

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SAMSAT BANDAR LAMPUNG TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK

Rinaldi Bursan<sup>1</sup> dan Dhaniel J Chanerie<sup>2</sup>

## ABSTRACT

*Samsat (Sistem Pelayanan Satu Atap) Office Bandar Lampung is one of the government agencies that provide services to the public /community relating to the payment of taxes on motor vehicles. Samsat Office Bandar Lampung serve the average number BBNKB for two-wheeled vehicles as much as 5057 units per month. While the number of people who renew PKB to launch an average of 8959 vehicles per month. For the average car as much as 442 per month for the renew of BBNKB and 4289 for payment of PKB. The independent variable of responsiveness is the most influential variable with a regression coefficient of 0.446 and a further variable respectively are under the influence of the independent variables to the regression coefficient guarantees for 0.373, the physical appearance of the independent variables with the regression coefficient of 0.237, the independent variable of empathy with the regression coefficient of 0.203 and the independent variables to the regression coefficient reliability of 0.129 who expressed a positive effect on the quality of services to the satisfaction of the community can be accepted.*

**Keywords :** *Quality of Service, Taxpayer Satisfaction*

## ABSTRAK

Samsat (Sistem Pelayanan Satu Atap) Kantor Bandar Lampung adalah salah satu instansi pemerintah yang memberikan pelayanan kepada publik / masyarakat yang berkaitan dengan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Samsat Office Bandar Lampung melayani BBNKB jumlah rata-rata untuk kendaraan roda dua sebanyak 5057 unit per bulan. Sementara jumlah orang yang memperbaharui PKB untuk meluncurkan rata-rata dari 8959 kendaraan per bulan. Untuk rata-rata mobil sebanyak 442 per bulan untuk memperbaharui dari BBNKB dan 4289 untuk pembayaran PKB. Variabel independen ketanggapan merupakan variabel yang paling berpengaruh dengan koefisien regresi sebesar 0,446 dan variabel yang selanjutnya secara berturut menurut besar pengaruh adalah variabel independen jaminan dengan koefisien regresi sebesar 0,373, variabel independen tampilan fisik dengan koefisien regresi sebesar 0,237, variabel independen empati dengan koefisien regresi sebesar 0,203 dan variabel independen kehandalan dengan koefisien regresi sebesar 0,129 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan masyarakat dapat diterima.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib Pajak*

---

<sup>1</sup> Rinaldi Bursan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen Universitas Lampung, Jl. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung

<sup>2</sup> Dhaniel J Chanerie, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Lampung, Jl. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung

## 1. PENDAHULUAN

Pelayanan disetiap instansi maupun perusahaan merupakan kegiatan yang sangat penting. Pelayanan akan membawa dampak puas atau tidak puasnya seorang masyarakat. Masyarakat yang mendapatkan pelayanan yang baik akan merasakan puas atas apa yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Lipoyadi (2006) mengemukakan pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pengertian jasa menurut Kotler dan Keller (2007) jasa merupakan setiap tindakan atas kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk lain.

Aspek interaksi antara pihak penerima dan pemberi jasa pelayanan memiliki interaksi yang dinamis. Oleh sebab itu, pelanggan merupakan aspek penting dalam perusahaan jasa. Hakikat jasa memiliki implikasi bagaimana masyarakat mengevaluasi mutu karena jasa biasanya mempunyai kualitas pengalaman dan kepercayaan yang tinggi. Oleh sebab itu jenis jasa layanan yang dinilai pelanggan tergantung dari jenis jasanya.

Kantor Sistem Pelayanan Satu Atap (Samsat) Bandar Lampung merupakan salah satu instansi pemerintah yang memberikan pelayanan kepada publik/masyarakat yang berkaitan dengan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Samsat Bandar Lampung memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk pengurusan (1) Bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB). Pelayanan ini berupa pengurusan pembayaran pajak kendaraan bermotor baru roda dua maupun roda empat (mobil) atau pengurusan perubahan

kepemilikan kendaraan bermotor karena terjadi proses jual beli. (2) Pajak kendaraan bermotor (PKB). Pelayanan ini berupa pengurusan perpanjangan pajak kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat (mobil) rutin setahun sekali.

Kantor Samsat Bandar Lampung melayani rata-rata jumlah BBNKB untuk roda dua sebanyak 5.057 unit kendaraan perbulan. Sedangkan jumlah masyarakat yang mengurus PKB untuk motor sebanyak rata-rata 8.959 unit kendaraan perbulan. Untuk mobil rata-rata perbulan sebanyak 442 untuk pengurusan BBNKB dan 4.289 untuk pengurusan PKB. Mencermati data yang ada Kantor Samsat Bandar Lampung harus mampu memberikan pelayanan yang baik dan prima kepada masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh Samsat Bandar Lampung.

Sebagai instansi pemerintah yang bergerak di bidang pengurusan pajak kendaraan bermotor, Samsat Bandar Lampung harus menerapkan pelaksanaan konsep pemasaran menjadi hal yang harus dilaksanakan instansi pemerintah guna mencapai tujuan instansi pemerintah. Inti dari konsep pemasaran adalah menetapkan kebutuhan, dan keinginan masyarakat dalam hal ini masyarakat yang mengurus pajak sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan dalam pelayanan.

Kualitas pelayanan Samsat Bandar Lampung dapat dinilai dari pelayanan yang diberikan oleh petugas yang berinteraksi langsung dengan masyarakat sesuai dengan standar pelayanan yang ditetapkan sebagai standar pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh instansi pemerintah khususnya Samsat Bandar Lampung seperti sikap, kecepatan pelayanan, empati, penampilan dan pengetahuan tentang proses pelayanan. Keempat standar tersebut akan dinilai oleh masyarakat dan sebagai

stimulus terciptanya kepuasan atau ketidakpuasan yang diperoleh dari pengalaman pelayanan yang diperolehnya. Ketidakpuasan masyarakat biasanya dilakukan dengan pernyataan ketidakpuasan sehingga akan menurunkan citra layanan yang diberikan oleh suatu instansi pemerintah.

Secara teori pemasaran, pelanggan mengevaluasi kinerja produk/layanan secara keseluruhan dan dibandingkan dengan harapannya jika seusai maka berarti pelanggan merasa puas dengan pelayanan tersebut dan dari pengalaman tersebut maka loyalitas merupakan efek yang dapat memberikan keuntungan bagi instansi pemerintah. Kepuasan pelanggan merupakan ukuran dari kesetiaan konsumen terhadap suatu produk. Kepuasan merupakan inti dan fokus utama kegiatan pemasaran, karena hal ini merupakan satu ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah produk/layanan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana kualitas pelayanan Samsat menurut pendapat wajib pajak? dan Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wajib pajak?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan Samsat menurut pendapat wajib pajak dan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wajib pajak.

### **Kerangka Penelitian**

Pelayanan menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan setiap tindakan atas kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Instansi pemerintah dalam hal ini Samsat Bandar Lampung harus memperhatikan kebutuhan konsumen, sebab pertumbuhan pelayanan akan sangat tergantung pada penilaian konsumen terhadap kinerja atau penampilan pelayanan yang ditawarkan oleh instansi pemerintah.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan *property* dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan mungkin saja terjadi dan pelayanan bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.

Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa pelayanan memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)  
Suatu pelayanan mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)  
Pada umumnya pelayanan yang diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari pelayanan tersebut.
3. Bervariasi (*Variability*)  
Pelayanan senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia pelayanan, penerima pelayanan dan kondisi dimana pelayanan tersebut diberikan.
4. Mudah Lenyap (*Perishability*)  
Daya tahan suatu pelayanan tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh beberapa faktor.

Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi

perusahaan pemerintah dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun sebagai strategi untuk tumbuh.

Keunggulan suatu produk atau pelayanan adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh produk atau pelayanan tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dari pelayanan yang diberikan pelayanan tersebut. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry dalam Kotler dan Keller (2009) memberikan pelayanan yang baik terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan pelayanan yang disebut dengan pelayanan *servqual*, yaitu :

1. *Tangibles*: Tampilan fisik pelayanan perusahaan untuk mengukur penampilan fisik, peralatan serta sarana komunikasi.
2. *Empathy*: Kemampuan perusahaan memahami keinginan konsumen dan mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan
3. *Reliability*: Kemampuan perusahaan untuk mewujudkan janji dan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat dan dapat di andalkan
4. *Responsiveness*: Ketanggapan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan tepat.
5. *Assurance*: Kemampuan perusahaan memberikan jaminan pelayanan dan untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan dalam melayani para konsumen

Pendekatan kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985). *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu

persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*Expected Service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.

Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan. Definisi umum tentang *service quality* atau yang seringkali disingkat *SERVQUAL* dinyatakan oleh Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) yaitu “*a customer’s judgment of the overall excellence or superiority of a service*”. Dengan demikian *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh.

Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).

Menurut Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) 5 dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

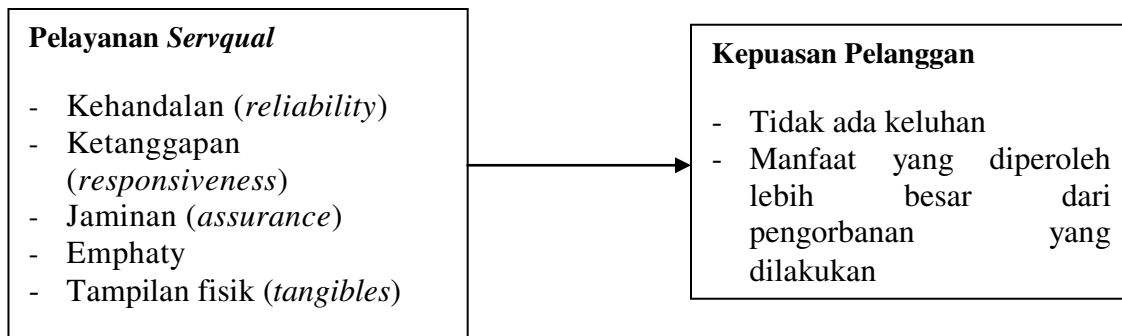
1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. ini meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan

- sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.
  3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat.
  4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan

kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen: komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*), dan sopan santun (*Courtesy*). Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahmatan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini.

5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual.

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka model penelitian yang dibangun sebagai berikut:



Hipotesis dalam penelitian ini adalah “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat”.

## 2. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer

dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dan kuesioner terhadap pemilik atau pengelola toko. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan n (jumlah sampel) paling sedikit 30. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kuesioner.

Proses wawancara dilakukan penulis dengan menggunakan *depth interview*.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian dengan analisis kualitatif merupakan penelitian yang mempunyai ciri datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya, dengan tidak diubah dalam bentuk simbol-simbol atau bilangan. Tipe penelitian deskriptif bertugas untuk melakukan representasi obyektif mengenai gejala-gejala yang terdapat di dalam masalah penelitian. Representasi itu dilakukan dengan mendeskripsikan gejala-gejala sebagai data atau fakta sebagaimana adanya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik dan Deskripsi Jawaban Responden

Setelah dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang wajib pajak yang mengur pajak kendaraan bermotornya di Kantor Samsat Bandar Lampung diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki mendominasi jumlah konsumen yang mengurus pajak kendaraan bermotor pada Samsat Bandar Lampung. Jumlah kelompok laki-laki sebanyak 82% dan perempuan sebanyak 18%. Memperhatikan komposisi masyarakat yang mengurus PKB mayoritas laki-laki sebaiknya dalam melayani masyarakat pihak Samsat harus memperhatikan fasilitas yang lebih banyak digunakan kaum laki-laki seperti ruangan khusus bagi perokok dan memberikan tempat khusus bagi loket perempuan yang akan mengurus PKB, dengan demikian pelayanan yang dilakukan oleh Samsat Bandar Lampung dapat maksimal.

Hasil deskripsi jawaban responden untuk masing-masing dimensi layanan kehandalan diketahui bahwa Pelayanan yang diberikan oleh Samsat Bandar Lampung tepat waktu, dijawab dengan rata-rata setuju oleh masyarakat yang mengurus pajak. Skor yang diberikan adalah 4.

Jika melihat pelayanan yang diberikan pegawai Samsat terlihat waktu penyelesaian dapat diselesaikan tepat waktu. Hal ini dapat dilakukan karena Samsat Bandar Lampung memiliki standar waktu maksimal dalam menyelesaikan pembayaran pajak oleh masyarakat. Pelayanan yang diberikan oleh Samsat Bandar Lampung dilakukan dengan sikap simpatik dan tanpa kesalahan. Hal ini dianggap oleh sebagian besar masyarakat sudah dilakukan dengan baik oleh Samsat Bandar Lampung. Kesalahan dalam pengurusan pajak harus dihindari agar tidak terjadi masalah hukum pada wajib pajak dikemudian hari. Masyarakat rata-rata skor yang diberikan 4. Pelayanan yang diberikan oleh Samsat Bandar Lampung dapat dipercaya. Kepercayaan ini dianggap masyarakat dapat dilaksanakan dengan baik oleh para pegawai Samsat. Kepercayaan ini penting karena menyangkut hak milik seseorang. Masyarakat menilai pegawai Samsat dapat dipercaya dengan rata-rata skor 4.

Hasil jawaban responden atas dimensi ketanggapan, masyarakat yang mendapatkan layanan menyatakan bahwa Karyawan Samsat Bandar Lampung memiliki kemauan yang kuat dalam membantu pelanggan. Masyarakat yang mengurus PKB menilai untuk pertanyaan ini menyatakan baik dengan skor 4.

Pegawai Samsat Bandar Lampung yang melayani dipandang cakap dalam melayani masyarakat terutama pegawai samsat mau membantu pelanggan, memberikan pelayanan yang baik dan melayani dengan cepat. Karyawan Samsat Bandar Lampung memberikan pelayanan dengan baik. Selama ini Samsat sudah memberikan pelayanan yang baik dengan dan para petugas melayani dengan sigap membantu dalam pengisian formulir pengurusan pajak kendaraannya. Karyawan Samsat Bandar Lampung melayani dengan cepat. Kecepatan pelayanan merupakan faktor penting dalam memuaskan masyarakat yang mengurus pajak kendaraannya. Masyarakat

merasa baik atas pelayanan dalam hal ketanggapan dan memberikan skor 4.

Jawaban masyarakat tentang dimensi jaminan setelah mendapatkan pelayanan, menyatakan bahwa Karyawan Samsat Bandar Lampung menjalin komunikasi dengan baik. Hal ini sudah dilakukan dengan baik oleh setiap karyawan, karena karyawan dibekali pengetahuan untuk membantu masyarakat dalam mengisi form isian pajak kendaraannya. Hal ini terbukti dari masyarakat memberikan skor 4 artinya masyarakat merasakan layanan jaminan yang diberikan baik. Karyawan Samsat Bandar Lampung menjaga kredibilitas. Hal ini dianggap masyarakat sudah dilakukan dengan baik dan diberi skor 4. Karyawan Samsat tidak diperkenankan memberikan tambahan biaya diluar tarif yang sudah ditetapkan. Dengan demikian kredibilitas Samsat di mata masyarakat baik.

Karyawan Samsat Bandar Lampung menjaga dengan baik keamanan dokumen. Selama ini tidak pernah terjadi masyarakat mengadukan pihak Samsat tentang kehilangan dokumen saat mengurus pajak kendaraannya. Berdasarkan hal tersebut masyarakat memberikan nilai 4 berarti baik atas pertanyaan ini. Karyawan Samsat Bandar Lampung memiliki kompetensi yang baik dalam melayani. Karyawan yang melayani masyarakat sudah dibekali dengan pengetahuan yang cukup tentang tata cara pengurusan dokumen pajak. Dengan demikian masyarakat tidak akan mengalami kesulitan dalam mengurus pajak kendaraannya. Keadaan ini dibuktikan dengan masyarakat merasakan kemampuan karyawan baik dan memberikan nilai 4 atas pertanyaan ini. Karyawan Samsat Bandar Lampung melayani dengan sopan dan santun. Hal ini sudah dilakukan dengan baik oleh karyawan samsat. Masyarakat merakaan pelayanan yang baik dan memberikan skor 4 untuk hal ini.

Pada dimensi empati masyarakat yang mendapatkan pelayanan di Kantor Samsat menyatakan bahwa Kemampuan karyawan membantu masyarakat dalam mengurus pajak kendaraannya. Pertanyaan tentang karyawan Samsat Bandar Lampung mau membantu kesulitan masyarakat dalam mengurus pajak kendaraannya, dijawab dengan baik dan dengan rata-rata skor 4. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat yang mengalami kesulitan dengan mudah akan dibantu oleh karyawan Samsat. Karyawan Samsat Bandar Lampung memahami kebutuhan para tamu. Hal ini dibuktikan dengan pemisahan, masyarakat yang akan mengurus pajaknya. Pemisahan ini dalam bentuk loket-loket sesuai dengan jenis kendaraan yang akan diurus. Dengan demikian masyarakat terlayani dengan baik dan memberikan skor 4.

Dimensi terakhir dari kualitas layanan adalah tampilan fisik. Masyarakat menyatakan pendapatnya terhadap tampilan fisik Kantor Samsat Bandar Lampung sebagai berikut Samsat Bandar Lampung memiliki fasilitas fisik yang baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan tersedianya ruang tunggu yang nyaman. Kantin yang baik dan bersih sehingga masyarakat yang mengurus pajaknya dapat menunggu dengan nyaman. Untuk pertanyaan ini masyarakat memberikan penilaian 4. Samsat Bandar Lampung dilengkapi dengan penggunaan teknologi informasi yang dapat diakses dengan mudah. Teknologi ini penting sehingga bagi sebagian masyarakat yang akan mengurus dapat mengetahui tata cara pengurusan. Dengan demikian pengurusan dokumen dapat dilaksanakan dengan lancar. Masyarakat merasakan pelayan yang baik dengan hal ini dan memberikan skor 4. Penampilan karyawan Samsat Bandar Lampung baik. Hal ini dibuktikan dengan seluruh karyawan dilengkapi dengan seragam. Sehingga masyarakat dapat mengurus pajaknya langsung dengan karyawan. Pemakaian seragam ini juga untuk menghindari percaloan dalam mengurus pajak. Masyarakat

merasakan baik untuk hal ini dan memberikan skor 4.

### Hasil Analisis Regresi

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang

diteliti dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk dapat menjelaskan fenomena yang dianalisis. Pengujian kelayakan model dilakukan dengan menggunakan Uji F, dimana hasilnya disajikan dalam Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil Pengujian Kelayakan Model

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2512,504	3	837,501	66.865	0.000
Residual	989,496	47	12.525		
Total	3502.000	52			

Pengujian kelayakan model dilakukan dengan menganalisis nilai signifikansi dari Uji F yaitu sebesar 0.000 yang kurang dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan, yaitu kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan kasat mata (tampilan fisik) merupakan variabel yang tepat/layak untuk menjelaskan terjadinya variasi dalam variabel

kepuasan masyarakat yang mengurus PKB pada Kantor Samsat Bandar Lampung.

### Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji t. Hasil pengujiannya disajikan dalam Tabel 2 berikut ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-4.305	2.674		-1.610	0.111
Kehandalan	0.129	0.028	0.129	4.607	0.001
Ketanggapan	0.446	0.090	0.442	4.956	0.006
Jaminan	0.373	0.119	0.298	3.140	0.003
Empati	0.203	0.104	0.201	3.584	0.023
Tampilan fisik	0.237	0.094	0.233	2.521	0.007

Dengan menggunakan persamaan regresi pada model regresi berganda di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1.  $\beta_2 = 0.446$  \_  $\beta_2$  bertanda positif yang berarti bila ketanggapan ditingkatkan maka kepuasan masyarakat yang mengurus PKB di Kantor Samsat Bandar Lampung juga akan meningkat.

Peningkatan ketanggapan ini dapat dilakukan dengan memberikan pengertian kepada karyawan Samsat untuk membantu dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat saat mengurus PKB.

2.  $\beta_3 = 0.373$  \_  $\beta_3$  bertanda positif yang berarti bila jaminan ditingkatkan maka kepuasan masyarakat yang mengurus



PKB di Kantor Samsat Bandar Lampung juga akan meningkat. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan terus berkomitmen menjaga keamanan dokumen milik masyarakat yang mengurus pajaknya.

3.  $\beta_5 = 0.237$  \_  $\beta_5$  bertanda positif yang berarti bila tampilan fisik ditingkatkan maka kepuasan masyarakat yang mengurus PKB di Kantor Samsat Bandar Lampung juga akan meningkat. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan memperbaiki fasilitas ruang tunggu menjadi lebih nyaman, menyediakan lebih banyak loket pengurusan sehingga penumpukan pengurusan PKB saat tertentu dapat dihindari.
4.  $\beta_4 = 0.203$  \_  $\beta_4$  bertanda positif yang berarti bila empati ditingkatkan maka kepuasan masyarakat yang mengurus PKB di Kantor Samsat Bandar Lampung juga akan meningkat. Karyawan harus mampu memahami keinginan masyarakat dalam mengurus PKB. Hal yang dapat dilakukan adalah menyelesaikan pengurusan tepat waktu.
5.  $\beta_1 = 0.129$  \_  $\beta_1$  bertanda positif yang berarti bahwa bila kehandalan ditingkatkan maka kepuasan masyarakat yang mengurus PKB di Kantor Samsat Bandar Lampung juga akan meningkat. Hal yang perlu ditingkatkan adalah dengan meningkatkan sikap simpatik pada karyawan Samsat.

Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa dari kelima variabel independen yang diuji pengaruhnya terhadap kepuasan masyarakat yang mengurus PKB pada Kantor Samsat Bandar Lampung, maka variabel independen ketanggapan merupakan variabel yang paling berpengaruh dengan koefisien regresi sebesar 0,446 dan variabel yang selanjutnya secara berturut-turut menurut besar pengaruh adalah variabel independen jaminan dengan koefisien regresi sebesar 0,373, variabel

independen kasat mata dengan koefisien regresi sebesar 0,237, variabel independen empati dengan koefisien regresi sebesar 0,203 dan variabel independen kehandalan dengan koefisien regresi sebesar 0,129.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat dapat diterima. Hal ini didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0.05.
2. Hasil dekriptif variabel menyatakan bahwa rata-rata jawaban masyarakat yang mengurus PKB pada kantor Samsat Bandar Lampung berdasarkan variabel penelitian sebagai berikut;
  - a. Kehandalan rata-rata skor yang diberikan adalah 4.
  - b. Ketanggapan rata-rata skor yang dinyatakan adalah 4.
  - c. Jaminan rata-rata skor yang dinyatakan adalah 4.
  - d. Empati rata-rata skor yang dinyatakan adalah 4.
  - e. Tampilan fisik rata-rata skor yang dinyatakan adalah 4
3. Variabel independen ketanggapan merupakan variabel yang paling berpengaruh dengan koefisien regresi sebesar 0,446 dan variabel yang selanjutnya secara berturut-turut menurut besar pengaruh adalah variabel independen jaminan dengan koefisien regresi sebesar 0,373, variabel independen tampilan fisik dengan koefisien regresi sebesar 0,237, variabel independen empati dengan koefisien regresi sebesar 0,203 dan variabel independen kehandalan dengan koefisien regresi sebesar 0,129.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ghazali, I. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gilbert, G. Ronald etc. 2004. *Measuring Costumer Satisfaction in The fastfood Industry; a Cross National Approach*. Journal of Service Marketing. Emerald Group Publishing Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid I dan II*. Indeks Jakarta
- Kasali, Rhenald, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Parasuraman, Zeithaml and Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Fall 1985, pp. 41-50.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat Jakarta
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurrahman, 2007. *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Pustaka Setia Jakarta
- Swasta DH, Basu dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE Jogjakarta
- Umar, Hussein, 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta