

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR SAMSAT KABUPATEN LUWU UTARA

Oleh :

Moh. Aris Pasigai

(FEBIS UNISMUH Makassar)

e-mail: mohammadarispasigai.man@gmail.com

Abstrack

Office of Samsat as an institution that provides services Motor Vehicle Registration, Payment of Motor Vehicle Tax, Customs of Vehicle (BBN-KB), and the Contribution Payer Funds Accident Road Traffic (SWDKLLJ), which also involves three agencies namely: Dispenda Province, Police and Prog continually strive to improve service quality through an increase in each dimension kualiatas services, namely: Responsiveness, Reliability, Emphaty, Assurance, and Tangible. Analysis was performed on the dimensions of service quality is to look at the gap between expectation and reality perceived by the customer through the answers given in the questionnaire. The analysis showed that the ratio between the value of expectations with reality values for each dimension of quality is still negative, which means high customer expectations on every dimension of service quality have not been obtained in the real service of office workers SAMSAT Luwu Utara. Values for each dimension kualiapelayanan gap is at -0.86 Responsiveness, Reliability of -1.03, -0.74 amounted Emphaty, Assurance -0.99, and -1.10 for Tangible.

Key Words : Service Quality, Customert satisfaction, Office Of Samsat

Abstrak

Kantor Samsat sebagai institusi yang memberikan pelayanan jasa Pendaftaran Kendaraan Bermotor, Pembayarann Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ), yang didalamnya melibatkan tiga instansi yaitu : Dispenda Provinsi, Polri, dan Jasa Raharja terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya melalui peningkatan pada setiap dimensi kualiatas jasa, yaitu : Responsiveness, Reliability, Emphaty, Assurance, dan Tangible. Analisis dilakukan terhadap dimensi-dimensi kualitas jasa ini untuk melihat gap antara harapan dan kenyataan yang dipersepsikan oleh pelanggan melalui jawaban-jawaban yang disampaikan dalam kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa perbandingan antara nilai harapan dengan nilai kenyataan untuk setiap dimensi kualitas masih negatif, yang berarti harapan pelanggan yang tinggi terhadap setiap dimensi kualitas pelayanan tersebut belum didapatkan dalam pelayanan yang nyata dari para karyawan kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara. Nilai gap untuk setiap dimensi kualias pelayanan adalah Responsiveness sebesar -0,86, Reliability sebesar -1,03, Emphaty sebesar -0,74, Assurance -0,99, dan Tangible sebesar -1,10.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kantor Samsat

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam pelaksanaan Sistem Administrasi Manunggal Di Bawah Satu Atap (SAMSAT) telah mampu meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam memenuhi kewajiban di bidang pendaftaran kendaraan bermotor, pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ).

Pada dasarnya Samsat harus ada pada setiap Kabupaten dan Kota, dengan memperhatikan situasi, kondisi, dan kebutuhan daerah yang

bersangkutan agar dapat memudahkan masyarakat untuk memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

Kantor Samsat Luwu Utara didalamnya terdapat tiga instansi yaitu, Dipenda Provinsi Sul-Sel, Polri, dan Jasa Raharja dimana ketiga instansi tersebut mempunyai wewenang dan tanggung jawab masing-masing terkait dengan pelayanan pajak kendaraan bermotor.

Samsat sebagai Organisasi dalam pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Pelayanan prima bukan sesuatu yang tiba-tiba, tetapi merupakan suatu upaya yang dipersiapkan secara matang atau perbaikan terus-menerus untuk menghasilkan

pelayanan yang optimal bagi pelanggan dan kepuasan bagi pelanggan.

Organisasi merupakan suatu sistem dan bentuk hubungan antara wewenang dan tanggung jawab, antara atasan dan bawahan demi tercapainya tujuan yang ditetapkan semula dengan cara efisien. Hubungan antara atasan dan bawahan, antara unit kerja yang satu dengan yang lain. Dalam organisasi dapat terlaksana dengan efisien apabila antara atasan dengan bawahan, antara unit-unit kerja dengan organisasi terdapat kerja sama dan saling pengertian sebaik-baiknya.

Berhasil tidaknya suatu Organisasi tergantung kepada keberhasilan Organisasi tersebut untuk mengelola rumah tangganya dan penerapan segala sistem yang mendukungnya ditambah keprofesionalan terhadap pelayanannya kepada masyarakat sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada masyarakat.

Kepuasan pelanggan hanya dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang mereka terima hal ini dapat berpengaruh pada perilaku selanjutnya apabila mereka puas mereka akan kembali untuk memakai produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian kunci keberhasilan suatu Organisasi dalam pelayanan jasa sangat tergantung kepada suksesnya organisasi tersebut dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang pendahuluan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan suatu adalah "Bagaimana pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara"

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara.
2. Untuk mengetahui perbedaan (Gap) antara harapan dan kenyataan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan (Gap) harapan dan kenyataan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai masukan ilmiah bagi tempat penelitian tentang pentingnya peningkatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Sebagai salah satu bahan referensi bagi peneliti yang ingin mengembangkan penelitian yang sejenis diwaktu mendatang.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Jasa

Jasa merupakan bagian penting dari pelayanan, jasa harus diamati dengan baik karena definisinya sangat beda dengan produk barang. Untuk dapat memahami pelayanan yang berbentuk jasa, perlu diketengahkan definisi jasa oleh Philip Kotler. "Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya jasa tersebut adalah barang tidak berwujud dan tidak dapat melibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin atau tidak mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik" (Philip Kotler : 2000:20).

Disisi lain Supranto (2001:35) mengemukakan bahwa jasa atau pelayanan merupakan kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan atau dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Dari definisi di atas maka dapat diketahui bahwa jasa merupakan bagian penting dari pelayanan dalam pelayanan jasa harus diamati dengan baik karena kondisi cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh suatu Instansi atau Organisasi.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh harapan pelanggan atas kinerja jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Dengan demikian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang mereka terima.

B. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik sebagaimana dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tidak berwujud, Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, material atau benda, maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha. Jasa bersifat *intangibile*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. Bervariasi, Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya terdapat banyak bentuk variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.
3. Tidak terpisahkan, Jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian jasa tersebut.
4. Mudah lenyap, berarti jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan.
- kesadaran dapat membawa seseorang kepada keikhlasan dan kesungguhan dalam menjalankan atau melaksanakan kehendak
2. Faktor aturan, yaitu dalam segala tindakan dan perbuatan orang, makin maju dan majemuk suatu masyarakat makin besar peranan aturan.
3. Faktor organisasi, yaitu mengorganisir suatu pelayanan dalam bentuk struktur maupun mekanismenya yang akan berperan dalam bentuk struktur maupun mekanismenya yang akan berperan dalam mutu dan kelancaran pelayanan.
4. Faktor pendapatan, yaitu seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain dan badan/organisasi baik dalam bentuk uang maupun fasilitas dalam jangka waktu tertentu.
5. Faktor kemampuan/keterampilan yang meliputi technical skill, conceptual skill dan human skill.
6. Faktor sarana pelayanan, yaitu segala jenis peralatan perlengkapan kerja dan fasilitas yang berfungsi sebagai alat pembantu dalam melaksakan pekerjaan dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan dengan orang-orang yang berhubungan dengan organisasi kerja itu.

Tjiptono (2002:46) mengemukakan kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut pendapat tersebut sebuah kualitas pelayanan atau sebagai keunggulan-keunggulan yang diberikan dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan.

Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Dengan demikian pelayanan merupakan upaya memberikan kesenangan-kesenangan kepada pelanggan, dengan adanya kemudahan-kemudahan tersebut diharapkan agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya.

Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai tingkat kemampuan (ability) dari sebuah Instansi atau Organisasi dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Pelayanan seperti diketahui merupakan bentuk memenuhi apa-apa yang diharapkan

C. Definisi Pelayanan

Organisasi dalam pelayanan jasa dapat dikatakan sukses dalam memberikan pelayanan prima apabila Organisasi tersebut memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Adapun definisi pelayanan menurut Moenir (1987:32) adalah serangkaian proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Aktivitas yang dimaksud adalah proses penggunaan otak, pikiran, panca indra, dan anggota badan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Disisi lain Moenir (1991:42) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang mendukung pelayanan masyarakat, yaitu :

1. Faktor kesadaran, yaitu berfikir melalui metode renungan, pertimbangan dan perbandingan sehingga menghasilkan keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwanya sebagai pangkal tolak untuk perbuatan, tindakan yang akan dilakukan kemudian. Adanya

pelanggan atas kebutuhan mereka. Bentuk pelayanan pada umumnya dapat dibedakan atas dua bentuk, yaitu :

1. Pelayanan atas produk berbentuk barang, yakni pelayanan yang diberikan perusahaan atas produk perusahaan berupa barang berwujud.
2. Pelayanan atas produk berbentuk jasa, yakni pelayanan yang diberikan perusahaan atas produk yang sifatnya tidak berwujud (tidak nyata).

D. Dimensi Kualitas Pelayanan/Jasa

Kualitas didefinisikan sebagai kondisi dinamis yang dihubungkan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pada umumnya Dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas jasa ada lima dimensi menurut Supranto (2001:54) diantaranya adalah:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan permintaan atau kebutuhan pelanggan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan sebaik mungkin.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

E. Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan.

Philip Kotler (1997:36) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya. Perusahaan yang sanggup

menawarkan produk atau jasa dengan mutu yang dapat diterima oleh pelanggan dari waktu ke waktu dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap pelanggannya. Dengan demikian kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada perilaku selanjutnya.

Adapun teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan Philip Kotler (2000:45). Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan puas, maka ia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali datang untuk memakai produk atau jasa lainnya. Pelanggan yang puas cenderung juga akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain. Kepuasan pelanggan masih sangat relevan sampai saat ini, karena konsep inilah yang nantinya akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Dengan demikian, tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang mereka terima.

Kepuasan pelanggan hanya dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang mereka terima. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia. Dengan demikian kunci keberhasilan suatu Instansi atau Organisasi sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya Organisasi tersebut dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya.

Ada lima hal yang harus dipenuhi untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Yoeti, H Oka (2002:35) yaitu :

1. Penuhi persyaratan permintaan pelanggan dan sesuaikan dengan produk yang ditawarkan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.
2. Kelola segmen pasar anda secara baik, pertahankan mereka, agar tidak lari pada pesaing dengan menciptakan database sehingga anda dapat menyeleksi pelanggan mana yang harus didahulukan dalam pelayanan.
3. Selalu mengkaji ulang bagaimana produk, jasa, harga dan pelayanan kita dibanding dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak yang lain.
4. Selalu tingkatkan keterampilan karyawan agar mereka selalu memberi pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

5. Sebelum karyawan diminta untuk memuaskan pelanggan, ada baiknya untuk memperhatikan kesejahteraan mereka duluan karena tidak mungkin meminta karyawan berbuat yang terbaik kalau mereka tidak mendapatkan yang terbaik.

Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh suatu penyedia jasa sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan dalam memberikan pelayanan prima demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Adapun tiga dimensi pokok dalam membangun kepuasan pelanggan tersebut adalah:

1. **Nilai.** Perkiraan pelanggan tentang kemampuan total suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.
2. **Mutu.** Keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.
3. **Pelayanan.** Aktivitas atau manfaat apapun yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

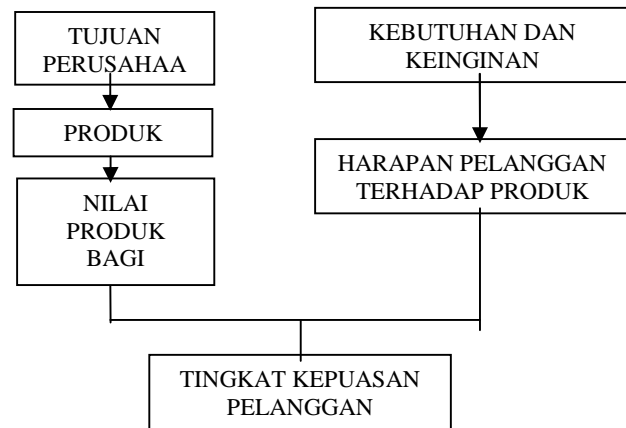
Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka ia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali datang untuk memakai produk atau jasa lainnya. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar terwujudnya pelanggan yang loyal dan setia. Dengan demikian keberhasilan suatu penyedia jasa tergantung puas tidaknya suatu pelanggan terhadap pelayanan yang mereka berikan.

Konsep kepuasan pelanggan yang tersaji pada gambar 1 di atas menurut fandy memberikan pengertian bahwa dalam suatu persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggannya, baik

pelanggan bisnis maupun konsumen akhir. Sementara itu kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.

Adapun konsep kepuasan menurut Fandy (2003:129) dapat digambarkan secara sederhana seperti gambar berikut ini :

Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Fandy Tjiptono (2003)

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

F. Persepsi Pelanggan

Persepsi merupakan perasaan pelanggan setelah merasakan jasa tersebut seperti penilaian pelanggan puas atau tidak terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Adapun definisi persepsi menurut Bilson Simamora (2002:40) Persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dimana seorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan

menginterpretasikan stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh.

Kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa dari suatu Instansi atau Organisasi, sehingga para pelanggan yang berhak menilai kualitas jasa tersebut.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan mempengaruhi perilaku pelanggan selanjutnya yaitu kemungkinan yang lebih tinggi untuk menggunakan pelayanan kembali. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, begitu pula seterusnya apabila kinerja melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas dan senang.

G. Pelayanan Yang Unggul (*Service Excellence*)

Suatu Instansi atau Organisasi yang mengandalkan jasa sebagai produknya, maka pelayanan kepada pelanggan menjadi hal yang sangat penting. Sehubungan dengan peranan *Contact Personel* yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa, setiap Instansi atau Organisasi memerlukan *service excellence*. Yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul adalah suatu cara atau tindakan karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Pelayanan pada bidang jasa dapat dikatakan memuaskan bila pelanggan merasa terpenuhi semua keinginan dan kebutuhannya akan suatu jasa sehingga pelanggan merasa bahwa apa yang diinginkan dan dibutuhkannya dapat diberikan oleh perusahaan

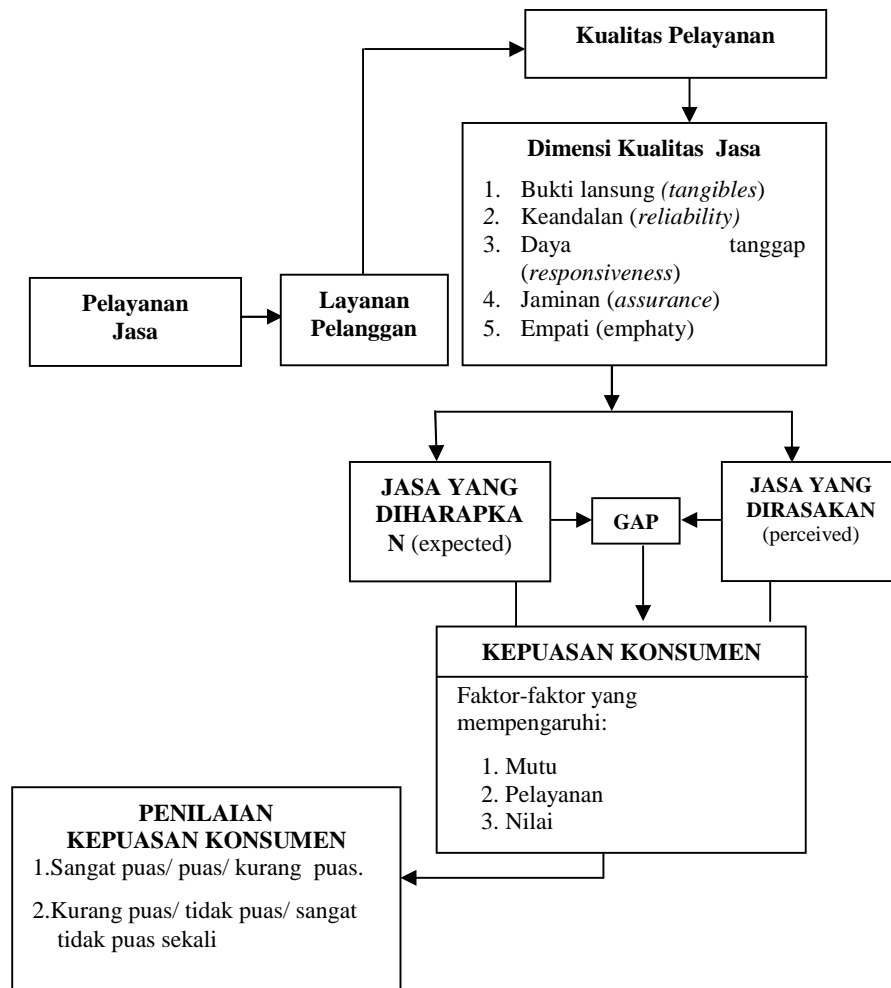
jasa secara memuaskan. Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan ini, suatu perusahaan jasa setidaknya haruslah dapat memenuhi empat faktor dasar yang satu sama lainnya saling berkaitan sehingga membentuk suatu kesatuan, maksudnya apabila ada salah satu dari faktor tersebut hilang maka dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan belum mencapai tahap memuaskan.

Keempat faktor tersebut adalah:

1. Kecepatan pelayanan. Memberikan pelanggan pelayanan terbaik kecepatan waktu dalam melayani pelanggan merupakan faktor penting, sehingga pelanggan merasa puas.
2. Ketepatan pelayanan. Dengan mengetahui keinginan dari pelanggan diharapkan dalam melayani permintaan dari pelanggan, karyawan dapat dengan tepat memberikan pelayanan yang diinginkan pelanggan, karena dengan hal ini merupakan bentuk suatu profesionalisme kerja.
3. Keramahan pelayanan. Dalam melayani pelanggan keramahan karyawan dalam melayani pelanggan merupakan cerminan bahwa karyawan memahami betul kebutuhan pelanggannya dan memberikan perhatian yang khusus bagi pelanggan dengan menjalin komunikasi yang baik terhadap pelanggan.
4. Kenyamanan pelayanan. Faktor yang satu ini juga harus diperhatikan oleh penyedia jasa karena kondisi yang nyaman sangatlah dibutuhkan para pemakai jasa.

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Kerangka Konseptual



Sistem Administrasi Manunggal Di Bawah Satu Atap (SAMSAT) sebagai Organisasi dalam pelayanan jasa harus mampu memberikan kualitas pelayanan prima kepada masyarakat sehingga masyarakat merasa puas dengan kinerja yang diberikan.

Pelayanan prima bukan sesuatu yang tiba-tiba, tetapi merupakan suatu upaya yang dipersiapkan secara matang atau perbaikan yang terus-menerus untuk menghasilkan pelayanan yang optimal bagi pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas.

Dengan pemberian kualitas pelayanan yang maksimal berakibat semakin terpuasnya pelanggan. Hal ini merupakan salah satu sasaran yang hendak dicapai oleh setiap organisasi. Apabila tingkat jasa yang diterima sesuai dengan tingkat jasa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Demi tercapainya kepuasan pelanggan, maka organisasi dalam pelayanan jasa harus mengetahui apa yang diharapkan oleh pelanggan sehingga pada akhirnya dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang paling tinggi. Kerangka pikir dapat dilihat dalam gambar berikut :

H. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut "Diduga bahwa ada perbedaan antara harapan dan kenyataan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara".

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang dipilih adalah jasa pelayanan pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara.

B. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data yaitu :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai obyek yang diteliti, mengadakan wawancara kepada para responden/pelanggan. Disamping itu juga dikumpulkan data melalui beberapa pertanyaan (kuesioner) yang diajukan kepada responden/pelanggan dalam bentuk angket.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari kantor Samsat Luwu Utara dan data yang diperoleh dari literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan dan mendukung data primer.

C. Populasi dan Sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara sebanyak 83 orang. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah "simple random sampling", dimana responden diambil secara acak untuk mengisi angket yang telah disebarkan penulis. Dari jumlah populasi tersebut maka ditentukan jumlah sampel dengan mempergunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{83}{1 + 83 (0.05)^2}$$

n = 68,74 ---> dibulatkan menjadi 69 Orang

Keterangan:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sample

e = tingkat kesalahan sebesar 5%

D. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data kualitas jasa, penulis menggunakan definisi operasional yaitu skor total yang diperoleh dari Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Emphaty (empati), dan Tangible (bukti fisik) yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam melakukan perhitungan hasil questioner digunakan skala likert dengan lima tingkatan yang terdiri sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting untuk mengukur ekspektasi, sedangkan sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik untuk persepsi.

Untuk mengevaluasi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan melalui pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan dengan menggunakan skala likert sebagai berikut, skor 5 berarti sangat penting dan sangat baik, 4 berarti penting dan baik, 3 berarti biasa saja, 2 berarti kurang penting dan kurang baik, 1 berarti tidak penting dan tidak baik.

E. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah dengan cara Deskriptif Kualitatif yaitu mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan data-data yang diperoleh melalui instrument pengumpulan data yang digunakan.

Untuk mengetahui nilai harapan dan kenyataan konsumen terhadap perusahaan masing-masing dalam populasi yang sama menggunakan *The Mann-Whitney U Test* (Sugiono, 2005) yaitu:

1. Menjumlahkan nilai harapan atau kenyataan yang diberikan konsumen. Untuk setiap pernyataan, nilai yang didapat dibagi dengan banyaknya responden/pelanggan.
2. Hasil perhitungan 1 dijumlahkan untuk setiap dimensi dan hasilnya dibagi dengan jumlah pernyataan tiap dimensi.
3. Hasil rata-rata setiap pernyataan harapan dan kenyataan dibuat ranking dari Nilai yang terendah sampai nilai yang tertinggi. Jika terdapat nilai rata-rata pernyataan yang sama maka nilai ranking yang didapat dengan cara menjumlah ranking yang ada kemudian dibagi dengan banyaknya nilai yang sama.
4. Selanjutnya adalah menghitung harga U dengan menggunakan rumus *The Mann-Whitney U Test*:

- a. U test dengan menggunakan R1 atau R2

$$U_1 = n_1 n_2 + n_1 \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + n_2 \frac{(n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Keterangan:

n1 = jumlah data sampel 1 (harapan pelanggan)
n2 = jumlah data sampel 2 (kenyataan pelanggan)

U1 = jumlah peringkat 1 (harapan pelanggan)

U2 = jumlah peringkat 2 (kenyataan pelanggan)

R1 = penjumlahan dari ranking data sampel 1

R2 = penjumlahan dari ranking data sampel 2

- b. Rata-rata distribusi untuk U Test

$$\frac{n_1 \cdot n_2}{2}$$

F. Defenisi Operasional

1. Kantor Samsat Luwu Utara adalah kantor pelayanan pajak kendaraan bermotor, dimana didalamnya terdapat tiga instansi yaitu Dipenda Provinsi Sul-Sel, Polri, dan Jasa Raharja yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab masing-masing terkait dengan pelayanan pajak kendaraan bermotor
2. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain.
3. Pelayanan adalah serangkaian proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Aktivitas yang dimaksud adalah proses penggunaan otak, pikiran, panca indra, dan anggota badan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

4. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

5. Kualitas adalah kondisi dinamis yang dihubungkan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

6. Pelayanan yang unggul adalah suatu cara atau tindakan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Analisis Responsiveness

a. Kecepatan Karyawan Dalam Pelayanan

Tabel 1 menunjukkan harapan responden tentang kecepatan karyawan dalam pelayanan, dimana yang tertinggi sebanyak 42 orang atau 60.87% dengan skor 210 menjawab sangat penting, dan yang terendah menjawab cukup penting 3 orang atau 4.35% dengan skor 9 dari jumlah responden. Sedangkan penilaian responden tentang penilaian kenyataan pelayanan, yang tertinggi dengan jawaban baik sebanyak 36 orang atau 52.17% dengan skor 144, dan yang terendah yang menjawab tidak baik 4 orang atau 5.80% dengan skor 8 dari jumlah responden. Ini berarti bahwa indikator kecepatan karyawan dalam pelayanan sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik. Lebih jelasnya dapat diperhatikan melalui tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kecepatan Karyawan Dalam Pelayanan

Penilaian Harapan Pelanggan			
Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	42	60.87%	210
Penting	24	34.78%	96
Cukup Penting	3	4.35%	9
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	315

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	4	5.80%	20
Baik	36	52.17%	144
Cukup Baik	25	36.23%	75
Tidak Baik	4	5.80%	8
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	247

Sumber: dari hasil pengolahan data

b. Ketepatan Karyawan Dalam Pelayanan**Tabel 2. Ketepatan Karyawan Dalam Pelayanan****Penilaian Harapan Pelanggan**

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	40	57.97%	200
Penting	26	37.68%	104
Cukup Penting	3	4.35%	9
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	313

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	4	5.80%	20
Baik	35	50.72%	140
Cukup Baik	30	43.48%	90
Tidak Baik	0	0.00%	0
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	250

Sumber: dari hasil pengolahan data

Hasil pengolahan kuesioner penelitian mengenai harapan dinilai sangat penting bagi responden sebagai jawaban yang tertinggi sebanyak 40 orang atau 57.97% dengan skor 200, dan yang terendah dengan jawaban cukup penting 3 orang atau 4.35% dengan skor 9 dari jumlah responden. Sedangkan mengenai kenyataan, penilaian tertinggi adalah yang

menilai baik oleh 35 orang atau 50.72% dengan skor 140, dan yang terendah adalah jawaban sangat baik 4 orang atau 5.80% dengan skor 20 dari jumlah responden. Ini berarti bahwa indikator ketepatan karyawan dalam pelayanan sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

c. Keramahan Karyawan Dalam Pelayanan**Tabel 3. Keramahan Karyawan Dalam Pelayanan****Penilaian Harapan Pelanggan**

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	39	56.52%	195
Penting	27	39.13%	108
Cukup Penting	3	4.35%	9
Tidak Penting	0	0.00%	0

Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	312

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	9	13.04%	45
Baik	41	59.42%	164
Cukup Baik	17	24.64%	51
Tidak Baik	2	2.90%	4
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	264

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil pengolahan kuesionar mengenai harapan pelanggan, yang tertinggi adalah jawaban sangat penting sebanyak 39 orang atau 56.52% dengan skor 195, dan yang terendah adalah jawaban cukup penting 3 orang atau 4.35% dengan skor 9 dari jumlah responden. Sedangkan mengenai kenyataan yang dinilai baik oleh responden, yang tertinggi

sebanyak 41 orang atau 59.42% dengan skor 164, dan yang terendah adalah jawaban tidak baik sebanyak 2 orang atau 2.90% dengan skor 4 dari jumlah responden. Ini berarti bahwa indikator keramahan karyawan dalam pelayanan sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

2. Analisis Reliability

Kemampuan Dalam Menangani Masalah

Tabel 4. Kemampuan Dalam Menangani Masalah

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	45	65.22%	225
Penting	21	30.43%	84
Cukup Penting	3	4.35%	9
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	318

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	6	8.70%	30
Baik	31	44.93%	124
Cukup Baik	29	42.03%	87
Tidak Baik	3	4.35%	6
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	247

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil pengolahan kuesionar mengenai harapan yang tertinggi adalah sangat penting

oleh sebanyak 45 orang atau 65.22% dengan skor 225, dan yang terendah adalah cukup

penting 3 orang atau 4.35% dengan skor 9 dari jumlah responden. Sedangkan mengenai kenyataan, yang tertinggi dinilai baik sebanyak 31 orang atau 44.93% dengan skor 124, dan yang terendah adalah tidak baik 3 orang atau 4.35% dengan skor 6 dari jumlah responden.

Ini memberikan arti bahwa indikator kemampuan dalam menangani masalah sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

3. Analisis *Emphaty*
a. Penanganan Terhadap masalah Pelanggan

Tabel 5. Penanganan Terhadap Masalah Pelanggan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	43	62.32%	215
Penting	24	34.78%	96
Cukup Penting	2	2.90%	6
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	317

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	1	1.45%	5
Baik	41	59.42%	164
Cukup Baik	22	31.88%	66
Tidak Baik	5	7.25%	10
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	245

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil pengolahan kuesioner mengenai harapan yang dinilai sangat penting bagi responden sebanyak 43 orang atau 62.32% dengan skor 215, penting 24 orang atau 34.78% dengan skor 96, cukup penting 2 orang atau 2.90% dengan skor 6 dari jumlah responden, sedangkan mengenai kenyataan dinilai baik bagi responden sebanyak 41 orang atau 59.42% dengan skor 164, cukup baik 22 orang atau

31.88% dengan skor 66, tidak baik 5 orang atau 7.25% dengan skor 10, sangat baik 1 orang atau 1.45% dengan skor 5 dari jumlah responden. Hal ini memberikan arti bahwa indikator penanganan terhadap masalah pelanggan sangat penting dan kenyataan pelayanan yang adalah baik.

b. Kemudahan Untuk Bertemu Pimpinan

Tabel 6. Kemudahan Untuk Bertemu Pimpinan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	34	49.28%	170
Penting	24	34.78%	96
Cukup Penting	8	11.59%	24
Tidak Penting	1	1.45%	2

Sangat Tidak Penting	2	2.90%	2
Total	69	100.00%	294

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	16	23.19%	80
Baik	33	47.83%	132
Cukup Baik	14	20.29%	42
Tidak Baik	4	5.80%	8
Sangat Tidak Baik	2	2.90%	2
Total	69	100.00%	264

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil pengolahan kuesionar mengenai harapan pelanggan, dimana jawaban sangat penting sebanyak 34 orang atau 49.28% dengan skor 170, penting 24 orang atau 34.78% dengan skor 96, cukup penting 8 orang atau 11.59% dengan skor 24, tidak penting 1 orang atau 1.45% dengan skor 2, sangat tidak penting 2 orang atau 2.90% dengan skor 2 dari jumlah responden, sedangkan mengenai kenyataan dinilai baik oleh sebanyak 33 responden atau

47.83% dengan skor 132, sangat baik 16 orang atau 23.19% dengan skor 80, cukup baik 14 orang atau 20.29% dengan skor 42, tidak baik 4 orang atau 5.80% dengan skor 8, sangat tidak baik 2 orang atau 2.90% dengan skor 2 dari jumlah responden. Ini memberikan arti bahwa indikator kemudahan untuk bertemu pimpinan sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

4. Analisis Assurance

a. Kesopanan Dan Keramahan Karyawan

Tabel 7. Kesopanan Dan Keramahan Karyawan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	42	60.87%	210
Penting	27	39.13%	108
Cukup Penting	0	0.00%	0
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	318

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	11	15.94%	55
Baik	38	55.07%	152
Cukup Baik	17	24.64%	51
Tidak Baik	3	4.35%	6
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	264

Sumber: dari hasil pengolahan data

Hasil pengolahan kuesionar mengenai harapan pelanggan, dimana responden yang memberikan jawaban sangat penting sebanyak 42 orang atau 60.87% dengan skor 210, penting

27 orang atau 39.13% dengan skor 108 dari jumlah responden sebanyak 69 orang, sedangkan mengenai kenyataan dinilai baik oleh sebanyak 38 orang atau 55.07% dengan

skor 152, cukup baik 17 orang atau 24.64% dengan skor 51, sangat baik 11 orang atau 15.94% dengan skor 55, tidak baik 3 orang atau 4.35% dengan skor 6 dari jumlah responden. Ini memberikan arti bahwa indikator kesopanan dan keramahan karyawan sangat penting bagi

pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

b. Ketepatan Dalam Waktu Pemberian Pelayanan

Tabel 8. Ketepatan Dalam Waktu Pemberian Pelayanan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	44	63.77%	220
Penting	24	34.78%	96
Cukup Penting	1	1.45%	3
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	319

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	7.25%	25
Baik	20	28.99%	80
Cukup Baik	39	56.52%	117
Tidak Baik	5	7.25%	10
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	232

Sumber: dari hasil pengolahan data

Hasil pengolahan kuesioner penelitian mengenai harapan dinilai sangat penting bagi responden, ini dapat kita lihat pada tabel diatas dimana responden yang memberikan jawaban sangat penting sebanyak 44 orang atau 63.77% dengan skor 220, penting 24 orang atau 34.78% dengan skor 96, cukup penting 1 orang atau 1.45.% dengan skor 3 dari jumlah responden sebanyak 69 orang, sedangkan mengenai kenyataan dinilai cukup baik bagi responden, responden yang memberikan jawaban cukup

baik sebanyak 39 orang atau 56.52% dengan skor 117, baik 20 orang atau 28.99% dengan skor 80, sangat baik 5 orang atau 7.25% dengan skor 25, tidak baik 5 orang atau 7.25% dengan skor 10 dari jumlah responden sebanyak 69 orang.

c. Karyawan dapat Memberikan Keyakinan

Tabel 9. Karyawan dapat Memberikan Keyakinan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	54	78.26%	270
Penting	13	18.84%	52

Cukup Penting	2	2.90%	6
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	328

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	15	21.74%	75
Baik	32	46.38%	128
Cukup Baik	17	24.64%	51
Tidak Baik	5	7.25%	10
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	264

Sumber: dari hasil pengolahan data

Hasil pengolahan kuesioner mengenai harapan pelanggan, responden yang memberikan jawaban sangat penting sebanyak 54 orang atau 78.26% dengan skor 270, penting 13 orang atau 18.84% dengan skor 52, cukup penting 2 orang atau 2.90% dengan skor 6 dari jumlah responden sebanyak 69 orang, sedangkan mengenai kenyataan dinilai baik bagi responden, ini dapat kita lihat dimana

responden yang memberikan jawaban baik sebanyak 32 orang atau 46.38% dengan skor 128, cukup baik 17 orang atau 26.64% dengan skor 51, sangat baik 15 orang atau 21.74% dengan skor 75, tidak baik 5 orang atau 7.25% dengan skor 10 dari jumlah responden sebanyak 69 orang.

5. Analisis *Tangible*

a. Kebersihan Ruangan Kantor Samsat Luwu Utara

Tabel 10. Kebersihan Ruangan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	28	40.58%	140
Penting	34	49.28%	136
Cukup Penting	7	10.14%	21
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	297

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	4	5.80%	20
Baik	19	27.54%	76
Cukup Baik	43	62.32%	129
Tidak Baik	2	2.90%	4
Sangat Tidak Baik	1	1.45%	1
Total	69	100.00%	230

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil pengolahan kuesioner mengenai harapan pelanggan, dimana responden yang memberikan jawaban penting sebanyak 34 orang atau 49.28% dengan skor 136, sangat penting 28 orang atau 40.58% dengan skor 140, cukup penting 7 orang atau 10.14.% dengan skor 21 dari jumlah responden, sedangkan mengenai kenyataan dinilai cukup baik oleh sebanyak 43 orang atau 62.32% dengan skor 129, baik 19 orang atau 27.54%

dengan skor 76, sangat baik 4 orang atau 5.80% dengan skor 20, tidak baik 2 orang atau 2.90% dengan skor 2.90, sangat tidak penting 1 orang atau 1.45% dengan skor 1 dari jumlah responden. Ini berarti bahwa indikator kebersihan ruangan sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

b. Kenyamanan Kantor Samsat Luwu utara

Tabel 11. Kenyamanan Kantor Samsat Luwu utara

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	32	46.38%	160
Penting	33	47.83%	132
Cukup Penting	3	4.35%	9
Tidak Penting	1	1.45%	2
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	303

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	3	4.35%	15
Baik	8	11.59%	32
Cukup Baik	53	76.81%	159
Tidak Baik	5	7.25%	10
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	216

Sumber: dari hasil pengolahan data

Responden yang memberikan jawaban penting sebanyak 33 orang atau 47.83% dengan skor 132, sangat penting 32 orang atau 46.38% dengan skor 160, cukup penting 3 orang atau 4.35.% dengan skor 9, tidak penting 1 orang atau 1.45% dengan skor 2 dari jumlah responden, sedangkan mengenai kenyataan dinilai cukup baik bagi responden sebanyak 53 orang atau 76.81% dengan skor 159, baik 8

orang atau 11.59% dengan skor 32, tidak baik 5 orang atau 7.25% dengan skor 10, sangat baik 3 orang atau 4.35% dengan skor 15 dari jumlah responden. Ini berarti bahwa indikator kenyamanan kantor penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai cukup baik.

c. Penampilan Karyawan

Tabel 12. Penampilan Karyawan

Penilaian Harapan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Penting	33	47.83%	165
Penting	30	43.48%	120

Cukup Penting	6	8.70%	18
Tidak Penting	0	0.00%	0
Sangat Tidak Penting	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	303

Penilaian Kenyataan Pelanggan

Jawaban	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Baik	5	7.25%	25
Baik	17	24.64%	68
Cukup Baik	46	66.67%	138
Tidak Baik	1	1.45%	2
Sangat Tidak Baik	0	0.00%	0
Total	69	100.00%	233

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil pengolahan kuesioner mengenai harapan dinilai sangat penting oleh responden sebanyak 33 orang atau 47.83% dengan skor 165, penting 30 orang atau 43.48% dengan skor 120, cukup penting 6 orang atau 8.70.% dengan skor 18 dari jumlah responden, sedangkan mengenai kenyataan dinilai cukup baik sebanyak 46 orang atau 66.67% dengan skor 138, baik 17 orang atau 24.64% dengan

skor 68, sangat baik 5 orang atau 7.25% dengan skor 25, sangat tidak baik 1 orang atau 1.45% dengan skor 2 dari jumlah responden sebanyak 69 orang. Ini memberikan arti bahwa indikator ketepatan karyawan dalam pelayanan sangat penting bagi pelanggan dan kenyataan pelayanan yang mereka terima dinilai baik.

B. Analisis Rata-Rata Harapan dan Kenyataan Kualitas Pelayanan

Tabel 13. Nilai Harapan dan Kenyataan Per Pertanyaan

No	Pertanyaan	Harapan	Kenyataan	Gap
1	Responsiveness			
	-Kecepatan karyawan dalam pelayanan	4,56	3,58	-0,98
	-Ketepatan karyawan dalam pelayanan	4,54	3,62	-0,92
2	-Keramahan karyawan dalam pelayanan	4,52	3,83	-0,69
	Reliability			
3	-Kemampuan dalam menangani masalah	4,61	3,58	-1,03
4	Empaty	4,60	3,55	-1,05
	-Penanganan terhadap masalah	4,26	3,83	-0,43
5	pelanggan			
	-Kemudahan untuk bertemu pimpinan	4,61	3,83	-0,78
	Assurance	4,62	3,34	-1,28
	-Kesopanan dan keramahan karyawan	4,75	3,83	-0,92
	-Ketepatan dalam waktu pelayanan			
	-Karyawan dapat memberikan keyakinan	4,30	3,33	-0,97
		4,40	3,13	-1,27
	Tangible	4,40	3,34	-1,06
	-Kebersihan Ruang Kantor Samsat Lutra			
	-Kenyamanan Kantor Samsat Luwu			

Utara -Penampilan Karyawan Samsat Lutra			
--	--	--	--

Sumber: dari hasil pengolahan data

Tabel 14. Nilai GAP Harapan dan Kenyataan

No	Dimensi	Harapan	Kenyataan	Gap
1	<i>Responsiveness</i>	4,54	3,68	-0,86
2	<i>Reliability</i>	4,61	3,58	-1,03
3	<i>Emphaty</i>	4,43	3,69	-0,74
4	<i>Assurance</i>	4,66	3,67	-0,99
5	<i>Tangible</i>	4,37	3,27	-1,10

Sumber: dari hasil pengolahan data

Interpretasi per dimensi atas dasar pernyataan. Dari penilaian terhadap harapan dan kenyataan, bahwa terdapat pelayanan yang diberikan masih dibawah harapan.

1. *Responsiveness*

Pada dimensi *Responsiveness*, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara dari semua pernyataan yang ada masih belum dapat memberikan kepuasan seperti yang diharapkan pelanggan, karena dari ketiga faktor yang ada terdapat nilai GAP yang berbeda tetapi GAP yang paling tinggi terdapat pada pernyataan kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan yaitu sebesar (-0,98) belum bisa memenuhi harapan pelanggan dengan total skor (4,56) sedangkan kenyataan yang ada masih kurang cepat dalam melayani pelanggan dengan skor nilai (3,58) hendaknya pimpinan bisa memberikan pengarahan dan memprioritaskan lagi dalam kecepatan pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

2. *Reliability*

Pada dimensi *Reliability*, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara, dari semua pernyataan yang ada masih belum dapat memberikan kepuasan seperti yang diharapkan pelanggan, karena dari faktor yang ada terdapat skor nilai GAP (-1,03).

3. *Emphaty*

Pada dimensi *Emphaty*, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara dari semua

pernyataan yang ada masih belum dapat memberikan kepuasan seperti yang diharapkan oleh pelanggan, karena dari kedua faktor tersebut terdapat skor GAP tertinggi (1,05) pada pernyataan penanganan terhadap masalah pelanggan, sehingga perlu meningkatkan kemauan dan kemampuan karyawan dalam menangani setiap masalah yang dihadapi pelanggan sehingga dapat memberikan rasa puas.

4. *Assurance*

Pada dimensi *Assurance*, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara dari semua pernyataan yang ada masih belum dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, karena dalam ketiga faktor yang ada masih terdapat skor GAP tertinggi (-1,28) pada pernyataan ketepatan waktu dalam pelayanan, untuk itu kantor Samsat harus lebih meningkatkan ketepatan waktu pelayanan untuk dapat memberikan kepuasan terhadap para pelanggan.

5. *Tangibel*

Pada dimensi *tangible*, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara masih belum dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan karena masih terdapat skor GAP tertinggi (-1,27) pada pernyataan kenyamanan kantor sehingga kenyamanan kantor perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Tabel 15. Perangkingan Nilai Rata-Rata Pernyataan & Harapan

No	Harapan	Rangking	No	Kenyataan	Rangking
1	4, 26	13	1	3, 13	1
2	4, 30	14	2	3, 33	2
3	4, 40	15.5	3	3, 34	3.5
4	4, 40	15.5	4	3, 34	3.5
5	4, 52	17	5	3, 55	5
6	4, 54	18	6	3, 58	6.5
7	4, 56	19	7	3, 58	6.5
8	4, 60	20	8	3, 62	8
9	4, 61	21.5	9	3, 83	10.5
10	4, 61	21.5	10	3, 83	10.5
11	4, 62	23	11	3, 83	10.5
12	4, 75	24	12	3, 83	10.5
N1=12		R1=222	N2=12		R2 = 78

Sumber: dari hasil pengolahan data

Dari hasil ranking pada tabel 15 kemudian nilai ranking setiap pernyataan dihitung dengan menggunakan *The Mann-Whitney U Test*.

$$\begin{aligned}
 1) \quad U1 &= \frac{n1 \cdot n2 + n1(n1 + 1) - R1}{2} \\
 &= \frac{12 \cdot 12 + 12(12 + 1) - 222}{2} \\
 &= \frac{144 + 78 - 222}{2} \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 U2 &= \frac{n1 \cdot n2 + n2(n2 + 1) - R2}{2} \\
 &= \frac{12 \cdot 12 + 12(12 + 1) - 78}{2} \\
 &= \frac{144 + 78 - 78}{2} \\
 &= 144
 \end{aligned}$$

2) Rata-rata distribusi sampling untuk U Test

$$\begin{aligned}
 \mu_U &= \frac{n1 \cdot n2}{2} \\
 &= \frac{12 \cdot 12}{2} \\
 &= 72
 \end{aligned}$$

3) Standar Error Untuk U Test

$$\begin{aligned}
 \sigma_U &= \sqrt{\frac{n1 n2 (n1 + n2 + 1)}{12}} \\
 &= \sqrt{\frac{12 \cdot 12 (12 + 12 + 1)}{12}} \\
 &= \sqrt{\frac{3600}{12}}
 \end{aligned}$$

$$= 17.32$$

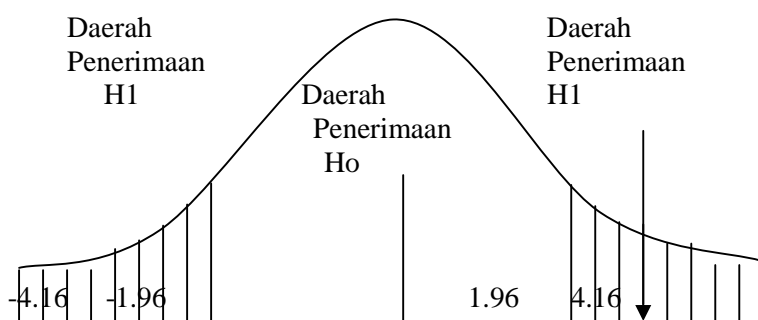
4) Uji Hipotesis

Ho : $\mu_1 = \mu_2$ Tidak ada perbedaan (GAP) nilai rata-rata terhadap Harapan dan kenyataan Kantor Samsat Luwu Utara

H1 : $\mu_1 \neq \mu_2$ Ada perbedaan (GAP) nilai rata-rata terhadap harapan dan Kenyataan Kantor Samsat Luwu Utara Untuk mengetahui daerah penerimaan hipotesis, maka dihitung Z dengan U:

$$\begin{aligned} Z_1 &= \frac{U_1 - \mu_u}{\sigma_u} \\ &= \frac{0-72}{17.32} \\ &= -4.16 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_2 &= \frac{U_2 - \mu_u}{\sigma_u} \\ &= \frac{144-72}{17.32} \\ &= 4.16 \end{aligned}$$



Kesimpulan : Terima H1, tolak Ho

Berarti ada perbedaan yang signifikan antara nilai harapan dan kenyataan pada kantor Samsat Luwu Utara karena dari hasil Z hitung = -4.16 dan 4.16, maka kedua titik berada diluar daerah penerimaan Ho. Daerah penerimaan Ho dengan menggunakan $\alpha = 0.5\%$ adalah -1.95 sampai dengan 1.96, oleh karena Z tabel berada diluar daerah penerimaan Ho maka hipotesa Ho ditolak dan H1 diterima artinya ada perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang didapat dari uraian dan analisis yang ada, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada kantor Samsat Luwu Utara untuk *dimensi Responsiveness* sebesar 4.54, *dimensi Reability* sebesar 4.61, *dimensi Emphaty* sebesar 4.43, *dimensi Assurance* sebesar 4.66, dan *dimensi Tangible* sebesar 4.37. Nilai kenyataan pelanggan terhadap

kualitas pelayanan pada kantor Samsat Luwu Utara untuk *dimensi Responsiveness* sebesar 3.68, *dimensi Reability* sebesar 3.58, *dimensi Emphaty* sebesar 3.69, *dimensi Assurance* sebesar 3.67, dan *dimensi Tangible* sebesar 3.27

2. Nilai kesenjangan (GAP) kualitas pelayanan dari kantor Samsat Luwu Utara untuk *dimensi Responsiveness* sebesar -0.86, *dimensi Reability* sebesar -1.03, *dimensi Emphaty* sebesar -0.74, *dimensi Assurance* sebesar -0.99, dan *dimensi Tangible* sebesar -1.10
3. Faktor faktor yang menyebabkan perbedaan (GAP) harapan dan kenyataan kualitas pelayanan kantor Samsat Luwu utara adalah:
 - a. Kemampuan dalam menangani masalah pelanggan dengan skor GAP (-1.03)
 - b. Penanganan terhadap masalah pelanggan skor GAP (-1.05)
 - c. Ketepatan dalam waktu pelayanan dengan skor GAP (-1.28)
 - d. Kenyamanan kantor dengan skor GAP (-1.27)

- e. Penampilan karyawan dengan skor GAP (-1.06)
4. Dari hasil pembuktian dengan menggunakan U Test didapat nilai Z hitung yaitu -4.16 dan 4.16 Kedua titik berada diluar daerah penerimaan H_0 dengan menggunakan $\alpha = 0.5\%$ adalah -1.96 sampai dengan 1.96. Oleh karena nilai Z hitung berada diluar daerah penerimaan H_0 maka hipotesa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan pada kantor Samsat Luwu Utara.

B. Saran

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan bagi kantor Samsat Luwu Utara dalam memberikan pelayanan yang prima dibutuhkan suatu keunggulan kualitas pelayanan yang harus diberikan kepada pelanggan.

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan antara lain :

1. Pihak kantor harus melakukan perbaikan terhadap ketidakpuasan yang dialami oleh para pelanggan. Faktor-faktor yang harus diperbaiki dan diperhatikan adalah seperti :
 - a. Kemampuan dalam menangani masalah pelanggan masih dinilai kurang dan perlu ditingkatkan.
 - b. Penanganan terhadap masalah pelanggan belum sesuai dengan harapan.
 - c. Ketepatan dalam waktu pelayanan masih belum sesuai dengan yang diharapkan.
 - d. Kenyamanan kantor Samsat Luwu Utara belum memenuhi harapan.
 - e. Penampilan karyawan dinilai kurang dan perlu ditingkatkan
2. Melakukan perbaikan dalam kualitas pelayanan berdasarkan Dimensi yang dinilai kurang dapat memenuhi harapan pelanggan Kantor Samsat Luwu utara.

Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Julita. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Dalam <http://www.manbisnis.tripod.com>. 9 Februari 2009. Jam 16.00

J. Supranto. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid I, Edisi Keenam, Jakarta Erlangga.

_____. 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid II, Edisi Keenam, Jakarta Erlangga.

_____. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Edisi Baru, Jakarta: PT. Rineka Cipta

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997. *Dasar dasar Pemasaran, Principle of Marketing 7 e*. Jilid 1, Jakarta : Prehalindo.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Prentice-Hall.

Kotler, Philip. (2000), *Manajemen Pemasaran* . Jilid 1 dan 2, Jakarta : Prehallindo

Rangkuty, Freddy. 2002 *Riset Pemasaran* . Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

_____.(1997), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rhineka Cipta, Jakarta.

Sugiono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*, Edisi 13, Agustus. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI.

DAFTAR PUSTAKA

Insturksi Bersama Menteri Pertahanan Keamanan, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Keuangan, Dinas Pendapatan Daerah Propinsi Sulawesi Selatan, 2000