Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Satuan Kerja Di Lingkup Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I

Eka Purwanda
Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Putri Sayekti
Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan yang bergerak pada perusahaan manufaktur maupun perusahaan dibidang jasa harus mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang prima.

Pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal), ***(Nina Rahmayanty, 2010 : 18)****. Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan* ***Engel et al (1990)*** *dalam* ***Fandy Tjiptono (2004:146)****.*

Unit analisis dan penarikan sampel dalam penelitian ini adalah para satuan kerja (SATKER) Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I. Berdasarkan hasil pembahasan diketahui bahwa secara simultan pelayanan prima memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan satuan kerja dengan koefisien determinasi 0,681 atau 68,1% adapun sisanya sebesar 31,9% yang disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar ke enam variabel tersebut yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Hasil pengaruh pelayanan prima (kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), perhatian (attention), tindakan (action), tanggungjawab (accountability)) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan satuan kerja di Lingkup Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I (KPPN Bandung I).

Kata Kunci *: kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggungjawab, dan Kepuasan Satuan Kerja (SATKER).*

PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas, bukan hanya perusahaan saja yang harus memperhatikan kepuasan konsumen, instansi pemerintah juga harus memperhatikan kepuasan masyarakat, karena tugas utama instansi pemerintah yaitu melayani masyarakat. Seperti yang terjadi di salah satu instansi pemerintah di jawa barat yaitu Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I (KPPN bandung I) di tahun 2010, 2011, 2012 dan 2013 masih ada saja keluhan dari para satuan kerja dilingkup KPPN Bandung I atas ketidakpuasan mereka terhadap pelaya-

nan yang diberikan di KPPN Bandung I.

Tabel 1 Hasil nilai kepuasan responden (Satuan Kerja) KPPN Bandung I

TAHUN	JUMLAH RESPONDEN	NILAI KINERJA
2010	138	83,29
2011	122	86,834
2012	160	74,96
2013	106	96,51

Sumber : Laporan penilaian kinerja KPPN Bandung I tahun 2010, 2011, 2012 dan 2013.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Satuan Kerja Atau Instansi Di Lingkup Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I".

KAJIAN PUSTAKA

Pelayanan Prima

Terdapat beberapa pengertian pelayanan prima salah satunya adalah pengertian menurut **(Nina Rahmayanty, 2010 : 18)**. Pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).

Dalam memberikan pelayanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima yang dijelaskan oleh **Barata (2004 : 31-32)** yaitu variabel pelayanan prima tersebut ialah :

a. Kemampuan (*Ability*)
   Kemampuan (*Ability)* adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan mitovasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi atau perusahaan.
b. Sikap (*Attitude*)
   Sikap (*Attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.
c. Penampilan (*Appearance*)
   Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
d. Perhatian (*Attention*)
   Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.
e. Tindakan (*Action*)
   Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan akan kembali.
f. Tanggungjawab (*Accounttability*)
   Tanggung jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu " *customer satisfaction is the outcome felt by buyers who have experienced a company performance that has fulfilled expectations*", artinya kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pelanggan yang telah mengalami

kinerja dari suatu perusahaan sesuai dengan yang dia harapkan. Menurut **Kotler** (1995 : 46) dalam bukunya **Fajar Laksana (2008 : 98)**.

Penelitian Terdahulu

Sebagai landasan penelitian maka penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian berkaitan dengan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Silvester Kukuh (2009), yang meneliti mengenai pengaruh variabel pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen.
2. Emma Dwi Ariyani (2011), yang meneliti mengenai penerapan pelayanan prima sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di politeknik manufaktur negeri Bandung.

HIPOTESIS

Berdasarkan masalah pokok penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka sebagai hipotesis adalah :

1. Semakin baik pelayanan prima yang diberikan maka satuan kerja akan semakin merasa puas.
2. Semakin baik kemampuan (*ability*) yang dimiliki oleh petugas pelayanan maka satuan kerja akan semakin merasa puas atas pelayanan yang ia terima.
3. Semakin baik sikap (*attitude*) yang dimiliki oleh petugas pelayanan maka satuan kerja akan semakin merasa puas atas pelayanan yang ia terima.
4. Semakin baik penampilan (*appearance*) yang dimiliki oleh petugas pelayanan maka satuan kerja akan semakin merasa puas atas pelayanan yang ia terima.
5. Semakin baik perhatian (*attention*) yang dimiliki oleh petugas pelayanan maka satuan kerja akan semakin merasa puas atas pelayanan yang ia terima.
6. Semakin baik tindakan (*action*) yang dimiliki oleh petugas pelayanan maka satuan kerja akan semakin merasa puas atas pelayanan yang ia terima.
7. Semakin baik tanggungjawab (*accounttability*) yang dimiliki oleh petugas pelayanan maka satuan kerja akan semakin merasa puas atas pelayanan yang ia terima

OBJEK METODE PENELITIAN

Objek penelitian merupakan hal yang dipelajari atau diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah Satuan Kerja (SATKER) atau Instansi yang ada di lingkup Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Bandung I.

Subjek yang diteliti dari penelitian ini adalah mendeteksi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Satuan Kerja atau Instansi di lingkungan KPPN Bandung I.

Desain penelitian merupakan suatu proses yang diperlukan dalam perencanaan dalam rangka melakukan penelitian guna menggambarkan proses pengamatan, memilih prosedur, pengukuran variabel, teknik sampling, alat-alat yang digunakan dalam pengumpulan data dan memproses data yang telah dikumpulkan untuk kemudian dibuat laporan penelitian.

Desain dan penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah survey yaitu survey yang menggunakan pendekatan yang sifatnya menjelaskan atau survey eksplanasi (*explanation survey*). Sedangkan tingkat ekplanasinya sendiri menggunakan metode deskriptif dan asosiatif, **(Sugiyono, 2004 : 11)**.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, **(Sugiyono, 2011 : 29)**. Bisa diartikan juga penelitian deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Penelitian deskriptif ini dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah

apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis nol (H_o) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih tapi bersifat mandiri, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan, **(Iqbal hasan, 2010 : 185)**.

Analisis Regresi Berganda

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

Dimana ;
Y = Kepuasan konsumen
b_1 = Koefesien regresi variabel X1 (Ability)
b_2 = Koefesien regresi variabel X2 (Attitude)
b_3 = Koefesien regresi variabel X3 (Appearance)
b_4 = Koefesien regresi variabel X4 (Attention)
b_5 = Koefesien regresi variabel X5 (Action)
b_6 = Koefesien regresi variabel X6 (Accountabili
X1 = Kemampuan (Ability)
X2 = Sikap (Attitude)
X3 = Penampilan (Appearance)
X4 = Perhatian (Attention)
X5 = Tindakan (Action)
X6 = Tanggungjawab (Accounttability)

Rancangan Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), tindakan (action), tanggungjawab (accounttability) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu kemampuan (ability), sikap (attitude), penampilan (appearance), tindakan (action), tanggungjawab (accounttability) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variable terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Uji Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

a. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
b. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Uji Parsial (Uji t)

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

a. Apabila angka probabilitas signifikani > 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
b. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Pengujian Reliabilitas

Tingkat realibilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Hasil perhitungan reliabilitas oleh SPSS menunukan bahwa semua nilai r hitung pada output > 0,60 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel pada penelitian dinyataan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Karena menggunakan Regresi Linear Berganda maka pengujian asumsi klasik harus terpenuhi sebelum melakukan pengujian lainnya.

Dari hasil pengujian Asumsi Klasik diperoleh hasil bahwa dalam penelitian tidak terjadi multikolinear, tidak terdapat Autokorelasi, tidak adanya Heteroskedastisitas, dan data yang diperoleh bersifat normal maka penelitian ini dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan satuan kerja secara simultan (bersama-sama)

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X tersebut secara simultan terhadap variabel Y adalah dengan melakukan pengujian dengan

koefisien determinasi (R Square), dimana R Square dari persamaan regresi yaitu sebesar 0,681 (tabel summary).

Tabel 2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825[a]	,681	,651	,34983	1,963

a. Predictors: (Constant), Tanggungjawab, Kemampuan, Perhatian, Penampilan, Sikap, Tindakan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : kuesioner diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,681 sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh total variabel pelayanan prima terhadap kepuasan satuan kerja adalah sebesar 68,1%, dan sisanya 31,9% dan tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uji hipotesis pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan secara simultan juga dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 3

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,967	6	,161	10,413	,000[b]
	Residual	,975	63	,015		
	Total	1,943	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Tanggungjawab, Kemampuan, Penampilan, Tindakan, Sikap, Perhatian

Sumber : kuesioner diolah

Dari tabel anova tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung}, adalah 10,413 sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel distribusi F (F-snedecor) untuk a=0,05, yaitu V_1=k ; V_2=n-k-1, di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen jadi V_2=70-6-1=63, sehingga didapat F_{tabel} sebesar 2,76 kemudian jika dibandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} maka F_{hitung} : 10,413 lebih besar dari F_{tabel} : 2,76.

Tabel 4
Hasil Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Kesimpulan
10,413	2,76	Signifikan

Sumber : kuesioner diolah

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan hasil pengujian signifikan, dengan kata lain pengaruh variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, sehingga analisis hipotesis menerima H1 yaitu terdapat pengaruh pelayanan prima (X) secara simultan terhadap kepuasan satuan kerja (Y).

Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Satuan Kerja Secara Parsial

Berdasarkan tabel koefisien pada output regresi yang telah diolah menggunakan aplikasi dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y= a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + e$$

$$Y= 1{,}013 + 0{,}138\,X1 + 0{,}094\,X2 + 0{,}088\,X3 + 0{,}140\,X4 + 0{,}118\,X5 + 0{,}125\,X6+e$$

Dan dari hasil perhitungan semua variabel Pelayanan Prima yang terdiri dari *Ability, attitude, , Appearance, , Attention, Action, dan Accountability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan kerja secara parsial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah diolah dan dijelaskan maka berikut ini kesimpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Variabel Kemampuan (*Ability*).
   Koefisien regresi variabel kemampuan (*ability*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan satuan kerja (satker). Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2,882 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel kemampuan

(*ability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti hipotesi diterima, arah koefisisen regresi positif berarti bahwa kemampuan (*ability*) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan satuan kerja.

2. Variabel Sikap (*Attitude*).
   Koefisien regresi variabel sikap (*attitude*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan satuan kerja (satker). Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2,051 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel sikap (*attitude*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan satuan kerja. Hal ini berarti hipotesis diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa sikap (*attitude*) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan satuan kerja.
3. Variabel Penampilan *(Appearance)*.
   Koefisien regresi variabel penampilan *(appearance)* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan satuan kerja (satker). Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2,016 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel penampilan *(appearance)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti hipotesis diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa penampilan *(appearance)* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Variabel Perhatian *(Attention).*
   Koefisien regresi variabel perhatian *(attention)* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan satuan kerja (satker). Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2,400 dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel perhatian *(attention)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti hipotesis diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa perhatian *(attention)* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Variabel Tindakan *(Action).*
   Koefisien regresi variabel tindakan *(action)* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan satuan kerja (satker). Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2,379 dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel tindakan *(action)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti hipotesis diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa tindakan *(action)* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6. Variabel Tanggungjawab *(Accountability)*. Koefisien regresi variabel tanggungjawab *(accountability)* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan satuan kerja (satker). Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2,088 dengan nilai signifikansi sebesar 0,041 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel tanggungjawab *(accountability)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti hipotesis diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa tanggungjawab *(accountability)* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi KPPN Bandung I.

1. *Ability* (kemampuan)
   Para karyawan di KPPN Bandung I di nilai sudah cukup baik, yakni kemampuan pengethuan dan ketermpilan, berkomunikasi dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti saat melayani Satuan kerja. Tetapi hal tersebut masih harus

terus ditingkatkan lagi akar semakin baik kemampuan yang dimiliki.

2. *Attitude* (sikap)
   Berdasarkan penelitian ini, diketahui bahwa pada sub variabel attitude mendapatkan tanggapan yang cukup baik, cara penyampaian sesuatu kepada Satuan kerja sudah baik. Saran yang diberikan penulis untuk KPPN Bandung I, lebih ditingkatkan lagi keramahan dan standart greeting dan konsistensi para karyawan saat melayani Satuan kerja yang mana hal tersebut menjadi nilai tambah untuk memberikan service excellence kepada Satuan kerja.
3. *Appereance* (penampilan).
   Berdasarkan penelitian ini, sub variabel appereance memiliki nilai terendah, maka dari itu saran dari penulis, untuk lebih meningkatkan kedisiplinan para karyawan sebaiknya ditentukan standarisasi baik itu dari segi pakaian, sepatu, dll. Agar seragam dan lebih rapi.
4. *Attention* (perhatian).
   Berdasarkan penelitian ini, sub variabel attention ini mendapat nilai tertinggi yakni para Satuan kerja dengan pelayanan yang diberikan yaitu dengan memberikan perhatian penuh kepada setiap kebutuhan Satuan kerja, menerima saran dan kritikan, dan keinginan Satuan kerja, para karyawan harus bisa memberikan semua yang Satuan kerja inginkan. Saran dari penulis, KPPN Bandung I harus mempertahankan dan terus meningkatkan pelayanan dengan memberikan perhatian kepada Satuan kerja agar Satuan kerja merasa lebih puas dan nyaman.
5. *Action* (tindakan)
   Berdasarkan penelitian ini, sub variabel action mendapat respon positif juga. Dilihat dari penilaian Satuan kerja bahwa para karyawan KPPN Bandung I cukup baik dan cepat terhadap penanganan keluhan Satuan kerja, kecepatan dalam memberikan semua keinginan Satuan kerja. Saran yang diberikan oleh penulis, para karyawan harus lebih cepat dalam menangani keluhan Satuan kerja, dan juga tepat dan benar dalam memberikan semua kebutuhan dan keinginan Satuan kerja.
6. *Accountability* (Tanggung jawab)
   Berdasarkan penelitian ini, sub variabel *accountability* mendapat respon yang cukup baik. Dilihat dari penilaian Satuan kerja yang cukup baik terhadap pelayanan yang diberikan. Saran dari penulis, seluruh karyawan harus lebih disiplin dan tetp memberi pelayanan pada saat jam istirahat karena hal tersebut merupakan salah satu upaya untuk memberikan pelayanan prima (*service excellence*) terhadap Satuan kerja agar semakin merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan KPPN Bandung 1.

DAFTAR PUSTAKA

Ariani, D. Wahyu Ariani. 2009. Manajemen Operasi Jasa. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Barata, Atep Adya. 2006. Dasar Dasar Pelayanan Prima. Jakarta : PT Elax Media Komputindo.

Barata, Atep Adya. 2004. Dasar-dasar Pelayanan Prima, Cetakan ke-2. Jakarta : PT Gramedia.

Bob Foster. 2008. Manajemen Ritel. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Emma Dwi Ariyani. 2011. penerapan pelayanan prima sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di politeknik manufaktur negeri bandung. Politeknik Manufaktur Negeri (Polman) Bandung

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis M

ultivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harini, Sri, dan Ririen Kusumawati. 2007. Metode Statistika. Jakarta : PT Prestasi Pustakaraya.

Hasan, Iqbal. 2010. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Jasfar, Farida. 2009. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Lia Mulyaningsih. 2009. Jurusan manajemen pemasaran STIE STEMBI Bandung.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa berbasis kompetensi. Jakarta : Salemba Empat.

Nazir. 2003. Metode Penelitian, cet.ke-5. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Rahmayanty, Nina. 2010. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Silvester Kukuh. 2009. pengaruh variabel pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen (studi kasus

pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya). Univesitas Gunadarma Jurusan Ekonomi Fakultas Manajemen.

Sudjana. 2005. Metode Statistika. Bandung : Tarsito.

Sudjana. 2000. Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga I Edisi Baru. Bandung : Tarsito.

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : CV. Alfabeta

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2011. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2004. Manajemen Jasa. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2005. Prinsi-prinsip Total Quality Service. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Umar, Husein. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta Utara : PT Rajagrafindo Persada.

Umar, Husein. 2005. Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Yuningsih, Tri. 2004. Jurnal JIAKP, Vol I, No 1 Januari 2004.