pengembangan Budaya Kerja Dalam Perspektif Islam*. 2018.