

# **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK OLEH BADAN PENGELOLAAN PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH PROVINSI SUMATERA UTARA TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT SELAMA PANDEMI COVID-19**

**(STUDI KASUS UPT SAMSAT MEDAN SELATAN)**

**Monica Regina Tamba, Yusuf Widharto**

e-mail : monicaregina254@gmail.com

*Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro,*

*Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

E-mail:

## **ABSTRAK**

Kantor Samsat sebagai institusi yang memberikan pelayanan jasa Pendaftaran Kendaraan Bermotor, Pembayaran 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 kualitas 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 Medan Selatan. Nilai gap untuk setiap dimensi kualitas pelayanan adalah Responsiveness sebesar -0.53, Reliability sebesar -0.5 , Emphaty sebesar -0.74, Assurance -0.48, dan Tangible sebesar -0.34.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kantor Samsat

## **ABSTRACT**

*The Samsat Office as an institution that provides services for Motor Vehicle Registration, Motor Vehicle Tax Payments, Motor Vehicle Transfer Fees (BBN-KB), and Mandatory Contribution of Road Traffic Accident Funds (SWDKLLJ), which involves three agencies, namely: Provincial Dispenda, The National Police, and Jasa Raharja continue to strive to improve the quality of their services through improvements in every service quality dimension, namely: Responsiveness, Reliability, Empathy, Assurance, and Tangible. Analysis was conducted on these service quality dimensions to see the gap between expectations and reality perceived by customers through the answers submitted in the questionnaire. The results of the analysis show that the comparison between the expected value and the reality value for each quality dimension is still negative, which means that high customer expectations for each dimension of service quality have not been obtained in real service from the employees of the South Medan Samsat office. The gap values for each service quality dimension are Responsiveness of -0.53, Reliability of -0.5, Empathy of -0.74, Assurance of -0.48, and Tangible of -0.34.*

**Keyword** : Service Quality, Customer Satisfaction, SAMSAT Office

## I. Pendahuluan

Salah satu peran pemerintahan adalah *service state*, dimana peranan pemerintah merupakan abdi sosial dari keperluan-keperluan yang perlu diatur dalam masyarakat. Implementasi dari peran tersebut adalah pemerintah memberikan layanan publik kepada masyarakat, mulai dari sektor pelayanan kesehatan, pendidikan, hingga pembayaran pajak.

Pelayanan pembayaran pajak, salah satunya adalah pajak kendaraan, merupakan upaya pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat dalam memenuhi kewajibannya, seperti pendaftaran kendaraan bermotor, pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Hal itu dilayani di BP2RD (Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah) yang menaungi SAMSAT atau Sistem Administrasi Manunggal Di Bawah Satu Atap.

SAMSAT dapat disebut sebagai organisasi pelayanan publik yang melayani masyarakat secara langsung terkait dengan pembayaran pajak kendaraan. SAMSAT dibangun oleh pemerintah sebagai bentuk kolaborasi yang sinergis antara Kepolisian Republik Indonesia (POLRI), Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BP2RD), dan Departemen Asuransi Kendaraan (PT Jasa Raharja). Pelayanan pembayaran pajak yang dilakukan oleh SAMSAT dapat terbagi atas dua komponen yaitu kualitas secara teknis dan kualitas secara fungsional. Kualitas secara teknis dapat dideskripsikan sebagai biaya pajak yang dikeluarkan oleh masyarakat berdasarkan tahun manufaktur, *cylinder content* (CC), dan tipe kendaraan. Sementara itu, kualitas secara fungsional adalah cara dari para staff memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Meskipun Indonesia tengah dilanda oleh pandemi COVID-19, SAMSAT tetap berupaya memberikan pelayanan pembayaran pajak kendaraan kepada masyarakat dengan mengikuti

protokol kesehatan yang ketat. Alhasil, karena dibatasi jumlah orang yang boleh masuk ke dalam sementara jumlah orang yang dilayani tetap banyak, menimbulkan panjangnya nomor antrian. Meskipun begitu, kondisi antrian tetap kondusif dan mengikuti protokol kesehatan. Namun, ada masyarakat yang mengeluhkan pelayanan yang lamban.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan melakukan penelitian berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Selama Pandemi COVID-19”

## II. Studi Literatur

### A. Kualitas

Supranto (2001) mengemukakan bahwa kualitas merupakan kata yang berorientasi kepada kepuasan konsumen. Kualitas tidak berarti menjadi “yang terbaik” dalam dunia industri, melainkan lebih baik dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan dalam orientasi pada proses produksi kualitas adalah kesesuaian spesifikasi dari desain produk yang ditetapkan oleh produsen.

Dilansir dari ISO-8402 menyatakan bahwa kualitas adalah totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, tersurat maupun tersirat. Tjiptono mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (*fitness* untuk digunakan). Definisi lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan.

Kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

## B. Service Performance

Dhamayanti (2006) mengungkapkan bahwa SERVPERF adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh *customer* (konsumen) serta penilaian kualitas dari pelayanan yang benar-benar dirasakan. Menurut Cronin dan Taylor (1992) skala Servperf adalah sakala yang tepat dalam mengukur kualitas jasa karena berdasar kepada pengukuran kinerja dari kualitas yang diterima. Skala kinerja dan skala kepentingan dari kualitas pelayanan menggunakan skala Likert serta dapat dihitung dengan persamaan (Jain, 2014) :

$$SP_j = \sum_{i=1}^n P_{ij} \text{ , } SQ_j = \sum_{i=1}^n Q_{ij}$$

Dimana  $SP_j$  merupakan angka tingkat kinerja atribut,  $P_{ij}$  adalah skor kinerja,  $SQ_j$  merupakan angka tingkat kepentingan atribut, dan  $Q_{ij}$  adalah skor kepentingan. Adapun SERVPERF melakukan pengukuran berdasarkan lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang baik.
4. Jaminan (*Assurance*), dimensi ini terdiri atas pengetahuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan, serta memahami keinginan pelanggan.

## C. Uji Validitas

Validitas berkenaan dengan ketepatan alat penilaian terhadap konsep yang dinilai sehingga betul-betul menilai apa yang seharusnya dinilai. Validasi kuesioner oleh responden konsumen

dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment, dituliskan sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = nilai korelasi

X = nilai skor pertanyaan

Y = total nilai skor pada seluruh pertanyaan

n = jumlah sampel

Apabila koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 maka kriteria pengujian dinyatakan valid (Gumilar, 2007). Pengukuran validitas terhadap variable dilakukan dengan menggunakan software SPSS.

## D. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali. Pengukuran reliabilitas terhadap variable dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach alpha. Apabila nilai Cronbach's alpha  $\geq r$  tabel maka reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik (Santoso, 2005). Pengukuran reliabilitas terhadap variabel menggunakan software SPSS. Rumus Cronbach alpha dituliskan sebagai berikut:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

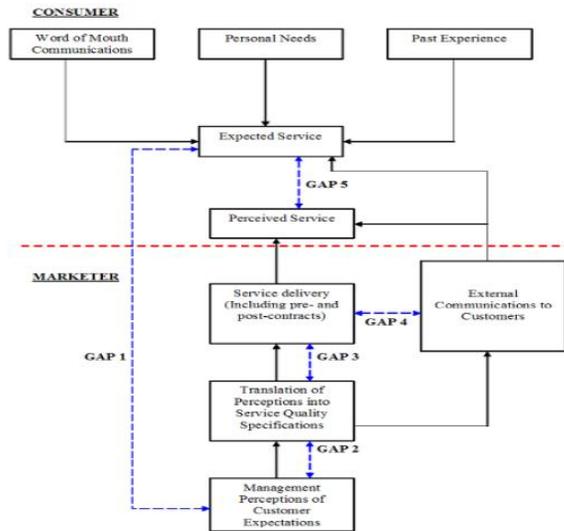
Keterangan:

r = nilai reliabilitas

## E. Gap Model

Model Gap ini menggambarkan perbandingan antara kualitas layanan yang pelanggan harap untuk didapatkan dengan kejadian langsung di lapangan yang diterima (Pasigai, 2009). Gap Model mengidentifikasi lima gap dimana mungkin ada kekurangan antara tingkat harapan layanan dengan pelayanan actual yang diterima.

Berikut gambar yang menunjukkan kualitas layanan dengan metode Gap Model.



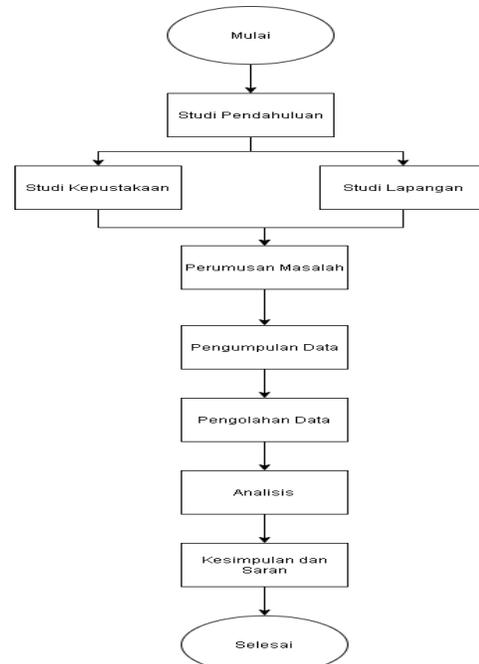
**Gambar 1. Kualitas Layanan Model GAP**

Harapan pelanggan harus dipahami dengan baik agar dapat berhasil mengelolanya dan gap layanan harus diidentifikasi dari perspektif pelanggan (Miremadi dkk., 2011). Kelima gap dari kualitas layanan di gambar atas memiliki maksud:

- Gap 1 adalah perbedaan antara harapan actual pelanggan dengan apa yang penyedia jasa rasa sebagai harapan pelanggan.
- Gap 2 adalah perbedaan antara persepsi penyedia jasa akan harapan pelanggan dengan penerjemahan persepsi tersebut kepada spesifikasi kualitas layanan.
- Gap 3 adalah perbedaan antara spesifikasi layanan kualitas pelanggan dengan layanan sesungguhnya yang diberikan oleh penyedia jasa.
- Gap 4 adalah perbedaan antara layanan yang diberikan dengan apa yang dikomunikasikan dengan pelanggan.
- Gap 5 adalah perbedaan antara layanan yang dirasakan pelanggan dengan layanan yang diharapkan.

### III. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan tahap penelitian yang dilakukan sebelum melakukan pengolahan data sehingga penelitian menjadi lebih terarah dan membantu proses analisa. Penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan yang terdiri dari studi lapangan. Penelitian ini diawali dengan studi kepustakaan yaitu mengumpulkan, membaca dan mempelajari data-data yang terdapat pada buku dan sumber literatur lainnya. Kemudian, dilakukan studi lapangan untuk mengetahui sistem yang ada di tempat penelitian. Langkah selanjutnya, dilakukan perumusan masalah untuk menemukan topik permasalahan yang terjadi di tempat penelitian serta mencari tahu cara penyelesaiannya melalui studi pendahuluan yang telah dilakukan. Data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah adalah hasil jajak pendapat (kuisisioner) yang dilakukan terhadap masyarakat yang wajib pajak. Data tersebut akan diolah lalu dianalisis. Analisis yang dilakukan akan dijadikan kesimpulan serta saran terhadap tempat penelitian. Untuk flowchart penelitian dapat dilihat dalam gambar 2 di bawah ini:



**Gambar 2. Flowchart Metode Penelitian**

#### IV. Hasil dan Pembahasan

##### A. Tes Validitas

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan rekapitulasi dari perhitungan koefisien pearson beserta nilai signifikansi dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

**Tabel 1. Rekapitulasi Uji Validitas**

Dimensions	Item	Persepsi		Ekspektasi	
		Korelasi Pearson	Signifikansi	Korelasi Pearson	Signifikansi
Tangible	1	0.765	0.000	0.745	0.000
	2	0.874	0.000	0.867	0.000
	3	0.790	0.000	0.700	0.000
Reliability	1	0.891	0.000	0.910	0.000
	2	0.853	0.000	0.935	0.000
	3	0.913	0.000	0.915	0.000
Responsiveness	1	0.905	0.000	0.931	0.000
	2	0.867	0.000	0.922	0.000
	3	0.810	0.000	0.949	0.000
Assurance	1	0.920	0.000	0.937	0.000
	2	0.889	0.000	0.924	0.000
	3	0.866	0.000	0.867	0.000
Empathy	4	0.877	0.000	0.787	0.000
	1	0.897	0.000	0.905	0.000
	2	0.799	0.000	0.763	0.000

Pada uji validasi, data dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil daripada 0.05 dan koefisien pearson bernilai positif (Yusup, 2018). Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa keseluruhan butir pertanyaan pada kuisioner memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada 0.05 dan juga koefisien pearson bernilai positif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data persepsi masyarakat yang didapatkan bersifat valid.

##### B. Tes Reliabilitas

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan rekapitulasi dari perhitungan koefisien pearson beserta nilai signifikansi dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

**Tabel 2. Rekapitulasi Uji Reliabilitas**

No	Dimensions	Persepsi Cronbach Alpha	Ekspektasi Cronbach Alpha
1	Tangible	0.855	0.793
2	Reliability	0.919	0.946
3	Responsiveness	0.886	0.962
4	Assurance	0.939	0.927
5	Empathy	0.867	0.839

Pada uji reliabilitas, dinyatakan bahwa data bersifat reliable apabila cronbach's alpha > 0.7 (Bonett & Wright, 2014). Pada perhitungan tabel di atas, keseluruhan nilai cronbach alpha > 0.7. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *tangible* bersifat reliabel.

##### C. Servqual Analysis

Perbedaan antara kualitas yang terjadi di keadaan aktual dengan kualitas yang diharapkan oleh masyarakat dinyatakan pada tabel 5.14 yang berada di bawah ini:

**Tabel 3. Gap Model**

Dimensi	Rata-rata Skor Persepsi Pelayanan	Rata-rata Skor Ekspektasi Pelayanan	Rata-rata Skor Gap
Tangible	3.94	4.28	-0.34
Reliability	3.91	4.41	-0.5
Responsiveness	3.93	4.46	-0.53
Assurance	3.99	4.47	-0.48
Empathy	3.87	4.41	-0.54

Nilai rata-rata skor persepsi pelayanan dan nilai rata-rata skor ekspektasi pelayanan didapatkan dengan merata-ratakan nilai jawaban dari butir-butir pertanyaan yang terdapat pada masing dimensi (Setiajit dan Utomo, 2017). Persepsi yang positif dengan pelayanan yang dirasakan dinyatakan dengan skor gap yang bernilai positif. Sementara nilai gap yang negatif menyatakan bahwa terdapat ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan (Pasigai, 2009).

Berdasarkan tabel 3 ditemukan bahwa nilai negatif terbesar terdapat pada dimensi yaitu *empathy* sebesar -0,54. Perbedaan ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang menjawab, "perlu" dan "sangat perlu" pada level ekspektasi. Sementara pada persepsi, rata-rata masyarakat menjawab "puas" dan "sangat puas". Sehingga dapat disimpulkan pada dimensi *empathy*, meskipun masyarakat cukup puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka tetap mengharapkan perbaikan terhadap pelayanan sehingga menjadi lebih baik. Hal ini juga terdapat pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ningsi, Noorhasanah, dan Gusnawati (2020).

Sementara itu nilai negatif terkecil terdapat pada dimensi *tangible* sebesar -0.34. Perbedaan ini menunjukkan bahwa cukup banyak masyarakat yang menjawab "perlu" dan "sangat perlu" terutama tentang fasilitas. Sementara pada persepsi rata-rata masyarakat menjawab "puas" dan "sangat puas". Sehingga dapat disimpulkan pada dimensi *tangible*, meskipun masyarakat cukup puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka tetap mengharapkan perbaikan terhadap pelayanan sehingga menjadi lebih baik.

#### D. Multiple Linear Regression Analysis

Hubungan antara variabel X1 (*Tangible*), variabel X2 (*Reliability*), variabel X3 (*Responsiveness*), variabel X4 (*Assurance*), X5 (*Empathy*) terhadap variabel dependen Y (Kepuasan Masyarakat) terdapat pada tabel 5.15 yang berada di bawah ini :

**Tabel 4. Summary Model**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.661	.644		.52579

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

Tabel ini menjelaskan besarnya pengaruh variabel X1,X2,X3,X4, dan X5 terhadap variabel dependen Y (kepuasan masyarakat) melalui nilai R, yaitu sebesar 0,813. Pengkuadratan dari nilai R disebut dengan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memberi sumbangan atau pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel dependen. Dari hasil di atas didapatkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,661 dimana pengaruh variabel X1,X2,X3,X4,X5 terhadap kepuasan masyarakat sebesar 66,1%.

- **Uji F**

Uji F dilakukan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima apa tidak. Pengambilan keputusan untuk Uji F berdasarkan nilai signifikansi dengan syarat harus lebih besar dari 0.05 atau nilai Fhitung > Ftabel agar hipotesis diterima. Berikut merupakan tabel hasil ANOVA.

**Tabel 5. ANOVA Test**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.939	5	10.788	39.022	.000 <sup>b</sup>
	Residual	27.645	100	.276		
	Total	81.585	105			

a. Dependent Variable: Y b. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

Dari tabel di atas didapatkan bahwa nilai Fhitung sebesar 39,022 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh X1, X2,X3,X4, dan X5 secara simultan terhadap variabel dependen.

- **Tes Koefisien**

Tes koefisien digunakan untuk mengukur seberapa banyak kontribusi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh tersendiri terhadap variabel dependen.

**Tabel 6. Tes Koefisien**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.176	.304		.577	.565
	X1	.209	.164	.163	1.275	.205
	X2	.799	.172	.727	4.638	.000
	X3	-.460	.179	-.417	-2.563	.012
	X4	.471	.191	.416	2.464	.015
	X5	-.089	.131	-.084	-.679	.499

Dari tabel 6 pengaruh dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen dapat ditulis sebagai berikut ini :

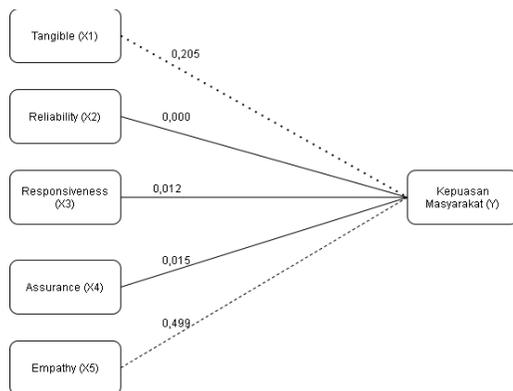
- Pengaruh dari variabel *tangible* (X1) terhadap kepuasan masyarakat Berdasarkan tabel 6 didapatkan bahwa nilai T sebesar 1,275 dengan signifikansi sebesar 0,205 dimana lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal itu maka variabel X1 tidak memberi pengaruh kepada kepuasan masyarakat.
- Pengaruh dari variabel *reliability* (X2) terhadap kepuasan masyarakat Berdasarkan tabel 6 didapatkan bahwa nilai T sebesar 4,638 dengan signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal itu maka variabel X2 memberi pengaruh kepada kepuasan masyarakat.
- Pengaruh dari variabel *responsiveness* (X3) terhadap kepuasan masyarakat Berdasarkan tabel 6 didapatkan bahwa nilai T sebesar -2,563 dengan signifikansi sebesar 0,012 dimana lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal itu maka variabel X3 memberi pengaruh kepada kepuasan masyarakat.
- Pengaruh dari variabel *assurance* (X4) terhadap kepuasan masyarakat

Berdasarkan tabel 6 didapatkan bahwa nilai T sebesar -2,464 dengan signifikansi sebesar 0,015 dimana lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal itu maka variabel X4 memberi pengaruh kepada kepuasan masyarakat.

- Pengaruh dari variabel *empathy* (X5) terhadap kepuasan masyarakat

Berdasarkan tabel 6 didapatkan bahwa nilai T sebesar -0,679 dengan signifikansi sebesar 0,499 dimana lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal itu maka variabel X5 tidak memberi pengaruh kepada kepuasan masyarakat.

### E. Uji Hipotesis



**Gambar 3 Grafik Uji Hipotesis**

Grafik yang terdapat pada gambar 3 menggambarkan hubungan antara variabel X1, X2, X3, X4, X5 terhadap variabel dependen Y berdasarkan nilai signifikansi yang ada pada tabel 5.17. X2 (Reliability), X3 (Responsiveness), dan X4 (Assurance) menunjukkan adanya pengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat ditandai dengan garis nyata. Sementara X1 (Tangible) dan X5 (Empathy) menunjukkan bahwa adanya pengaruh namun tidak langsung terhadap kepuasan masyarakat ditandai dengan garis putus-putus. Namun, apabila kedua dimensi tersebut dipenuhi, mampu meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap dimensi lainnya, sehingga lebih puas. Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiajit dan Utomo (2017) menyatakan bahwa dimensi *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh signifikan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat.

## IV. Kesimpulan dan Saran

- Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data serta analisis mengenai pengukuran kualitas pelayanan publik yang dilakukan oleh UPT SAMSAT Medan Selatan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat didasarkan pada lima faktor, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pengaruh yang diberikan oleh kelima faktor ini terhadap kepuasan masyarakat bernilai 66,1 %. Adapun faktor-faktor yang memberikan pengaruh secara langsung adalah: *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*. Sementara faktor *tangible* dan *empathy* juga memberi pengaruh namun tidak secara langsung
2. Perbedaan skor gap menunjukkan kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan di SAMSAT. Perbedaan terbesar terdapat pada dimensi *empathy* (-0,54) dan perbedaan terkecil terdapat pada dimensi *tangible* (-0,34)
3. Faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan pada skor Gap adalah jawaban masyarakat yang mengindikasikan mereka cukup puas dengan pelayanan yang ada namun tetap menginginkan adanya perbaikan. Terutama pada faktor yang memiliki kesenjangan terbesar yaitu *empathy*.

- Saran Perbaikan

Beberapa saran yang perlu disampaikan berdasarkan penelitian yang dilakukan selama ini yaitu :

1. Dapat dilakukan perbaikan fasilitas sehingga masyarakat merasa nyaman saat menunggu untuk diberi pelayanan ataupun mendapatkan pelayanan sehingga memberikan kepuasan yang maksimal.
2. Staff dapat memberikan atensi yang lebih baik lagi kepada masyarakat baik dalam melakukan pelayanan ataupun menghadapi komplain serta menanggapi

pertanyaan yang diajukan oleh masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bonett, D. G., & Wright, T. A. (2015). Cronbach's alpha reliability: Interval estimation, hypothesis testing, and sample size planning. *Journal of organizational behavior*, 36(1), 3-15.
- Gumilar, Ivan. (2007). *Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Bandung:Widyatama
- Miremadi, A., Ghalamkari, S., & Sadeh, F. (2011). Customer satisfaction in port industry (A case study of Iranian shipping). In *2011 International Conference on Sociality and Economics Development* (Vol. 10, pp. 58-62).
- Ningsi, N., Noorhasanah, Z., & Gusnawati, G. (2020). Quality Analysis of E-government Services Using SERVQUAL Method (Case Study of SAMSAT Office in Kolaka Regency). *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 4(2), 142-158.
- Pasigai, M. A. (2009). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR SAMSAT KABUPATEN LUWU UTARA. *Jurnal Ekonomi Balance*, 5(2), 84-104.
- Santoso, H. (2006). Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metoda Servqual-Six Sigma Atau Servqual-QFD. *J@ ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 1(1), 85-106.
- Setiajit, D. G., & Utomo, A. (2017). A servqual measurement of public service from motor vehicle taxation office (SAMSAT) in Indonesia. *JURNAL KARYA DOSEN ITN MALANG*.
- Supranto, J. (2001). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan.
- Utami, S. S. (2013). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2).
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).