

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN STNK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR SAMSAT MANADO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh

Desy Ramdhani Sidak

NIM: 16.4.1.051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
MANADO**

**1441 H/2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN STNK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR SAMSAT MANADO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh

Desy Ramdhani Sidak

NIM: 16.4.1.051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
MANADO**

**1441 H/2020**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Desy Ramdhani Sidak

NIM : 16.4.1.051

Program : Sarjana (S1)

Institusi : IAIN Manado

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 30 Agustus 2020

Saya yang menyatakan,



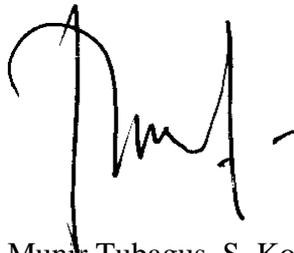
Desy Ramdhani Sidak  
NIM. 16.4.1.051

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantor Samsat Manado” yang ditulis oleh Desy Ramdhani Sidak ini telah disetujui pada tanggal 31 Agustus 2020.

Oleh

PEMBIMBING I



Dr. Munt Tubagus, S. Kom., M. Cs  
NIP : 197311182006041001

PEMBIMBING II



Muhammad Azhar Mushlihin, S. E., M. M  
NIDN :

### PENGESAHAN SKRIPSI

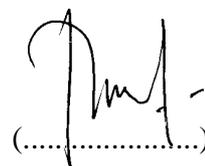
Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantor Samsat Manado” yang disusun oleh Desy Ramdhani Sidak, NIM: 16.4.1.051, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada 21 Oktober 2020 bertepatan dengan 5 Rabiul Awal 1442 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 3 Desember 2020 M

18 Rabiul Akhir 1442 H

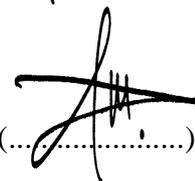
#### DEWAN PENGUJI:

Ketua : Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs



(.....)

Sekretaris : Muhammad Azhar Mushlihin, S.E., M. M



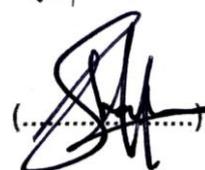
(.....)

Munaqisy I : Dr. Musdalifah Dachrud., M.Si



(.....)

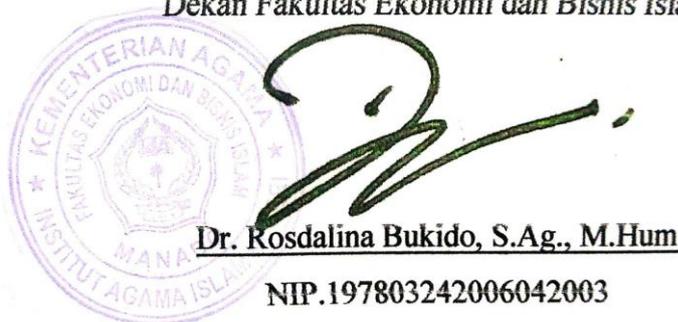
Munaqisy II : Nur Shadiq Sandimula, S.Ei., M.E



(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum**  
NIP.197803242006042003

**ABSTRAK**

**Nama Penulis** : Desy Ramdhani Sidak  
**NIM** : 16.4.1.051  
**Judul Skripsi** : **Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap  
Kepuasan Konsumen Di Kantor Samsat Manado**

---

Skripsi ini meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang ingin memperpanjang STNK di kantor Samsat Manado. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang ingin memperpanjang STNK di kantor Samsat Manado. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 460.170 konsumen Samsat Manado wilayah Kota Manado. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sehingga di dapatkan sampel sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, reabilitas, normalitas dan regresi analisis linear sederhana. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Data di analisis menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS V.23*. berdasarkan hasil data yang telah di uji didapatkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dalam memperpanjang STNK di kantor Samsat Manado.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

## ABSTRACT

Name : Desy Ramdhani Sidak  
SRN : 16.4.1.051  
Faculty : Islamic Economics and Business  
Study Program : Syari'ah Economy  
Title : The Effect of the Quality of STNK Services on Customer Satisfaction at the Manado Samsat Office

---

This thesis examines the effect of service quality on customer satisfaction who wants to extend the STNK at the Samsat Manado office. The main problem in this research is whether service quality affects customer satisfaction who wants to extend the STNK at the Samsat Manado office or not. This type of research is quantitative research. The population in this study was 460,170 of Samsat Manado costumers in Manado city. The sampling technique used in this study was the Slovin formula so that a sample of 100 respondents was obtained. The data used in this study are primary data. The data analysis technique used in this research is validity, reliability, normality and simple linear analysis regression. Data collection techniques was going through distributing questionnaires and documentation. Data were analyzed using the help of the SPSS V.23 application program. Based on the results of the data that have been tested, the significance value is  $0.000 < 0.05$ , which means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Thus, it can be concluded that the Service Quality variable (X) affects Customer Satisfaction (Y) in extending STNK at the Samsat Manado office.

**Key Words:** service quality, costumer satisfaction



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, nikmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Shalawat serta salam “Allahumma sholli ‘ala sayyidina Muhammad” penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, dan semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantor Samsat Manado” tidak terlepas dari bimbingan kerja keras, doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN Manado), Delmus Puneri Salim, M.A., M.Res., Ph.D.
2. Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN Manado), Dr. Ahmad Rajafi, M.HI.
3. Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Radlyah Hassan Jan, S.E., M.Si.
4. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Musdalifah Dachrud, S.Ag., S.Psi., M.Si., Psi.
5. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum.
6. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd.
7. Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ridwan Jamal, S.Ag., M.Hi.
8. Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs.

9. Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Silva Basuki, S.Ag.
10. Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sjamsuddin A.K Antuli, S.Ag., M.A.
11. Dosen Pembimbing I, Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs. yang telah memberikan ilmu, selalu memberikan arahan, semangat, dan memotivasi penulis hingga tugas akhir ini bisa diselesaikan.
12. Dosen Pembimbing II, Muhammad Azhar Mushlihin, S.E., M.M. yang telah memberikan ilmu, selalu memberikan arahan, semangat, dan memotivasi penulis selama perkuliahan dan proses bimbingan skripsi.
13. Dosen Penasehat Akademik, Ridwan Jamal, S.Ag., M.Hi. yang telah mengarahkan dan memberikan semangat penuh penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.
14. Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Syariah. Nimros Bulotio, S.E., M.E. yang telah membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
15. Seluruh Dosen dan tenaga kependidikan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala ilmu dan pelayanan yang telah diberikan.
16. Kepala Samsat Manado beserta seluruh staf jajaran Samsat Manado yang telah mengizinkan saya untuk meneliti di kantor Samsat Manado.
17. Kasubdit Kamsel Direktorat Lalu Lintas Polda Sulut, KOMPOL Yuriko Fernanda, S.H., S.I.K. beserta seluruh staf Kamsel Direktorat Lalu Lintas Polda Sulut selaku partner kerja penulis yang telah memotivasi saya dalam pembuatan tugas akhir skripsi.
18. Kasubdit PJR Direktorat Lalu Lintas Polda Sulut, KOMPOL Aidit Djafar, S.H., M.H. yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam pembuatan tugas akhir skripsi.
19. Yang terkasih kedua orang tua penulis, Ayah AKBP Djasman Sidak, S.E. dan Ibu Sri Fatmawati Uno beserta keluarga besar Sidak-Uno yang berada di kota

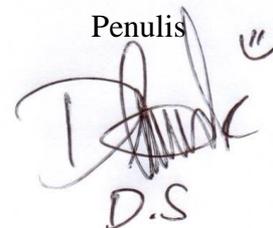
Kolaka, Malang, Jakarta yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi penuh dari awal sampai akhir penulisan akhir tugas skripsi.

20. Kepada teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2016, kelas Ekonomi Syariah A 2016, Pembina dan Seluruh Anggota Racana Kyai Modjo-Siti Aisyah Pangkalan IAIN Manado, terlebih khususnya kepada sahabat-sahabat saya, Fadillah Ramadhanty Putri Abdullah, Djahra Taher, Hajrinnisa Kodung, Ainnayah Djamali, Annisa Hassan, Afiyin Tadore, Ledy Darise, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa yang telah mereka berikan kepada penulis. Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan oleh karena itu segala kritik dan saran yang membantu akan sangat berguna bagi penulis agar dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya akan menghasilkan karya yang lebih baik lagi. Akhri kata semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Manado, 30 Agustus 2020

Penulis



Desy Ramdhani Sidak

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	7
E. Definisi operasional.....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	10
1. Kualitas pelayanan .....	10
2. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan .....	14
3. Dimensi kualitas pelayanan .....	14
4. Kepuasan konsumen .....	14
5. Prinsip-prinsip kualitas pelayanan atau jasa .....	15
6. Pelayanan dalam Islam .....	17
7. Kepuasan konsumen .....	21
8. Konsep kepuasan konsumen .....	24
9. Harapan pelanggan .....	24
10. Pengukuran kepuasan konsumen .....	25
11. Kepatuhan terhadap peraturan perundangan .....	26
12. Inovasi pelayanan publik .....	28
13. STNK .....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	32

C. Kerangka Penelitian.....	35
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan waktu penelitian.....	36
B. Desain penelitian.....	36
C. Populasi dan sampel.....	37
D. Data dan instrument.....	38
E. Teknik pengumpulan data.....	40
F. Teknik analisis data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum lokasi penelitian.....	44
B. Hasil penelitian.....	47
C. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

**DAFTAR TABEL**

3.1	Jadwal penelitian .....	36
3.2	Kisi-kisi instrumen .....	39
3.3	Pengukuran skala likert .....	41
4.1	Pengelompokkan konsumen berdasarkan jenis kelamin .....	47
4.2	Pengelompokkan konsumen berdasarkan usia .....	48
4.3	Pengelompokkan konsumen berdasarkan pekerjaan .....	48
4.4	Hasil uji validitas variabel X .....	49
4.5	Hasil uji validitas variabel Y .....	50
4.6	Hasil uji reabilitas .....	51
4.7	Hasil uji normalitas .....	52
4.8	Hasil uji regresi linear sederhana .....	52
4.9	Hasil uji F .....	53
5.1	Hasil uji T .....	54

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 3 : Uji Kualitas Data
- Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 : Uji Regresi Linear Sederhana
- Lampiran 6 : Uji F
- Lampiran 7 : Uji T
- Lampiran 6 : Nilai R Tabel
- Lampiran 7 : Dokumentasi
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

## BAB I PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Dalam rangka memberikan kualitas pelayanan yang baik dari aparatur pemerintah, pemerintah membuat Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, namun kebijakan ini tidak akan bisa dicapai secara maksimal apabila aparatur pemerintah tidak bekerja secara optimal, oleh karena itu, kebijakan yang dikeluarkan oleh Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan harus diimbangi dengan upaya optimalisasi kinerja aparatur pemerintah dan melakukannya secara konsisten dengan memperhatikan segala kebutuhan dan harapan masyarakat.

Upaya optimalisasi kinerja aparatur pemerintah sebenarnya sudah dilakukan oleh pemerintah melalui perubahan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1974 menjadi Undang-Undang Nomor 43 Tahun 1999 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian. Di sisi lain untuk meningkatkan kinerja aparatur pemerintah, pemerintah juga mengeluarkan kebijakan lain berupa Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 tentang Diklat Jabatan PNS dan terakhir mengenai Surat Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor KEP/26/M.PAN/2/2004 tentang Petunjuk Teknis Transparansi dan Akuntabilitas dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik. Alasan keseluruhan kebijakan oleh pemerintah ini, disebabkan karena pemerintah mencoba mempercepat perwujudan pelayanan publik yang berkualitas.<sup>1</sup>

Kinerja pelayanan publik dapat ditingkatkan apabila ada mekanisme “*exit*” dan “*voice*” berarti bahwa jika pelayanan publik tidak berkualitas maka konsumen harus memiliki kesempatan untuk memilih lembaga penyelenggara pelayanan publik lain yang disukainya. Sedangkan mekanisme “*voice*” berarti adanya

---

<sup>1</sup> Fahmi Rezha, Siti Rochmah, Siswidiyanto, ‘Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) di Kota Depok)’, *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, No. 5 (2013), 981. <<https://media.neliti.com/media/publications/74038-ID-analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-pun.pdf>>.

kesempatan untuk mengungkapkan ketidakpuasan kepada lembaga penyelenggara pelayanan publik.

Indonesia sejak tahun 2009 telah memiliki peraturan perundangan tersendiri sebagai sebuah standar bagi pelayanan kepada masyarakat, maka pada tanggal 18 Juli 2009 Indonesia mensahkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Menurut UU tersebut, Pelayanan Publik adalah kegiatan atau rangkaian dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.<sup>2</sup>

Pelayanan publik merupakan tanggungjawab pemerintah dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik itu di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara. Pelayanan publik kepada masyarakat adalah salah satu tugas atau fungsi penting pemerintah dalam menyelenggarakan tugas-tugas pemerintahannya. Pelayanan publik merupakan unsur yang sangat penting dalam penyelenggaraan pemerintah karena menyangkut aspek kehidupan yang sangat luas. Penyelenggaraan pelayanan publik merupakan upaya Negara untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga Negara atas barang, jasa dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Karakteristik pelayanan publik yang sebagian besar bersifat monopoli membuat pemerintah tidak menghadapi permasalahan persaingan pasar sehingga menyebabkan lemahnya perhatian pengelola pelayanan publik akan penyediaan pelayanan yang berkualitas. Lebih buruk lagi kondisi ini menjadikan sebagian pengelola pelayanan memanfaatkan untuk mengambil keuntungan pribadi, dan cenderung mempersulit prosedur pelayanannya.

Terkait pelayanan menurut perspektif Islam, Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ  
تُنْفِقُوْنَ ۗ وَاَسْتَمُّ بِاَخْذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُعْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ عَنِّيْ حَمِيْدٌ

---

<sup>2</sup> Robi Cahyadi Kurniawan, 'Inovasi Kualitas Pelayanan Publik Pemerintah Daerah', *Fiat Justisia Journal Of Law*, No. 3, 570 <<https://jurnal.fh.unila.ac.id/index.php/flat/article/view/794>>.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (QS, Al-Baqarah (2): 267). Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk.

Dalam era reformasi yang sampai sekarang tetap bergulir, membawa Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) pada suatu keadaan dimana Polri semakin dituntut oleh masyarakat Indonesia untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya sebagai pemelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, penenagak hukum dan sebagai pelayan, pelindung, pengayom masyarakat secara professional, transparan dan akuntabel. Untuk menunjang pelaksanaan tersebut, Polri telah banyak melakukan perubahan-perubahan untuk menuju Polri yang professional dan dipercaya oleh masyarakat, Polri telah menetapkan sasaran dalam pelaksanaan perubahan tersebut, untuk tahun 2005-2009 Polri berusaha membangun kepercayaan publik (*trust building*), pada tahun 2010-2014 Polri membangun kemitraan (*Partnership Building*), dan pada tahun 2014-2025 Polri ditargetkan mencapai unggulan (*Strive for excellence*).

Salah satu program perubahan yang dilakukan Polri adalah perubahan kinerja dalam bidang pelayanan publik yang disebut Program Reformasi Birokrasi Polri (*Quick Wins*). Program *Quick Wins* ini merupakan program-program unggulan Polri yang dilakukan dalam rangka akselerasi untuk mencapai sasaran Polri tahun 2005-2025, yang telah dicanangkan oleh Presiden Republik Indonesia bersama dengan Kapolri pada tanggal 30 Januari 2009. Program-program tersebut antara lain adalah *Quick Response*, Transparansi Pelayanan SIM, STNK, dan BPKB (SSB), Transparansi Penyidikan serta Transparansi Rekrutmen Personel.

*Quick Response* merupakan program meningkatkan kecepatan polisi dalam menanggapi/merespon laporan dari masyarakat, sedangkan Transparansi Pelayanan SSB merupakan program pelayanan prima dibidang regristrasi dan

identifikasi pengemudi dan kendaraan bermotor sehingga menghasilkan pelayanan publik yang bersih bebas dari pungli, professional, transparan, akuntabel, murah, cepat, mudah dan tidak berbelit-belit. Transparansi penyidikan merupakan program penyidikan pelayanan Polri dibidang penyidik tindak pidana umum yang mempunyai output penyidik yang professional, transparan, akuntabel, mudah, cepat dan tidak berbelit-belit. Dan Transparansi Rekrutmen Personel merupakan program rekrutmen personel Polri yang bebas dari Kolusi, Korupsi dan Nepotisme.

Dalam pelaksanaan tugasnya, pelayanan publik tidak dapat dilepaskan dari kegiatan Polri sehari-hari. Seiring dengan perkembangan globalisasi dunia dan tuntutan reformasi dari masyarakat terhadap institusi Polri, masyarakat menuntut Polri untuk melaksanakan pelayanan publik yang professional, transparan, akuntabel, mudah, murah, cepat dan tidak berbelit-belit. Selain itu, masyarakat juga menuntut akan kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan Polri.

Kantor Bersama Samsat (Sistem Administrasi Manunggal dibawah Satu Atap) merupakan salah satu pemberi pelayanan publik dalam hal penerbitan Surat Tanda Kendaraan Bermotor (STNK) kepada masyarakat. Kantor Bersama Samsat merupakan kantor bersama yang terdiri dari 3 (tiga) instansi yaitu Polri, Dinas Pendapatan, dan PT. Jasa Raharja (Persero) yang saling terintegrasi dalam pelaksanaan tugasnya. Sejak berdiri dari tahun 1976, Kantor Bersama Samsat selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat transparan, akuntabel, murah, cepat, dan tidak berbelit-belit demi terciptanya suatu kepuasan dari masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan.<sup>3</sup>

Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia yang semakin bertambah saat ini berpengaruh terhadap jumlah penggunaan bermotor seperti mobil dan motor pribadi. Penggunaan kendaraan bermotor diyakini oleh masyarakat sebagai

---

<sup>3</sup> Prianggon Jarot, Manupputy E.S. Dax, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Penerbitan Surat Tanda Nomor Kendaraan Di Samsat Balikpapan', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1, No. 2, 59-61 <<http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/download/1061/934/>>.

kebutuhan yang penting dalam menjalankan aktivitas seperti bekerja, sekolah, dan aktivitas lainnya untuk mempercepat mobilitas dalam kehidupan sehari-hari.<sup>4</sup>

Pelayanan umum yang kurang baik tidak akan menciptakan suatu kepuasan masyarakat. Dari sinilah dapat disimpulkan dan dijadikan tolak ukur dimana dalam mewujudkan kepuasan pada masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, instansi maupun pemerintah haruslah mampu untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan mengevaluasi aspek-aspek kualitas pelayanan yang ada. Untuk itu perlu dievaluasi bagaimana pelayanan yang diberikan Polri saat ini apakah telah memenuhi dan sesuai dengan tuntutan serta keinginan masyarakat, dalam rangka mewujudkan kepercayaan masyarakat kepada institusi Polri. Membangkitkan kepercayaan masyarakat kepada aparat kepolisian, hal tersebut sesuai dengan grand strategi Polri yang dituangkan dalam skep Kapolri Nomor: SKEP/630/VI/2005, tanggal 10 Juni 2005, salah satu faktor utama pengembangan Polri tahap pertama (Periode 2005-2010) adalah membangun kepercayaan (*trust building*) masyarakat terhadap Polri.

Kantor Samsat Manado merupakan suatu fasilitas yang disediakan pemerintah dalam hal mengurus pengesahan STNK dan perpanjangan, serta pembayaran pajak dan dengan tujuan memberikan kemudahan bagi masyarakat Manado didalam mengurus perpanjangan pajak, maka Pemerintah Kota Manado bekerja sama dengan Polda Sulut dan Jasa Raharja menyediakan fasilitas-fasilitas diantaranya Samsat Keliling melalui kendaraan roda empat yang setiap minggunya sudah terjadwal lokasi-lokasi seputaran Manado yang akan ditempati, selanjutnya fasilitas Samsat Corner yang berlokasi dibagian pojok pusat perbelanjaan, diamana untuk daerah Manado Samsat Corner berada di Mega Mall dan Manado Town Square, Fasilitas Samsat Drive Through yang terletak di depan Kantor Samsat Manado, Samsat Online dan fasilitas pelayanan yang berada didalam Kantor Samsat Manado, dimana tujuan dari semua fasilitas yang

---

<sup>4</sup> R. Lestari Cahya Wanarsih, Syahputra, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Samsat Outlet Terhadap Kepuasan Konsumen Bogor Trade Mall (Studi Kasus Pada Pajak Kendaraan Bermotor)', *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Telkom*, No. 3, 1 <[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104181/jurnal\\_eproc/pengaruh-kualitas-pelayanan-samsat-outlet-terhadap-kepuasan-konsumen-bogor-trade-mall-studi-kasus-pada-pajak-kendaraan-bermotor.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104181/jurnal_eproc/pengaruh-kualitas-pelayanan-samsat-outlet-terhadap-kepuasan-konsumen-bogor-trade-mall-studi-kasus-pada-pajak-kendaraan-bermotor.pdf)>.

diberikan yaitu untuk memberikan kemudahan dalam pengurusan dan kejelasan dalam harga yang harus dibayarkan bagi masyarakat selaku pengguna jasa layanan.<sup>5</sup>

Jenis pelayanan jasa yang diberikan oleh Samsat Manado adalah pelayanan terkait pemungutan pajak kendaraan bermotor. Pajak kendaraan bermotor sendiri meliputi pajak atas kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor ditambah dengan Sumbangan Wajib Dana Lalu Lintas Jasa Raharja (SWDKLJJ). Pelayanan pajak kendaraan bermotor di Samsat Manado dibedakan berdasarkan pemungutan pajak atas pendaftaran kendaraan bermotor baru, pemungutan pajak atas pengesahan ulang tahunan dan lima tahunan STNK dan bea balik nama kendaraan bermotor.

Berdasarkan latar belakang yang telah saya paparkan diatas, saya pernah mengobservasi tempat yang saya teliti dan saya mendapatkan keluhan konsumen yang ingin registrasi ulang dan identifikasi sekaligus membayar Pajak dan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK). Saya mendapatkan keluhan seperti proses yang lama, dan ada konsumen yang sering memilih menggunakan jasa calo atau perantara agar ingin mendapatkan proses dengan cepat.

Berdasarkan latar belakang yang ada peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantor Samsat Manado”**.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka dalam penelitian ini rumusan masalah dirumuskan sebagai berikut: Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan STNK terhadap kepuasan konsumen di kantor Samsat Manado?

## **3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan di dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan STNK terhadap kepuasan konsumen di kantor Samsat Manado.

---

<sup>5</sup> Edi Haryanto, 'Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Magister Manajemen Universitas Samratulangi*, No. 3, 751. <<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212/1769>>.

#### 4. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis:

Hasil peneliti ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap Kepuasan Konsumen di kantor Samsat Manado.

2. Manfaat Praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan kepada Samsat Manado dan memberikan perhatian dalam hal kepuasan konsumen di kantor Samsat Manado.

#### 5. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pengertian judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah dari istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini:

1. Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas Pelayanan menurut Feigenbaum sebagaimana dikutip oleh Ade Syarif Maulana, kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture, dan maintenance*, dalam mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Laksana pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>6</sup> Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan menurut sebagai berikut:

- a. *Tangible* atau bukti langsung diartikan sebagai penampilan fisik seperti peralatan, penampilan karyawan, fasilitas gedung dan lainnya.

---

<sup>6</sup> Ade Syarif Maulana, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta*, No. 2, 117 <<https://www.neliti.com/id/publications/78663/pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-harga-terhadap-kepuasan-pelanggan-pt-toi>>.

- b. *Reliability* atau kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal.
- c. *Responsiveness* atau daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat.
- d. *Assurance* atau jaminan adalah pengetahuan, keramahan, serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa.
- e. *Empathy* atau empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai, dan dimengerti.

## 2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan (Y) menurut Kotler yang dikutip oleh Handi Irawan, kepuasan konsumen yaitu bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kualitas pelayanan gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen tidak akan puas. Jika kualitas pelayanan sesuai dengan ekspektasi konsumen akan puas. Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan:

### a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut yang memiliki kualitas produk baik.

### b. Harga

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

### c. Kualitas Jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan/instansi.

### d. *Emotional Factor*

Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap produk tertentu.

e. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk dan jasa

Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2007), 37.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Teoritis

##### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas yakni “*meeting the needs of customers*” segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.<sup>8</sup> Menurut Fandy Djiptono beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakai, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap awal, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan.<sup>9</sup>

Menurut Zulian Yamit dalam jurnal Manajemen Kualitas Produk & Jasa, menyatakan “kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan”. Kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.<sup>10</sup> Menurut Nurhasyimad yang dikutip oleh Ahmad Khusaini, menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>11</sup>

Kualitas yang baik akan dipandang baik pula oleh pelanggan, karena kualitas yang memenuhi syarat akan menjadikan tumbuh rasa loyalitas pelanggan terhadap organisasi tersebut. Adapun secara sederhana manfaat dari kualitas antara lain:

---

<sup>8</sup> Vincent Gaspersz, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 4.

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2005), 2.

<sup>10</sup> Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2010), 7.

<sup>11</sup> Ahmad Khusaini, ‘Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta’, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 6  
<[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwicmYesmPnrAhVX9nMBHU\\_GBa8QFjAAegQIBBAB&url=http%3A%2F%2Fprints.uny.ac.id%2F30777%2F1%2FSKRIPSI%2520Ahmad%2520Khusaini%2520C%2520NIM%252011603141015.pdf&usg=AOvVaw1XovBIInDv5pM3JazCxPcJk](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwicmYesmPnrAhVX9nMBHU_GBa8QFjAAegQIBBAB&url=http%3A%2F%2Fprints.uny.ac.id%2F30777%2F1%2FSKRIPSI%2520Ahmad%2520Khusaini%2520C%2520NIM%252011603141015.pdf&usg=AOvVaw1XovBIInDv5pM3JazCxPcJk)>.

- a. Produktivitas yang lebih besar
- b. Harga yang lebih tinggi
- c. Loyalitas pelanggan yang lebih besar
- d. Pangsa pasar yang lebih besar
- e. Harga saham yang lebih tinggi.<sup>12</sup>

Makna dari pelayanan yakni merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.<sup>13</sup> Kualitas pelayanan yaitu proses pembentukan dan keterkaitan di dalam mengelola pelanggan, membangun mata rantai untuk meningkatkan nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan harapan memperoleh profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Adapun pelanggan yang loyal termasuk aset perusahaan yang harus di pertahankan.<sup>14</sup>

Uraian di atas, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan/konsumen yang pada dasarnya mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa dan pelayanan diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan yang ditujukan melalui sikap dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan/konsumen.

Tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan konsumen. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:

- a. Transparansi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat di akses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah di mengerti.
- b. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

---

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 70.

<sup>13</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafinda Persada, 2005), 15.

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 172.

- c. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta konsumen dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminatif dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu<sup>15</sup>:

1. Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapih
2. Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan bahasa baik dan benar
6. Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai

5 hal pokok dalam merancang pemberian pelayanan prima, antara lain:

1) *Service Regulation* (Regulasi Layanan)

Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur dan tata cara pelayanan dan keluhan agar memudahkan dalam standar pelaksanaan pelayanan serta berguna menyampaikan produk atau jasa perusahaan. Idealnya dalam suatu standar pelayanan dapat terlihat jelas dasar hukum, persyaratan pelayanan, prosedur pelayanan, waktu pelayanan, biaya serta proses pengaduan, sehingga petugas pelayanan memahami apa yang seharusnya mereka lakukan dalam memberikan pelayanan. Keraguan pegawai akan keputusan-keputusan apa yang harus diambil dengan sendirinya akan hilang sepanjang masih dalam aturan yang

---

<sup>15</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 205.

termuat dalam standar pelayanan atau sering disebut dengan *Standard Operating Procedures* (SOP).

2) *Service Facilities* (Fasilitas-Fasilitas Pelayanan)

Menyangkut fasilitas utama dan pendukung, ada perlengkapan pelayanan, serta akomodasi, *tools*, alat bantu, *product knowledges*, mesin, peralatan, teknologi, kamar mandi, ruang, dan gedung.

3) *Advirsory Team* (Peranan Tim Pengarah)

Tim pengarah disini yakni penanggung jawab tertinggi manajemen, pimpinan, dapat dari seorang *Public Relation*, atau manajer Operasional, yang memiliki peranan dalam manajemen pelayanan prima.

4) *Simple-Cheap-Fast-Benefit* (Mudah-Murah-Cepat-Manfaat)

5) Budaya Pemberian Pelayanan

a. *Self Awarness* yakni kesadaran pribadi untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan.

b. *Anthusias* yakni memberikan pelayanan dengan penuh antusias atau gairah.

c. *Reform* yakni memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.

d. *Value* yakni pelayanan harus mampu memberikan nilai tambah.

e. *Impresive* yakni pelayanan harus menarik, berkesan namun tidak berlebihan.

f. *Care* yakni memberikan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan secara optimal.

g. *Evaluation* yakni pelayanan yang telah diberikan harus selalu dievaluasi secara rutin.<sup>16</sup>

Sondang P. Siagian dalam buku yang berjudul *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia Jilid I*, memberikan pelayanan kepada masyarakat, aparatur pemerintah yang seyoganya berpegang pada sikap, tindakan seperti perilaku sebagai berikut:

---

<sup>16</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembalotan dan Membangun Customer Loyalty*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 146.

1. Dasar hukumnya jelas
2. Hak dan kewajiban Warga Negara yang dilayani
3. Bentuk akhir pelayanan diketahui dan disepakati bersama
4. Interaksi berlangsung secara rasional dan obyektif<sup>17</sup>

Sedangkan menurut Sugiarto dalam buku *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, landasan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam industri jasa, perlu dipahami 8 dasar pelayanan merumuskan sebagai berikut:

1. Pusat perhatian pada kebutuhan pelanggan
2. Berikan pelayanan yang efisien
3. Naikkan harga diri pelanggan dan jangan mengabaikan.<sup>18</sup>

## **2. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Pelayanan umum kepada masyarakat akan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, apabila ada faktor-faktor pendukungnya cukup memadai serta dapat difungsikan secara berhasil guna dan berdaya guna. Menurut Moenir yang dikutip oleh Teguh Sanjaya, Imam Hardianto, dan Stafanus, terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik, yaitu:

- a. Faktor kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum.
- b. Faktor aturan yang menjadi landasan pekerja pelayanan.
- c. Faktor organisasi yang merupakan alat serta system yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan.
- d. Faktor keterampilan petugas.
- e. Faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.<sup>19</sup>

## **3. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk

---

<sup>17</sup> Sondang P, Siagian, *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia, Jilid I*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2004), 134.

<sup>18</sup> Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), 167.

<sup>19</sup> Teguh Sanjaya, Imam Hardianto, & Stefanus P. R., 'Peningkatan Pelayanan Publik di Kantor SAMSAT Kabupaten Banyuwangi', *Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang*, No. 4, 587

<<http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/427/310#>>.

mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya).

1. Keandalan

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Daya Tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.

3. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

4. Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5. Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.<sup>20</sup>

#### **4. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan atau Jasa**

Menurut Wolkins yang dikutip dalam Buku Fandy Tjiptono, untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat untuk membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara

---

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2009), 269.

berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan dan pelanggan. Enam prinsip pokok tersebut meliputi:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategic harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan *stake holder* perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lainnya.

6. Penghargaan dan pengakuan (*total human reward*)

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat

meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan atau jasa dapat disimpulkan bahwa terdapat enam prinsip yang harus dimiliki oleh perusahaan penyelenggara jasa dalam usaha untuk menciptakan suatu lingkungan yang kondusif diantaranya adalah adanya suatu pemimpin dalam suatu perusahaan. Semua personil perusahaan pendidikan tentang kualitas pelayanan mempunyai suatu perencanaan dalam mencapai visi perusahaan, adanya proses review dalam setiap rencana yang telah dilakukan, adanya komunikasi yang baik semua personil perusahaan dan orang-orang yang bersangkutan, adanya penghargaan dan pengakuan setiap prestasi yang telah diraih semua personil perusahaan.

## 5. Pelayanan Dalam Islam

Menurut ensiklopedia islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoprasiaannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan yang di Samsat harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran agama islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.<sup>21</sup>

Adapun konsep pelayanan dalam islam adalah sebagai berikut:

### 1. Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun)

Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِنِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ  
يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ  
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا  
اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan

<sup>21</sup> Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, (Jakarta: PT. gramedia Pustaka, 1999), 96.

bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS, Al-Ma'idah: 2).<sup>22</sup>

## 2. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah SWT menurunkan syari'at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (*masyaqah*) masyarakat yang berlebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya.<sup>23</sup>

Meskipun demikian tidaklah berarti bahwa syariaah islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin di alami oleh manusia dalam kehidupannya. Hanya saja diharapkan ketentuan yang terdapat dalam syariat islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia. Hal ini sesuai dalam firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah: 185 yaitu:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۗ  
وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۗ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ  
وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم ۗ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu, dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.

## 3. Prinsip Persamaan (*Musawah*)

Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama. Dalam Islam hanya dikenal 2 golongan manusia. Golongan pertama adalah mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi Allah. Golongan yang kedua adalah orang-orang durhaka (*Fajir*), celaka dan hina disisi Allah. Oleh karenanya tidak layak seseorang atau satu golongan menyombongkan diri atau menghina yan lainnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalm Al-Qur'an:

<sup>22</sup> Nurdi Ali, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Universitas Islam Terbuka, 2009), 14.

<sup>23</sup> Husnul Khatimah, *Penerapan Syariah Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 89.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai manusia, kami ciptakan kamu dari laki-laki dan perempuan dan kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia disisi Allah adalah yang paling takwa. Sungguh Allah maha mengetahui dan maha mengenal”. (QS. Al-Hujurat: 13)

Dari ayat diatas sangat jelas kita ketahui bahwa kita dianjurkan Allah untuk bersosialisasi kepada masyarakat sekeliling kita, tanpa harus membedakan bangsa, agama, suku ataupun dari golongan mana individu tersebut berasal.<sup>24</sup>

#### 4. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*)

Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur’an yang berbunyi:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تَفْقَرُوا إِلَّا يَحْبِلُ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلٌ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۗ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ۗ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh Para Nabi tanpa alasan yang benar, yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas.” (QS, Ali ‘Imran: 112)

#### 5. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*)

Ayat Al-Quran yang berlaku lemah lembut juga yang telah dijelaskan dalam Al-Quran dalam QS. Ali ‘Imran: 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

<sup>24</sup> Harun Nasution dan Bahtiar Effendi, *Hak Asasi Manusia Dalam Islam*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1987), 124.

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu ma’afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”

Yang dimaksudkan dengan bersikap keras disini adalah bertutur kata kasar.<sup>25</sup> Al-Hasan mengatakan, “Berlaku lemah lembut inilah akhlaq Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam yang dimana beliau diutus dengan membawa akhlaq yang mulia ini”.

#### 6. Prinsip Kekeluargaan (*Ukhuwah*)

*Ukhuwah* yang secara jelas dinyatakan dalam Al-Qur’an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agam. Ini tercermin jelas dalam ayat Al-Qur’an surat Al-Hujurat: 10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: “Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara, sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”

Secara majasi kata *ukhuwah* (persaudaraan) mencakup persamaan salah satu unsur seperti suku, agama, profesi, dan perasaan. Sehingga dalam Al-Qur’an dijelaskan bahwa *ukhuwah* adalah persaudaraan seagama islam, dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.<sup>26</sup>

Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut islam yaitu:

1. Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan merasakan secara maksimum.
2. Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.

<sup>25</sup> Ibnu katsir, *Muassasah Qurthubah Tafsir Al-A'zhim*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 233.

<sup>26</sup> Muhammad Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'I Atas Berbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1996), 486.

3. Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

Baik Al-Qur'an maupun hadist memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Qurt'an dan sunnah. Sopan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar jiwa melayani dalam bisnis.

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang islami Rasulullah mengatakan "saidul kaunkhalimuhun" (pengurus/pengusaha itu adalah pelayanan bagi customernya). Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.

## **6. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh penyedia pelayanan publik, karena kepuasan konsumen akan menentukan keberhasilan pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan publik. Definisi kepuasan konsumen sering disamaartikan dengan definisi kepuasan pelanggan atau kepuasan masyarakat, hal ini hanya dibedakan pada siapa penyedia dan apa motif diberikannya pelayanan tersebut. Penyedia pelayanan di dalam pelayanan publik adalah pegawai instansi pemerintah yang melaksanakan tugas pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah diamanatkan dan penerima pelayanan publik adalah orang, masyarakat, lembaga instansi pemerintah dan dunia usaha, yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan penyelenggaraan pelayanan publik.

Kepuasan pelayanan berdasarkan KEP/25/M.PAN/2/2004 yaitu "hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik". Sedangkan kepuasan konsumen dikonseptualisasikan oleh Cadotte, Wooddruff, dan Jenknis, sebagai "perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakai produk/jasa". Kepuasan konsumen menurut menurut Oliver dalam buku Fandy Tjiptono dan Chandra yang berjudul *Service, Quality and Satisfaction*, merupakan "evaluasi terhadap *surprise*

yang inheren dalam pemerolehan dan atau pengalaman konsumsi jasa”.<sup>27</sup> Hampir sama dengan Oliver, menurut Wikie dalam buku Fandy Tjiptono yang berjudul *Strategi Pemasaran* “kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”.<sup>28</sup> Hal ini diperkuat oleh Cravens dalam jurnal Maulana Syarifah Ade yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Harga Kepuasan PT. TOI*, bahwa “kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pengiriman produk, performa produk atau jasa, citra perusahaan/produk/merek, nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima konsumen, prestasi para karyawan, keunggulan dan kelemahan para pesaing.

Menurut Kotler dan Keller dalam buku Kotler, Philip, dan Keller yang berjudul *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua Belas*, menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.<sup>29</sup> Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya.<sup>30</sup>

Menurut Tjiptono yang dikutip Bachtiar, kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan

---

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi offset, 2005), 197-198.

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), 24.

<sup>29</sup> Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 177.

<sup>30</sup> Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam’, *Journal Of Business Administration*, No. 2, 235 <<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/619>>.

keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.<sup>31</sup> Sedangkan menurut jurnal Bachtiar, kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.<sup>32</sup>

Menurut Valirie Zeithem, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dalam buku Christophe Lovelock dkk yang berjudul *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, bahwa kualitas layanan akan dipandang dengan 5 dimensi dalam menentukan kepuasan konsumen. Yaitu:<sup>33</sup>

- a) *Tangible* (Penampilan unsur fisik), kemampuan dalam perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Ini meliputi fasilitas fisik maupun teknologi.
- b) *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat), suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk pelanggan dan tanpa kesalahan.
- c) *Responsiveness* (kecepatan dan kegunaan), suatu kebijaksanaan untuk memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas yang menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
- d) *Assurance* (jaminan, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), pengetahuan dan keramahan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
- e) *Empathy* (Akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 301.

<sup>32</sup> Danis Imam Bachtiar, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggali Aji Purworejo', *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, No 1, 103 <<https://journal.kopertis6.or.id/index.php/sosek/article/view/23/25>>.

<sup>33</sup> Christopher Lovelock dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 154.

dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu dalam pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Christopher Lovelock dan Wirtz dalam jurnal Marlina Kurniawan dan Suwiknyo yang berjudul *Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*, menjelaskan bahwa kepuasan adalah sikap seperti penilaian yang mengikuti pengalaman konsumsi, sebagian besar penelitian menegaskan bahwa konfirmasi atau tidak konfirmasi dari harapan konsumsi adalah awal penentu kepuasan yang sangat besar.<sup>34</sup> Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah menjadi terobsesi dengan kepuasan pelanggan, mengingat hubungannya yang langsung dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan keuntungan.<sup>35</sup>

## **6. Konsep Kepuasan Konsumen**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan adanya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut<sup>36</sup>. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal. Pertama, mengidentifikasi siapa pelanggannya. Kedua memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. Ketiga, memahami startegi kualitas layanan pelanggan, dan Keempat, memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

## **7. Harapan Pelanggan**

Perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggannya. Kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi. Berkenaan dengan kualitas, ada tiga level harapan pelanggan mengenai kualitas, yaitu:

### **1. Level Pertama**

---

<sup>34</sup> Christopher Lovelock dan Wirtz, *Pemasaran Jasa Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 74.

<sup>35</sup> Marlina Kurnia dan Suwiknyo, 'Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi', *Jurnal Balance*, No. 1, 112 <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1264>>.

<sup>36</sup> Trisno, Musanto, 'Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada CV, Sarana Media Advertising Surabaya)', *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, No. 2, 123-136.

Harapan pelanggan yang paling sederhana dan berbentuk asumsi, *must have*, atau *take it for granted*. Misalnya: (a) saya berharap kantor Samsat melayani saya dengan sesuai prosedur yang ada; atau (b) saya berharap bank menyimpan uang saya dengan aman dan menangani saldo rekening saya dengan baik.

## 2. Level Kedua

Harapan yang paling tinggi dari pada level 1, dimana kepuasan dicerminkan dalam pemenuhan persyaratan dan/atau spesifikasi. Contohnya (a) saya berharap dilayani dengan ramah oleh pegawai kantor Samsat; dan (b) saya pergi ke bank, dan teller-nya ternyata sangat ramah, informatif, dan suka menolong transaksi-transaksi saya.

## 3. Level Ketiga

Harapan yang lebih tinggi lagi dibanding level 1 atau 2 dan menuntut suatu kesenangan (*delightfulness*) atau jasa yang begitu bagusnya sehingga membuat saya tertarik. Misalannya: perusahaan penerbangan itu memberi semua penumpang makanan atau snack yang sama dengan khusus diberikan kepada penumpang kelas satu oleh penerbangan lainnya<sup>37</sup>.

## 8. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Herri Affandi, Muhammad Zaki, dan Azmeri yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), berpendapat bahwa mengukur kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting, karena pelanggan adalah orang yang merasakan bagaimana pelayanan yang telah diberikan dari suatu jenis pelayanan. Kualitas pelayanan harus dilihat pada persepsi pelanggan sebagai konsumen jasa pelayanan.<sup>38</sup>

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra ada empat untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

---

<sup>37</sup> Afrinda Khoirista, Edy Yulianto. M. Kholid Mawardi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, No. 2, 3.

<sup>38</sup> Herri Affandi, Muhammad Zaki, dan Azmeri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara', *Jurnal Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala*, No. 3, 301 <<http://jurnal.unsyiah.ac.id/JTS/article/view/9845>>.

## 1. Sistem Keluhan dan Saran

Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melapor kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan.

## 9. Kepatuhan terhadap Peraturan Perundangan

Soerjono Soekanto dalam buku Soekanto, Soerjono yang berjudul Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum, berpendapat bahwa kesadaran hukum merupakan nilai-nilai yang terdapat di dalam diri manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan ada. Jadi pada dasarnya setiap manusia mempunyai rasa keadilan, dan asas kesadaran hukum ada di dalam diri setiap manusia.<sup>39</sup>

Ada pendapat yang menyatakan bahwa kesadaran hukum yang tinggi menyebabkan warga masyarakat mematuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku. Sebaliknya apabila kesadaran hukum sangat rendah maka derajat kepatuhan terhadap hukum juga rendah. Indikator-indikator kesadaran hukum menurut B. Kutschincky adalah:

- a. Pengetahuan tentang peraturan-peraturan hukum (*law awareness*);
- b. Pengetahuan tentang isi peraturan-peraturan hukum (*law acquaintance*);
- c. Sikap terhadap peraturan-peraturan hukum (*legal attitude*)
- d. Pola-pola perilaku hukum (*law behavior*)

Indikator-indikator di atas menunjukkan pada tingkat kesadaran hukum tertentu mulai dari yang terendah sampai dengan yang tertinggi. Apabila indikator-indikator kesadaran hukum, yaitu pengetahuan tentang hukum, pengetahuan tentang isi hukum, sikap terhadap hukum serta pola perilaku hukum dihubungkan dengan kepatuhan hukum, maka akan diperoleh pengertian sebagian berikut:

---

<sup>39</sup> Soekanto, Soerjono, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, (Jakarta: CV Rajawali, 1982), 152.

- a. Pengetahuan tentang peraturan hukum tidak mempengaruhi kepatuhan terhadap peraturan;
- b. Pengetahuan tentang isi peraturan hukum sangat mempengaruhi sikap terhadap suatu peraturan, akan tetapi sukar untuk menetapkan secara pasti derajat kepatuhan macam apakah yang dicapai dengan pengetahuan tersebut;
- c. Sikap terhadap peraturan cenderung mempengaruhi taraf kepatuhan hukum;
- d. Pola perilaku hukum sangat mempengaruhi kepatuhan hukum, yang mana perilaku yang sesuai dengan hukum merupakan salah satu ciri atau kriteria akan adanya kepatuhan atau ketaatan hukum yang cukup tinggi.

Penelitian mengenai kepatuhan dalam pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik telah dilaksanakan di Ombudsman RI pada sejak tahun 2013 dengan objek penelitian Kementerian Negara, Instansi Pemerintah, dan Pemerintah daerah baik Provinsi, Kabupaten, dan Kota khususnya unit pelayanan perizinan langsung kepada kelompok masyarakat/perorangan/instansi.

Berdasarkan Pasal 15 dan Bab V Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik wajib memenuhi 10 unsur mengenai penyelenggaraan publik itu sendiri, yang terdiri atas:

- a. Standar Pelayanan

Komponen standar pelayanan yang dimaksud sekurang-kurangnya meliputi: dasar hukum, persyaratan, sistem mekanisme dan prosedur, jangka waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk pelayanan, sarana, prasarana, atau fasilitas, kompetensi pelaksana, pengawasan internal, penanganan pengaduan, saran dan masukan, jumlah pelaksana, jaminan pelayanan yang dilaksanakan sesuai dengan standar pelayanan, jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan dalam bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman bebas dari bahaya dan resiko keragu-raguan, dan evaluasi kinerja pelaksana.

- b. Maklumat Pelayanan.

- c. Sistem Informasi Pelayanan Publik

Rangkaian kegiatan yang meliputi penyimpanan dan pengelolaan informasi serta mekanisme penyampaian informasi dari penyelenggara pelayanan publik kepada

masyarakat dan sebaliknya dalam bentuk lisan, tulisan latin, tulisan dalam huruf *braile*, bahasa gambar, dan/atau bahasa lokal, serta disajikan secara manual ataupun elektronik.

d. Pengelolaan Sarana, Prasarana, dan/atau Fasilitas Pelayanan Publik.

e. Pelayanan Khusus.

Pelayanan dengan perlakuan khusus kepada anggota masyarakat tertentu antara lain penyandang cacat, lanjut usia, wanita hamil, anak-anak, korban bencana alam, tanpa tambahan biaya.

f. Biaya/Tarif Pelayanan Publik.

g. Perilaku Pelaksana dalam Pelayanan.

h. Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan.

i. Pengelolaan Pengaduan.

j. Penilaian Kinerja.

Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik juga menjadi dasar dalam penilaian. Di dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 38 Tahun 2012 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Pelayanan Publik, selain kewajiban penyelenggara tersebut di atas, perlu juga kiranya meletakkan Visi, Misi dan Motto yang dapat memotivasi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, serta menerapkan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 : 2008 guna memberikan kepastian mutu layanan yang berkualitas kepada masyarakat.

## **10. Inovasi Pelayanan Publik**

Pembangunan di Indonesia, setidaknya memiliki tiga masalah: pertama mengenai birokrasi yang masih gemuk, lamban, dan belum mampu memberikan pelayanan prima pada masyarakat dan investor. Kedua adalah tentang korupsi, dimana masih banyak penyelenggara negara yang menyalahgunakan pengelolaan keuangan negara. Ketiga terkait masalah infrastruktur yang belum memadai, serta kurangnya anggaran negara untuk pembangunan dan pemeliharaannya. Berangkat dari tiga kondisi itu maka program percepatan reformasi birokrasi sangatlah penting diperlukan guna menciptakan birokrasi bersih dari korupsi kolusi dan

nepotisme, melayani, serta berkompeten terhadap tugas dan tanggung jawab yang diemban.

Pelayanan publik merupakan suatu tolak ukur kinerja pemerintah yang paling kasat mata. Masyarakat dapat menilai langsung kinerja pemerintah berdasarkan pelayanan yang diterimanya. Untuk itu kualitas pelayanan publik di semua kementerian/lembaga adalah suatu hal yang mendasar yang harus segera ditingkatkan. Dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009 disebutkan bahwa pelayanan prima adalah pelayanan yang cepat, mudah, pasti, murah, dan akuntabel.

Untuk meningkatkan pelayanan, masyarakat diupayakan terlibat dalam penyusunan kebijakan, penyusunan standar pelayanan, pelaksanaan survey kepuasan pelayanan publik, serta penyampaian keluhan, pengaduan dan apresiasi. Keterlibatan dan partisipasi masyarakat ini akan mendukung penyempurnaan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, hasil dari survey kepuasan pelayanan publik akan dapat lebih mengetahui dari sisi apa pelayanan yang diberikan dinilai kurang memuaskan.

Untuk memacu peningkatan pelayanan publik, KemenPAN RB menerapkan kebijakan bahwa sejak tahun 2014 adalah tahun inovasi pelayanan publik. Seluruh instansi pemerintah, baik di pusat maupun daerah diharapkan dapat membuat suatu ide kreatif atau jawaban terhadap cara kerja/metode pelayanan publik. KemenPAN RB mengumpulkan dan menilai inovasi-inovasi yang telah dilakukan di sejumlah instansi di seluruh Indonesia. Semoga kualitas dan inovasi pelayanan publik BPS dapat selalu meningkatkan, sehingga bisa terus bersaing secara sehat dengan instansi lain.

## **11. STNK**

Surat Tanda Nomor Kendaraan atau disingkat STNK adalah tanda bukti pendaftaran dan pengesahan suatu kendaraan bermotor berdasarkan identitas dan kepemilikannya yang telah didaftar. Di Indonesia, STNK diterbitkan oleh SAMSAT, yakni tempat pelayanan penerbitan/pengesahan STNK oleh 3 instansi: Polri, Dinas Pendapatan Provinsi, dan PT. Jasa Raharja. STNK merupakan titik tolak kepemilikan yang sah atas sebuah kendaraan bermotor.

STNK berisi identitas kepemilikan nomor polisi, nama pemilik, alamat pemilik dan identitas kendaraan bermotor (merk/tipe, jenis/model, tahun pembuatan, tahun perakitan, isi silinder, warna, nomor rangka/NIK, nomor mesin, nomor BPKB, warna TNKB, bahan bakar, kode lokasi, dsb). Nomor polisi dan masa berlaku yang tertera dalam STNK kemudian dicetak pada plat nomor untuk dipasang pada kendaraan bermotor bersangkutan. Masa berlaku STNK adalah 5 tahun dan setiap perpanjangan STNK, kendaraan diharuskan untuk cek fisik, yakni pengecekan motor rangka dan nomor mesin kendaraan yang dikeluarkan Satuan Lalu Lintas Polri. Apabila sebuah kendaraan bermotor berganti nama pemilik pada STNK, maka dikenakan BBN-KB (Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor).<sup>40</sup>

a. Persyaratan Perpanjangan STNK tahunan:

1. STNK asli dan *Foto Copy*
2. BPKB asli dan *Foto Copy* (BPKB asli diperlihatkan ke petugas)
3. KTP asli dan *Foto Copy* pemilik sesuai data identitas kendaraan (untuk kendaraan atas nama perorangan) *Foto Copy* Domisi Perusahaan, NPWP Perusahaan, SIUP Perusahaan dan TDP Perusahaan (untuk kendaraan atas nama perusahaan)
4. Surat kuasa, apabila memberi kuasa kepada pihak lain untuk melakukan pengurusan. Untuk kendaraan atas nama perusahaan, Surat Kuasa diatas Kop Surat Perusahaan, tanda tangan pemberi kuasa dan stempel perusahaan diatas materai (\*melampirkan *Foto Copy* KTP Pemberi Kuasa)

b. Prosedur Perpanjangan STNK tahunan:

1. Mengisi Formulir Perpanjangan STNK (Formulir tersedia di Loker)
2. Memasukkan Formulir beserta persyaratan STNK Tahunan ke Loker Pendaftaran serta memasukkan berkas silahkan menunggu panggilan, apabila tidak ada masalah di berkas petugas akan memanggil untuk menyerahkan lembar besaran pajak yang harus dibayar

---

<sup>40</sup> Wikipedia Bahasa Indonesia, "Surat Tanda Nomor Kendaraan," Wikipedia.com, 30 Oktober 2020, [https://id.wikipedia.org/wiki/Surat\\_Tanda\\_Nomor\\_Kendaraan](https://id.wikipedia.org/wiki/Surat_Tanda_Nomor_Kendaraan)

3. Membayar Pajak Kendaraan di Loker Pembayaran. Setelah melakukan pembayaran silahkan menunggu panggilan kembali untuk penerbitan STNK (Pengesahan) dan SKPD baru di Loker pengeluaran STNK (Pengesahan) dan SKPD Baru
4. Menerima STNK (Pengesahan) dan SKPD Baru
- c. Persyaratan Perpanjangan STNK 5 Tahunan:
  1. STNK asli dan *Foto Copy*
  2. BPKB asli dan *Foto Copy* (BPKB asli dilihatkan ke petugas)
  3. KTP asli dan *Foto Copy* KTP Pemilik sesuai data identitas kendaraan (untuk kendaraan atas nama perorangan)
  4. *Foto Copy* Domisi Perusahaan, NPWP Perusahaan, SIUP Perusahaan dan TDP Perusahaan (untuk kendaraan atas nama perusahaan)
  5. Surat kuasa, apabila memberi kuasa kepada pihak lain untuk melakukan pengurusan. Untuk kendaraan atas nama perusahaan, Surat Kuasa diatas Kop Surat Perusahaan, tanda tangan pemberi kuasa dan stempel perusahaan diatas materai (melampirkan *Foto Copy* KTP Pemberi Kuasa)
  6. Membawa kendaraan untuk melakukan cek fisik kendaraan
- d. Prosedur Perpanjangan STNK 5 Tahunan:
  1. Membawa semua persyaratan
  2. Melakukan cek fisik kendaraan berupa pemeriksaan nomor rangka dan nomor mesin
  3. Menerima blanko cek fisik kendaraan
  4. Menyerahkan blanko cek fisik dan semua persyaratan ke loket
  5. Membayar Pajak Kendaraan di Loker Pembayaran. Setelah melakukan pembayaran silahkan menunggu panggilan kembali
  6. Menerima struk pembayaran untuk mengambil STNK baru dan plat nomor baru
  7. Ambil STNK dan plat nomor baru di loket TNKB (Tanda Nomor Kendaraan Bermotor)

## B. Penelitian Terdahulu

Sejumlah peneliti telah melakukan penelitian tentang hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010). Dalam penelitian ini mereka menemukan pengaruh kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji KFC sebesar 72,9%. Sedangkan kualitas pelayanan tidak ditemui adanya pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniasih (2012). Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). Hasil analisis ini menunjukkan pengaruh langsung (*Direct Effect* atau *DE*) antara variabel harga terhadap kepuasan sebesar 0,288. Pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas sebesar 0,466 dan pengaruh langsung variabel kepuasan terhadap loyalitas sebesar 0,207.
3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dybyantoro dan Nani Cesimariani (2012). Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV”. Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah dalam penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana sub variabel *emphaty* merupakan faktor paling berpengaruh dengan koefisien regresi sebesar 0,559 diikuti *tangible* sebesar 0,310.
4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sunandar (2008). Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Flexi di Kota Semarang dengan *Intervening* Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian *Structural Equation Model* untuk menentukan signifikan setiap koefisien path, dengan melihat nilai *p-value ratio*, dengan

ketentuan bahwa hipotesis alternatif dapat diterima apabila level signifikan (*p-value*) maksimum adalah 0,05.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adhiyanto (2012). Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam pelatihan di Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang. Dengan pengaruh sebesar 68,5% sedangkan 31,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.
6. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ichsan Dwi Armanto yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play”. Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia saat ini semakin canggih dalam kehidupan masyarakat yang menggunakan dan tidak dapat dihindarkan. Penelitian ini PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Denpasar bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan jumlah sampel sebanyak 90 pelanggan, dengan menggunakan metode non probability sampling. Jenis sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan Skala Likert untuk mengukur kualitas layanan, kepuasan pelanggan. Skala Likert yang digunakan adalah jangkauan nilai 1 sampai 5. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>41</sup>
7. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indrany (2010). Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Puskesmas Gunungpati

---

<sup>41</sup> Ichsan Dwi Armanto, ‘Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Indihome Triple Play’, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayanan* 7, No. 3 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p06>>.

Semarang”. Dengan menggunakan metode berganda dapat disimpulkan bahwa variable bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan, kehandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Daya tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, empati tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

8. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atmaja (2010). Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Tiket Garuda PT. Falah Fantastic Tour Travel Bogor”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y), bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5), pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima *variable independent* yang diteliti yaitu variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *variable dependent* kepuasan pelanggan.
9. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmulyo (2008). Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok 1 di Sleman. Hasil penelitian ini menunjukkan variable yang digunakan Kehandalan, cepat tanggap, empati, jaminan. Variable dari dimensi kualitas pelayanan kehandalan, cepat tanggap, empati, jaminan, dan nyata dilakukan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan puskesmas.
10. Penelitian ini dilakukan oleh Zafirah (2014). Penelitian ini berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable (X) yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, variable (Y) kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *variable independent* yang terdiri dari *tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), empathy (X5)* berpengaruh signifikan terhadap *variable*

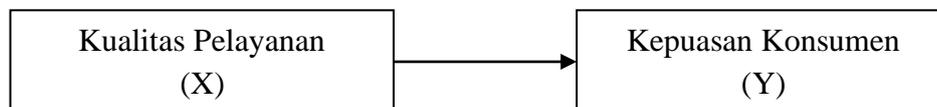
*dependent* kepuasan pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa kelima *variable independent* (X) berpengaruh secara parsial terhadap *variable* (Y) kepuasan pelanggan. Dan *variable* yang memiliki pengaruh paling dominan menentukan kepuasan pelanggan adalah *responsiveness* dengan nilai koefisien beta sebesar 0,258.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan-persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun perbedaan lokasi penelitian berbeda tempat yakni untuk penelitian ini dilakukan di Kantor SAMSAT Manado.

### C. Kerangka Pemikiran

Menurut Philip Kotler jasa/layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.<sup>42</sup>

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 7. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

X : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan Konsumen

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang dikemukakan peneliti maka hipotesis sebagai dugaan sementara untuk penelitian, yaitu:

Ha: Kualitas pelayanan STNK diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor SAMSAT Manado.

---

<sup>42</sup> Kotler, Philip, Keller Lane Kevin, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 51.

Ho: Kualitas pelayanan STNK tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kantor SAMSAT Manado.

### BAB III

#### Metode Penelitian

#### A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian dilakukan di kantor Samsat Manado.
2. Waktu Penelitian dilakukan selama 2 (dua) bulan, mulai Februari s/d Maret 2020.

#### B. Jadwal Rancangan Penelitian

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2020															
		Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Studi Pendahuluan	■	■														
2.	Penyusunan Proposal		■	■													
3.	Bimbingan Proposal			■	■												
4.	Revisi Bimbingan				■	■	■										
5.	Seminar Proposal					■	■										
6.	Revisi Proposal						■	■									
7.	Penelitian							■	■	■	■						
8.	Instrumen Penelitian								■	■	■						
9.	Observasi									■	■	■					
10.	Membagikan Kuesioner										■	■	■	■			
11.	Uji Data Penelitian (Ahli)													■	■	■	■
12.	Ujian Skripsi																■

#### C. Desain Penelitian

Rancangan penelitian ini berupa rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.<sup>43</sup> Pada penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK Terhadap Kepuasan Konsumen di kantor Samsat Manado. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan angket berupa

<sup>43</sup> Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 39.

pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk diisi dengan sebenarnya.

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Menurut Suharsimi Arikunto dalam buku Wiratna Sujparweni yang berjudul *Metodologi Penelitian*, populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Dalam artian populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan objek penelitian yaitu para konsumen yang menggunakan kendaraan bermotor.<sup>44</sup>

Populasi penggunaan kendaraan di kota Manado berjumlah 460.170.

##### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono dalam buku Sugiyono yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>45</sup> Penelitian ini tidak seluruh anggota populasi yang diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Penelitian ini mengambil sampel masyarakat yang akan memperpanjang STNK.

Penentuan besar sampel menggunakan rumus slovin

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

Keterangan:

N = jumlah populasi

n = sampel penelitian

e = tingkat kesalahan atau presentase kesalahan 10%: 0,1

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

<sup>44</sup> V. Wiratna Sujparweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru), 65.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Afabeta, 2011), 62.

$$n = \frac{460.170}{1+460.170 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{460.170}{1+460.170}$$

$$n = \frac{460.170}{5.6017} = 99,978 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti adalah 100 orang/konsumen di Kantor SAMSAT Manado.

### **E. Data dan Instrumen**

#### 1. Sumber Data

##### a) Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian/responden yaitu masyarakat yang ingin memperpanjang STNK di kantor Samsat Manado melalui kuesioner dan dokumentasi.

##### b) Data Sekunder

Data sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara. Contohnya seperti buku-buku literatur, majalah, surat kabar, dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

#### 2. Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Untuk memudahkan penyusunan instrumen maka akan digunakan pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 102-103.

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel Penelitian	Indikator	Teori	Buku/Jurnal
1.	Kualitas Pelayanan (X)	1. Bukti langsung ( <i>Tangible</i> ) 2. Keandalan ( <i>Reliability</i> ) 3. Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) 4. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) 5. Empati ( <i>Emphaty</i> )	Fandy Tjiptono	Buku dari Fandy Tjiptono (2009)
2.	Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kualitas Produk 2. Harga 3. Kualitas Jasa 4. <i>Emotional Factor</i> 5. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa	Handi Irawan	Buku dari Handi Irawan (2007)

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari responden yang diambil melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang ingin memperpanjang STNK di Samsat Manado. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data ini dikumpulkan melalui teknik observasi langsung melalui penyebaran kuisisioner.

### **1. Observasi**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi. Menurut Riduwan, observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.<sup>47</sup> Teknik observasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat informasi secara langsung untuk memperoleh gambaran penerapan kepuasan konsumen yang dikaitkan dengan peneliti.

### **2. Kuisisioner (Angket)**

Kuisisioner/angket merupakan instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjaring data atau informasi yang harus dijawab responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda, dan sebagainya. Menurut Sugiyono dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 104.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 329.

## G. Teknik Analisis Data

Pada bab ini di bahas mengenai jenis penelitian, jenis data dan teknik pengumpulan data dan teknikalisis data. Untuk mengisi data melalui kuisioner. Untuk penelitian ini dilakukan dengan editing dan pengolahan data dalam bentuk tabulasi hasil jawaban responden kemudian dilakukan analisis data. Skala yang dipakai untuk mengetahui kepuasan konsumen/pelanggan dari segi kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan adalah skala likert yang terdiri dari: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Kelima penilaian berikut diberi bobot sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert**

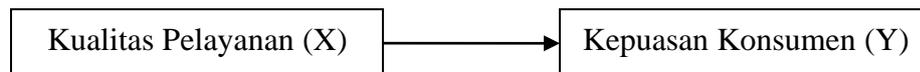
Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### a) Teknik Analisa Jalur

Teknik analisis jalur (*path analysis*) adalah salah satu teknik analisis statistik yang digunakan di dalam penelitian kuantitatif. Analisis jalur (*path analysis*) biasanya menggunakan istilah pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, dikarenakan ada variabel perantara/intervening/variabel mediasi. Menurut Kuncoro dan Riduan, analisis jalur (*path analysis*) dikembangkan berdasarkan serangkaian tulisan antara tahun 1920-an hingga 1960-an oleh seorang ahli genetika yang sangat brilian Sewall Wright.<sup>49</sup> Analisis jalur adalah pengembangan dari regresi linear berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan antar variabel X terhadap Y.<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Engkos Ahmad Kuncoro dan Riduan, *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 1.

<sup>50</sup> Syarif Hidayatullah dkk, *Entrepreneurial Marketing*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 46.



Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

#### b) Pengujian Data

1. Uji validitas menurut Sugiyono adalah untuk mengetahui instrumen benar-benar mengukur hal yang ingin diukur. Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti.
2. Uji Reabilitas kuisisioner digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Menurut Sugiharto dan Situnjak menyatakan bahwa reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan
3. Uji Asumsi Klasik
 

Untuk menentukan ketetapan model, perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu: uji normalitas yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

  - a. Uji Normalitas
 

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.
4. Analisis Regresi Linear Sederhana
 

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari

variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>51</sup>

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

a. Uji T

Seperti yang dikutip dalam buku Yudhy Wicaksono, bahwa Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan 5%.

Ha : Kualitas Pelayanan STNK berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

HO : Kualitas Pelayanan STNK tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen .

Keputusan menerima dan menolaknya hipotesis yang ada jika nilai sig > 0.05 atau t hitung < t tabel, maka hipotesis ditolak.<sup>52</sup>

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara langsung bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria uji sebagai berikut:

a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  maka HO ditolak dan Ha diterima (berpengaruh)

b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  HO diterima dan Ha ditolak (tidak berpengaruh).

<sup>51</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), 261.

<sup>52</sup> Yudhy Wicaksono, *Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2005), 121.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian**

Sistem Administrasi Satu Atap (Samsat), atau dalam bahasa Inggris *One-Stop Administration Service Office* adalah suatu sistem administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung. Contoh dari Samsat adalah dalam pengurusan dokumen kendaraan bermotor.

##### **2. Samsat Di Indonesia**

Samsat merupakan suatu sistem kerjasama secara terpadu antara Polri, Dinas Pendapatan Provinsi dan PT. Jasa Raharja (Persero) dalam pelayanan untuk menebitkan STNK dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara baik melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas (SWDKLLJ), dan dilaksanakan pada suatu kantor yang dinamakan “Kantor Bersama Samsat”.

Dalam hal ini, Polri memiliki fungsi penerbitan STNK, Dinas Pendapatan Provinsi menetapkan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), sedangkan PT. Jasa Raharja mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas (SWDKLLJ).

Lokasi Kantor Bersama Samsat umumnya berada di lingkungan Kantor Polri setempat, atau di lingkungan Satlantas/Ditlantas Polda setempat. Samsat ada di masing-masing provinsi serta memiliki unit pelayanan di setiap kabupaten/kota.

##### **3. Sejarah Singkat Samsat**

Proses perpanjangan STNK harus membuang waktu cukup lama karena mesti mendatangi tiga kantor. Membayar pajak harus datang ke kantor pajak. Esoknya, mereka yang hendak membayar Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) dan harus mendatangi kantor Asuransi jasa Raharja. Dan mereka pun harus mendatangi kantor polisi lalu lintas untuk memperoleh STNK. Masing-masing instansi belum terintegrasi.

**1974-1976**

Dengan tujuan Registrasi dan Identifikasi Forensik Ranmor dan data pengemudi lebih akurat, kecepatan dan kemudahan pelayanan kepada masyarakat, dilakukan ujicoba pembentukan SAMSAT di Polda Metro Jaya.

**1976-1988**

Berdasarkan INBERS 3 Menteri, Menhankam, Menkeu & Mendagri No. Pol. KEP/13/XII/1976, No. KEP-1693/MK/IV/12/1976, 311 TAHUN 1976 bahwa konsep SAMSAT diberlakukan di seluruh Indonesia Kepolisian RI, PT. Jasa Raharja (Persero) & Dinas Pendapatan Provinsi bersama-sama. Meski demikian masing-masing instansi menerbitkan tanda bukti untuk setiap pelunasan kewajiban di SAMSAT.

Forum “Penataran Para Pimpinan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I se-Indonesia” diselenggarakan di Jakarta dari tanggal 9 s.d. 17 April 1976 oleh Badan Pendidikan dan Latihan Departemen Dalam Negeri berdasarkan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 46 Tahun 1976 tanggal 24 Maret 1976.

“Pedoman Petunjuk Pelaksanaan Sistem Administrasi Manunggal Dibawah Satu Atap dalam pengeluaran STNK, Pembayaran PKB/BBNKB, SWDKLLJ yang dituangkan dalam Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No. 16 Tahun 1977 tanggal 28 Juni 1977.

**1988-1993**

Berdasarkan INBERS, Menhankam, Menkeu & Mendagri No. INS/03/X/1988, No. 5/IMK.013/1988, No. 13A Tahun 1988 dilakukan penyederhanaan dokumen yaitu Formulir permohonan/pendaftaran STNK/Pajak/SWDKLLJ digabung jadi satu. Tanda Pelunasan Pembayaran SWDKLLJ PT. Jasa Raharja (Persero) yang tercantum dalam STNK/STCK berlaku sebagai pengganti polis Asuransi (setifikat).

**1993-1999**

Diberlakukan revisi masa berlaku STNK dan TNKB dari 1 tahun menjadi 5 tahun namun setiap tahunnya melakukan pengesahan STNK berdasarkan INBERS Panglima Angkatan Bersenjata, Menkeu & Mendagri No. INS/02/II/1993, No. 2A

Tahun 1993 Mekanisme Perpanjangan STNK dibentuk 5 pokja (loket) untuk pelayanan.

### **1999 s.d. Sekarang**

Berdasarkan INBERS Menhankam, Menkeu & Mendagri No. Pol. INS/03/M/X/1999, No. 6/IMK.014/1999, No. 29 Tahun 1999 menetapkan penyempurnaan Pembayaran SWDKLLJ yang tertera pada SKPD berfungsi sebagai pengganti pola asuransi (sertifikat). Tanda Pelunasan dan Pengesahan digabung dengan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) yang telah divalidasi cash register sebagai tanda bukti pembayaran. dan penyederhanaan sistem operasi pelayanan dari 5 loket menjadi 2 loket.

Diketahui hingga saat ini sudah ada tujuh pelayanan Samsat yang bisa digunakan oleh masyarakat, yakni pelayanan Samsat Induk, Drive THRU, Samsat Keliling, Gerai Samsat, Samsat Kecamatan, e-Samsat dan Samsat Online Nasional, dan yang paling baru adalah Samsat Digital.

1. Samsat Induk atau Samsat Utama, ini merupakan layanan paling pertama dimana masih menggunakan sistem konvensional. Artinya, konsumen harus datang ke kantor Samsat Manado kemudian harus masuk loket-loket yang sudah disediakan ada dua loket pendaftaran dan verifikasi dan loket pembayaran dan penyerahan. Pelayanan ini masih terbilang menyulitkan masyarakat. Pasalnya, konsumen harus mengisi formulir secara manual, mem-*fotocopy* berkas, mengantri di loket dan melakukan pembayaran secara tunai.
2. Samsat Drive THRU, adalah dimana konsumen tidak perlu turun dari kendaraan cukup melakukan proses pendaftaran dan membayar dari atas kendaraan. Pemilik kendaraan cukup menyiapkan dokumen seperti BPKB, STNK, dan KTP asli tanpa harus repot *fotocopy*. Setelah itu langsung menuju loket 2 untuk pembayaran dan pengambilan dokumen baru.
3. Samsat Keliling, adalah pelayanan Samsat yang bersentuhan langsung dengan konsumen/masyarakat atau sistem jemput bola. Dengan menggunakan mobil Samsat yang akan diletakkan di lokasi strategis seperti pasar, badan instansi yang membutuhkan pelayanan pembayaran pajak secara kolektif, atau tempat keramaian.

4. Gerai Samsat, pelayanan Samsat yang berada di tempat pelayanan publik atau tempat berkumpulnya masyarakat seperti pusat perbelanjaan atau mall.
5. Samsat Kecamatan adalah pelayanan Samsat yang dikembangkan di kecamatan-kecamatan di Wilayah Kota.
6. E-Samsat dan Samsat Online adalah pola atau metode terbaru di mana masyarakat tidak perlu datang ke kantor pelayanan Samsat untuk pembayaran pajak tahunan ini khusus untuk pajak tahunan pembayaran bisa dilakukan melalui ATM atau e-banking.
7. Samsat Digital adalah terobosan terbaru dari Korlantas Polri. Layanan ini adalah pelayanan yang sudah menggunakan sistem elektronik atau digital dari proses pendaftaran hingga penerimaan surat kelengkapan kendaraan bermotor sesuai permohonan. Samsat digital ini adalah objek dari Samsat Induk dimana pelayanan ini adalah pelayanan yang harus masyarakat datang ke Samsat prosesnya sama dengan Samsat Induk atau Samsat Utama tetapi tadinya konvensional di mana harus mengisi formulir secara manual kemudian masih harus membawa *Fotocopy* diganti atau dirubah dengan digitalisasi.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian dilakukan di SAMSAT (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) Manado. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para konsumen sebanyak 100 orang, dari jumlah populasi yang diambil untuk wilayah Kota Manado sebanyak konsumen dengan menggunakan rumus Slovin dengan kesalahan 10%. Waktu penelitian dimulai pada bulan Maret 2020. Dari hasil penelitian dapat diketahui karakteristik dari konsumen.

**Tabel 4.1**

**Pengelompokkan berdasarkan jenis kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	72	72%
Perempuan	28	28%

<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

*Sumber Data: Data Kuesioner Telah Diolah 2020*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui jumlah responden Samsat Manado berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi laki-laki berjumlah 72 orang responden. Sedangkan untuk berjenis kelamin perempuan berjumlah 28 responden. Dengan demikian terlihat responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan dibanding responden perempuan.

**Tabel 4.2**

**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
17-21	10	10%
22-30	20	20%
31-40	34	34%
<41	36	36%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber Data: Data Kuesioner Telah Diolah 2020*

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan usia responden Samsat Manado, disini dapat diketahui usia <41 memiliki 36 responden. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen berada di jumlah usia produktif <41 tahun.

**Tabel 4.3**

**Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pegawai Negeri	10	14%
Swasta	64	64%
Mahasiswa/Pelajar	8	8%
Lainnya	18	18%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber Data: Data Kuesioner Telah Diolah 2020*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa yang paling banyak menjadi konsumen Samsat Manado berdasarkan pekerjaan ialah swasta dengan

jumlah sebanyak 64 responden. Dapat disimpulkan sebagian besar konsumen Samsat Manado adalah pekerja swasta.

## 2. Hasil Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian dapat dilihat melalui kolom *Corrected item-Total Correlation*. Jika nilai *Corrected item-Correlation* atau  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Nilai (*degree of freedom*)  $df = n-2$  dimana jumlah sampel  $n = 100$ , jadi  $df = 100-2 = 98$ , sehingga nilai  $r$  tabel pada taraf signifikan 5% adalah 0.196 ( $r$  tabel terlampir).

**Tabel 4.4**

### Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

<b>Pernyataan</b>	<b><i>Corrected item- Total Correlation</i></b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0.488	0,196	Valid
X2	0.451	0,196	Valid
X3	0.394	0,196	Valid
X4	0.394	0,196	Valid
X5	0.504	0,196	Valid
X6	0.445	0,196	Valid
X7	0.504	0,196	Valid
X8	0.480	0,196	Valid
X9	0.387	0,196	Valid
X10	0.519	0,196	Valid
X11	0.310	0,196	Valid
X12	0.460	0,196	Valid
X13	0.256	0,196	Valid

X14	0.532	0,196	Valid
X15	0.436	0,196	Valid

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah Di SPSS 23

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b><i>Corrected item- Total Correlation</i></b>	<b>R Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0.584	0,196	Valid
Y2	0.483	0,196	Valid
Y3	0.663	0,196	Valid
Y4	0.579	0,196	Valid
Y5	0.549	0,196	Valid
Y6	0.594	0,196	Valid
Y7	0.637	0,196	Valid
Y8	0.600	0,196	Valid
Y9	0.592	0,196	Valid
Y10	0.258	0,196	Valid
Y11	0.247	0,196	Valid
Y12	0.518	0,196	Valid

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah SPSS 23

Berdasarkan dari tabel 4.5 di atas dapat dilihat r hitung pada kolom *Corrected item-Total Correlation* variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) lebih besar daripada r tabel 0,196. Maka disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid.

### b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah uji untuk menunjukkan konsisten suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisiensi *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 23*, dan hasilnya adalah:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Pelayanan (X)	0.695	<b>Reliabel</b>
Kepuasan Konsumen (Y)	0.767	<b>Reliabel</b>

*Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah Di SPSS 23*

Setelah dilakukan pengujian dapat diketahui nilai reabilitas *Alpha Cronbach* untuk variabel X (Kualitas Pelayanan) adalah 0,695 dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 0,767. sehingga dapat disimpulkan hasil uji reabilitas variabel X  $0,695 > 0,196$  dan variabel Y  $0,767 > 0,196$ , maka variabel X dan Y dinyatakan reliable.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini melihat data berdistribusi secara normal atau tidak, pengujian sampel ini diuji dengan uji *Kolomgrov Smirnov* yang menggunakan *SPSS 23*. Hasil pengujian ini adalah jika  $H_0$  berdistribusi normal, jika probability  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima. Apabila  $H_a$  berdistribusi tidak normal, jika probability  $<0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Hasil uji normalitas pada tabel berikut.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72233185
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.055
	Positive	.047
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi pada baris *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200 atau dapat dituliskan sebagai nilai probabilitas =  $0.200 < 0.05$ . Maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

#### 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana, disini peneliti akan menguji apakah ada arah pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Berikut hasil uji regresi linear sederhana.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.098	5.755		3.840	.000

X	.474	.087	.483	5.461	.000
---	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah Di SPSS 23

Dari tabel di atas dapat diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh regresi, yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 22,098 + 0,474X$$

Model regresi linear sederhana di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 22,098 menunjukkan bahwa variabel independen tetap, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 22,098
- Koefisien variabel kepuasan konsumen bernilai positif sebesar 0,474 ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan memuaskan, karena nilai koefisien bertanda positif maka nilai Y kepuasan konsumen akan meningkat 0,474

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	223.292	1	223.292	29.825	.000 <sup>b</sup>
	Residual	733.698	98	7.487		
	Total	956.990	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil uji di atas dapat diketahui pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan STNK terhadap Kepuasan Konsumen. F tabel dicari dengan menentukan derajat pembilang dan derajat penyebut. Kita dapat melihat di tabel distribusi F berdasarkan tabel F dan df penyebut adalah 3.94.

Maka diperoleh hasil nilai F hitung = 29.825 dengan tingkat signifikan 0.00. maka didapat F hitung > F tabel atau 29.825 > 3.94 hasilnya H) ditolak dan

Ha diterima. Artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen dalam memperpanjang STNK.

**Tabel 5.1**  
**Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.098	5.755		3.840	.000
	kualitas pelayanan	.474	.087	.483	5.461	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil Uji T hitung Kualitas Pelayanan 5.461. Kita dapat melihat di tabel distribusi T berdasarkan tabel T dan df penyebut 1.660. Dan hasil yang diperoleh t hitung > t tabel atau dapat ditulis  $5.461 > 1.660$ . Dengan ini Ha diterima dan HO ditolak. Artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dalam memperpanjang STNK.(Bachtiar 2011)

### C. Pembahasan

Hasil pengujian secara umum menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) terhadap perpanjangan STNK di kantor Samsat Manado.

Dalam penelitian ini peneliti meneliti para konsumen di Samsat Manado yang tinggal di wilayah Kota Manado khususnya yang ingin memperpanjang STNK setiap 5 tahun sekali. Berdasarkan hasil penelitian yang diuji menggunakan aplikasi SPSS 23 dari setiap data responden yang diperoleh dinyatakan valid sehingga layak untuk dilanjutkan dengan uji analisis regresi linear sederhana. Hal ini dibuktikan dengan uji kualitas data yakni uji validitas dan reabilitas. Setelah dilakukan uji validitas ada variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) setiap item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai, *Person Correlation* > 0,196. diketahui nilai reabilitas *Alpha Cronbach* untuk variabel X (Kualitas Pelayanan) adalah 0,695 dan variabel Y (Kepuasan

Konsumen) adalah 0,767 sehingga dapat disimpulkan hasil uji reabilitas variabel X dan Y dinyatakan reliabel. Untuk uji asumsi klasik dimana uji normalitas peneliti menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* terlihat bahwa nilai probabilitas  $0,200 < 0,05$  maka dapat dikatakan data ini berdistribusi normal. Untuk uji regresi linear sederhana dari hasil output *SPSS 23* di atas didapat nilai signifikansi  $<0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen kantor Samsat Manado, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Karakteristik responden konsumen pada kantor Samsat Manado khususnya yang ingin memperpanjang STNK setiap 5 tahun sekali paling tinggi adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase sebesar 72% dari keseluruhan total presentase 100% dengan perkiraan usia <41 tahun. Adapun nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima. Dari hasil output *SPSS* di atas didapat nilai Sig Uji  $t < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

#### **B. Saran**

Saran-saran yang dapat diberikan penulis sebagai tindak lanjut dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Samsat Manado dengan adanya penelitian ini agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang baik sehingga para konsumen terdorong untuk menggunakan jasa pelayanan pada Samsat Manado. Sebagai saran agar menjadi bahan pertimbangan dari kantor Samsat Manado dalam pelaksanaan perpanjangan STNK setiap setahun sekali, yaitu:
  1. Mengadakan sosialisasi atau seminar bagi para paratur tentang cara dan aturan-aturan dalam pelaksanaan perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK). Sehingga masyarakat dan sekaligus mampu memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen/masyarakat.
  2. Menambahkan cara pengurusan perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) atau informasi pelaksanaan pelayanan perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) kepada konsumen/masyarakat sehingga tidak membingungkan untuk

melakukan proses pelayanan atau perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK).

3. Memaksimalkan penyedia sarana dan prasarana penunjang pelaksanaan pelayanan sehingga pelayanan dapat dilakukan tanpa adanya hambatan. Serta suasana kerja yang kondusif agar meningkatkan pelayanan kepada konsumen.
  4. Masyarakat/konsumen juga diharapkan ikut membantu aparatur dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan sementara aparatur sendiri harus melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan penuh tanggung jawab dan ramah serta sopan dan menempatkan masyarakat/konsumen sebagai warga negara yang berhak mendapatkan pelayanan yang terbaik.
  5. Adanya suatu badan yang diharapkan menjadi pengawas dalam pelaksanaan dalam perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) sehingga dalam pelaksanaannya bisa lebih maksimal lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya semoga dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dan referensi dalam mengembangkan penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi Herri, Zaki Muhammad, dan Azmeri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara.' *Jurnal Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala*, 3, 301
- Ali Nurdi, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Universitas Islam Terbuka, 2009), 14
- Armanto Dwi Ichsan, 'Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Indihome Triple Play', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayanan* 7, No. 3 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p06>>
- Bachtiar Imam Danis, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik SawunggalihAji Purworejo', *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, No 1, 103 <<https://journal.kopertis6.or.id/index.php/sosek/article/view/23/25>>
- Gaspersz Vincent, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 4
- Haryanto Edi, 'Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Magister Manajemen Universitas Samratulangi*, No. 3, 751. <<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212/1769>>
- Hidayatullah Syarif dkk, *Entrepreneurial Marketing*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 46  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Surat\\_Tanda\\_Nomor\\_Kendaraan](https://id.wikipedia.org/wiki/Surat_Tanda_Nomor_Kendaraan)
- Irawan Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2007), 37
- Jarot Prianggong, Dax E.S. Manupputy, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Penerbitan Surat Tanda Nomor Kendaraan Di Samsat Balikpapan', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1, No. 2, 59-61  
<http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/download/1061/934/>
- Katsir Ibnu, *Muassasah Outhubah Tafsir Al-A'zhim*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 233

- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafinda Persada, 2005), 15
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 205
- Khatimah Husnul, *Penerapan Syariah Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 89
- Khusaini Ahmad, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta', (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 6  
 <[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwicmYesmPnrAhVX9nMBHU\\_GBa8QFjAAegQIBBAB&url=http%3A%2F%2Fprints.uny.ac.id%2F30777%2F1%2FSKRIPSI%2520Ahmad%2520Khusaini%2520C%2520NIM%252011603141015.pdf&usg=AOvVaw1XovBInDv5pM3JazCxPcJk](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwicmYesmPnrAhVX9nMBHU_GBa8QFjAAegQIBBAB&url=http%3A%2F%2Fprints.uny.ac.id%2F30777%2F1%2FSKRIPSI%2520Ahmad%2520Khusaini%2520C%2520NIM%252011603141015.pdf&usg=AOvVaw1XovBInDv5pM3JazCxPcJk)>
- Khoirista Afrinda, Edy Yulianto. M. Kholid Mawardi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, No. 2, 3
- Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 177
- Kotler, Philip, Keller Lane Kevin, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 51
- Kuncoro Ahmad Engkos dan Riduan, *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 1
- Kurnia Marlina dan Suwiknyo, 'Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi', *Jurnal Balance*, No. 1, 112 <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1264>>
- Kurniawan Cahyadi Robi, 'Inovasi Kualitas Pelayanan Publik Pemerintah Daerah', *Fiat Justisia Journal Of Law*, No. 3, 570  
 <<https://jurnal.fh.unila.ac.id/index.php/flat/article/view/794>>
- Lovelock Christopher dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 154
- Lovelock Christopher dan Wirtz, *Pemasaran Jasa Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 74

- Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999), 96
- Syahri Lubis Syahri Alfi dan Andayani Rahmah Nur, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam', *Journal Of Business Administration*, No. 2, 235  
<<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/619>>
- Maulana Syarif Ade, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta*, No. 2, 117  
<<https://www.neliti.com/id/publications/78663/pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-harga-terhadap-kepuasan-pelanggan-pt-toi>>
- Musanto, Trisno 'Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada CV, Sarana Media Advertising Surabaya)', *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, No. 2, 123-136
- Nasution Harun dan Bahtiar Effendi, *Hak Asasi Manusia Dalam Islam*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1987), 486
- P Sondang, Siagian, *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia, Jilid I*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2004), 134
- Rahmayanty Nina, *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembalotan dan Membangun Customer Loyalty*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 146
- Rezha Fahmi, Rochmah Siti, Siswidiyanto, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) di Kota Depok)', *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, No. 5 (2013), 981.  
<https://media.neliti.com/media/publications/74038-ID-analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-pun.pdf>
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 104
- Sanjaya Teguh, Imam Hardianto, & Stefanus P. R., 'Peningkatan Pelayanan Publik di Kantor SAMSAT Kabupaten Banyuwangi', *Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang*, No. 4, 587

<<http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/427/310#>>

Shihab Quraish Muhammad, *Wawasan Dalam Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'I Atas Berbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1996), 486

Soekanto, Soerjono, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, (Jakarta: CV Rajawali, 1982), 152

Sugiarto Endar, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), 167

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 62

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 102-103

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 329

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), 261

Sujparweni Wiratna V., *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru), 65.

Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 39

Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2005), 2

Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 70

Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 172

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2009), 269

Tjiptono Fandy dan Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi offset, 2005), 197-198.

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), 24

Tjiptono Fandy, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 301

Trisno, Musanto, 'Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya)', *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, No. 2, 123-136

Wanarsih Cahya Lestari R., Syahputra, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Samsat Outlet Terhadap Kepuasan Konsumen Bogor Trade Mall (Studi Kasus Pada Pajak Kendaraan Bermotor)', *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Telkom*, No. 3, 1 <[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104181/jurnal\\_eproc/pengaruh-kualitas-pelayanan-samsat-outlet-terhadap-kepuasan-konsumen-bogor-trade-mall-studi-kasus-pada-pajak-kendaraan-bermotor.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104181/jurnal_eproc/pengaruh-kualitas-pelayanan-samsat-outlet-terhadap-kepuasan-konsumen-bogor-trade-mall-studi-kasus-pada-pajak-kendaraan-bermotor.pdf)>

Wicaksono Yudhy, *Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2005), 121.

Wikipedia Bahasa Indonesia, "Surat Tanda Nomor Kendaraan," Wikipedia.com, 30 Oktober 2020, [https://id.wikipedia.org/wiki/Surat\\_Tanda\\_Nomor\\_Kendaraan](https://id.wikipedia.org/wiki/Surat_Tanda_Nomor_Kendaraan)

Yamit Zullian, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2010),

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### KUISIONER PENELITIAN

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpanjangan STNK Terhadap Kepuasan  
Konsumen Di Kantor SAMSAT Manado”

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat saya:

Nama : Desy Ramdhani Sidak

NIM : 16.4.1.051

Memohon kesediaan dari Bpk/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Manado. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kebenaran dan kelengkapan jawaban yang bpk/ibu/saudara/i berikan akan sangat membantu bagi penulis dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi dari bpk/ibu/saudara/i dalam mengisi daftar pernyataan atau kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Desy Ramdhani Sidak



### A. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Waktu buka dan tutup jam pelayanan tepat waktu.					
2.	Prosedur pelayanan cepat dan tepat.					
3.	Pelayanan yang ramah dilakukan pada semua konsumen.					
4.	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya.					
5.	Kemampuan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen.					
6.	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen.					
7.	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.					
8.	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan konsumen.					
9.	Komunikasi efektif dengan konsumen.					
10.	Para karyawan memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani konsumen.					

11.	Para karyawan memberikan pelayanan terhadap semua konsumennya tanpa memandang status yang dimiliki.					
12.	Para karyawan memberikan perhatian dan kesungguhan dalam melayani keluhan konsumen.					
13.	Fasilitas fisik (ruang tunggu, tempat parkir, formulir, dll) di kantor tersedia dengan baik.					
14.	Kebersihan dan kerapian ruangan.					
15.	Penampilan karyawan sangat baik dan menarik.					

### B. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Kesesuaian kualitas pelayanan dengan harapan konsumen.					
2.	Kenyamanan dalam hal sarana dan fasilitas.					
3.	Kualitas produk sesuai harapan konsumen.					
4.	Pemenuhan harapan konsumen terhadap biaya yang dikenakan terjangkau.					
5.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa.					

6.	Keamanan transaksi.					
7.	Memberikan rasa kebanggan terhadap pelayanan.					
8.	Memberikan rasa nyaman dan aman terhadap pelayanan.					
9.	Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.					
10.	Letak/lokasi kantor strategis dan mudah dijangkau masyarakat.					
11.	Kemudahan dalam mendapatkan produk.					
12.	Kemudahan dalam mendapatkan informasi.					

**LAMPIRAN 2**

**Hasil Tanggapan Responden**

No Responden	KUALITAS PELAYANAN (X)															X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	
1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	63
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	61
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	60
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
6	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	62
7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	65
8	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	66
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	64
11	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	66
12	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	69
13	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	71
14	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	68
15	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	67
16	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	65
17	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	67
18	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	63
19	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	67
20	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	64
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	63
22	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
23	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	64
24	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
25	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	71
26	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	66
27	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	69
28	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	64
29	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	66
30	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	70
33	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	66
34	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	66
35	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	66
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	63
37	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	66
38	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	64
39	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	65

40	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	66
41	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	67
42	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	66
43	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	69
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	73
45	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	65
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	63
47	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	65
48	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	64
49	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	68
50	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	69
51	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	67
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	61
53	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	67
54	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72
55	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	65
56	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	69
57	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	70
58	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	69
59	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	65
60	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	68
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
62	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	66
63	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	69
64	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	68
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	62
66	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	66
67	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	67
68	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	63
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	73
70	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	67
71	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	5	4	4	65
72	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	68
73	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	66
74	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	69
75	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	69
76	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	65
77	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	66
78	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	66
79	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	65
80	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	67
81	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	67
82	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	67
83	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	70
84	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	66

85	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	66
86	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	67
87	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	66
88	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	65
89	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	71
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
91	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	70
92	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	65
93	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	64
94	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	67
95	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	64
96	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	64
97	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	66
98	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
100	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	68

KEPUJASAN KONSUMEN (Y)												
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	54
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	53
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	53
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	51
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	52
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	52
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	53
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	53
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	51
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	54
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	52
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	55
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	52

4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	51	
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	56
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	53
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	56
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	55
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	54
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	55
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	53
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	53
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	55
4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	58
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	50
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	52
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	55
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	51
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	52
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	53
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	54
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	55
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	57
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	55
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	54
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	52
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49

4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	54
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	56
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	57
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	53
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	55
4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	55
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	55
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	55
4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	54
4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	55
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	55
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	55
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	51
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	51
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	50
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	56
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	54

LAMPIRAN 3

UJI KUALITAS DATA

1. Uji Validitas X

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	kualitaspelayanan
x1	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	1	.38 2**	.27 5**	.09 6	.24 5 <sup>+</sup>	.08 6	.21 1 <sup>+</sup>	.14 9	.06 3	.014	.049	.059	.039	.313 <sup>+</sup>	.207 <sup>+</sup>	.488**
			.00 0	.00 6	.34 2	.01 4	.39 6	.03 5	.13 9	.53 6	.887	.631	.562	.698	.002	.038	.000
		10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.38 2**	1	.11 9	.22 2 <sup>+</sup>	.23 9 <sup>+</sup>	.04 5	.19 4	.14 3	.05 5	.078	.067	.188	.129	.046	.103	.451**
		.00 0		.23 8	.02 7	.01 7	.65 9	.05 3	.15 6	.58 9	.439	.508	.061	.201	.652	.310	.000
		10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d)	.27 5**	.11 9	1	.10 2	-.00 5	.19 7 <sup>+</sup>	-.15 5	.04 9	.16 9	.085	.119	.100	-.042	.223 <sup>+</sup>	.280 <sup>+</sup>	.394**
		.00 6	.23 8		.31 2	.96 1	.05 0	.12 4	.63 0	.09 3	.400	.240	.321	.677	.026	.005	.000



x7	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.21 1*	.19 4	- .15 5	.15 9	.37 5**	.08 9	1	.42 4**	.18 1	.240*	.129	.091	.227*	.151	.077	.504**
		.03 5	.05 3	.12 4	.11 4	.00 0	.38 0		.00 0	.07 1	.016	.201	.369	.023	.133	.449	.000
		10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	100	100	100	100	100	100
x8	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.14 9	.14 3	.04 9	.20 6*	.17 6	.01 9	.42 4**	1	.28 9**	.314*	.015	.126	.111	.155	.026	.480**
		.13 9	.15 6	.63 0	.04 0	.08 0	.85 0	.00 0		.00 4	.001	.885	.212	.273	.123	.801	.000
		10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	100	100	100	100	100	100
x9	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.06 3	.05 5	.16 9	- .09 6	- .11 8	.27 2**	.18 1	.28 9**	1	.343*	-.022	.046	-.044	.230*	.120	.387**
		.53 6	.58 9	.09 3	.34 0	.24 4	.00 6	.07 1	.00 4		.000	.827	.648	.667	.021	.233	.000
		10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	100	100	100	100	100	100
x10	Pea rson Corr elati on	.01 4	.07 8	.08 5	.05 7	.21 1*	.18 6	.24 0*	.31 4**	.34 3**	1	.067	.371*	.119	.159	.135	.519**

	Sig. (2- taile d) N	.88 7 10 0	.43 9 10 0	.40 0 10 0	.57 5 10 0	.03 5 10 0	.06 4 10 0	.01 6 10 0	.00 1 10 0	.00 0 10 0		.506 100	.000 100	.240 100	.114 100	.181 100	.000 100
x11	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.04 9 10 0	.06 7 10 0	.11 9 10 0	- .00 4 10 0	.13 3 10 0	.01 3 10 0	.12 9 10 0	.01 5 10 0	- .02 2 10 0	.067 100	.1 100	.062 100	.096 100	.185 100	.037 100	.310** 100
x12	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.05 9 10 0	.18 8 10 0	.10 0 10 0	.16 0 10 0	.17 8 10 0	.15 7 10 0	.09 1 10 0	.12 6 10 0	.04 6 10 0	.371* 100	.062 100	.1 100	.058 100	.137 100	.292* 100	.460** 100
x13	Pea rson Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.03 9 10 0	.12 9 10 0	- .04 2 10 0	.01 3 10 0	.07 6 10 0	.09 9 10 0	.22 7 10 0	.11 1 10 0	- .04 4 10 0	.119 100	.096 100	.058 100	.1 100	-.023 100	-.180 100	.256* 100
		.69 8 10 0	.20 1 10 0	.67 7 10 0	.89 5 10 0	.45 0 10 0	.32 8 10 0	.02 3 10 0	.27 3 10 0	.66 7 10 0	.240 100	.341 100	.566 100	.823 100	.073 100	.010 100	

x14	Pearson Correlation	.313**	.046	.223*	.066	.219*	.200*	.151	.155	.230*	.159	.185	.137	-.023	1	.378*	.532**
	Sig. (2-tailed)	.002	.652	.026	.515	.028	.047	.133	.123	.021	.114	.065	.174	.823	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x15	Pearson Correlation	.207*	.103	.280**	.042	.120	.221*	.077	.026	.120	.135	.037	.292*	-.180	.378*	1	.436**
	Sig. (2-tailed)	.038	.310	.005	.680	.233	.027	.449	.801	.233	.181	.716	.003	.073	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
kualitaspelayanan	Pearson Correlation	.488**	.451**	.394**	.394**	.504**	.445**	.504**	.480**	.387**	.519*	.310*	.460*	.256*	.532*	.436*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.010	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





x11	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.049	.067	.119	-.004	.133	.013	.129	.015	-.022	.067	1	.062	.096	.185	.037	.310**
		.631	.508	.240	.967	.188	.897	.201	.885	.827	.506		.542	.341	.065	.716	.002
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x12	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.059	.188	.100	.160	.178	.157	.091	.126	.046	.371*	.062	1	.058	.137	.292*	.460**
		.562	.061	.321	.112	.077	.118	.369	.212	.648	.000	.542		.566	.174	.003	.000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x13	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.039	.129	-.042	.013	.076	.099	.227*	.111	-.044	.119	.096	.058	1	-.023	-.180	.256*
		.698	.201	.677	.895	.450	.328	.023	.273	.667	.240	.341	.566		.823	.073	.010
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x14	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.313*	.046	.223*	.066	.219*	.200*	.151	.155	.230*	.159	.185	.137	-.023	1	.378*	.532**
		.002	.652	.026	.515	.028	.047	.133	.123	.021	.114	.065	.174	.823		.000	.000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x15	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.207*	.103	.280*	.042	.120	.221*	.077	.026	.120	.135	.037	.292*	-.180	.378*	1	.436**
		.038	.310	.005	.680	.233	.027	.449	.801	.233	.181	.716	.003	.073	.000		.000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.488*	.451*	.394*	.394*	.504*	.445*	.504**	.480**	.387**	.519*	.310*	.460*	.256*	.532*	.436*	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.00	.00	.000	.002	.000	.010	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Uji Reliabilitas Variabel X

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	15

### 4. Uji Reliabilitas Variabel Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	12

## LAMPIRAN 4

### UJI ASUMSI KLASIK

#### 1. Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72233185
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.047
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## LAMPIRAN 5

### UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.098	5.755		3.840	.000
X	.474	.087	.483	5.461	.000

a. Dependent Variable: Y

## LAMPIRAN 6

### UJI F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	223.292	1	223.292	29.825	.000 <sup>b</sup>
	Residual	733.698	98	7.487		
	Total	956.990	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

## LAMPIRAN 7

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.098	5.755		3.840	.000
kualitas pelayanan	.474	.087	.483	5.461	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

**LAMPIRAN 8**

**NILAI R TABEL**

<b>df = (N-2)</b>	<b>Tingkat signifikansi untuk uji satu arah (1-Tailed)</b>				
	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.0005</b>
	<b>Tingkat signifikansi untuk uji dua arah (2-Tailed)</b>				
	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.001</b>
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1
2	0.9	0.95	0.98	0.99	0.999
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.847
10	0.4973	0.576	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.801
12	0.4575	0.5324	0.612	0.6614	0.78

13	0.4409	0.514	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.588
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.579
28	0.3061	0.361	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.355	0.4158	0.4556	0.562
30	0.296	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

31	0.2913	0.344	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.381	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.376	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.316	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.312	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.495
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.294	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.342	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.361	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473

50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.428
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.421
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.411
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306	0.385

69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278	0.3507
84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.343

88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254	0.3211
101	0.163	0.1937	0.229	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.19	0.2247	0.248	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123

107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.184	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.149	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.292
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.175	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886

126	0.146	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.226	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.171	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.169	0.2001	0.221	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.166	0.1965	0.217	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.214	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.193	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696

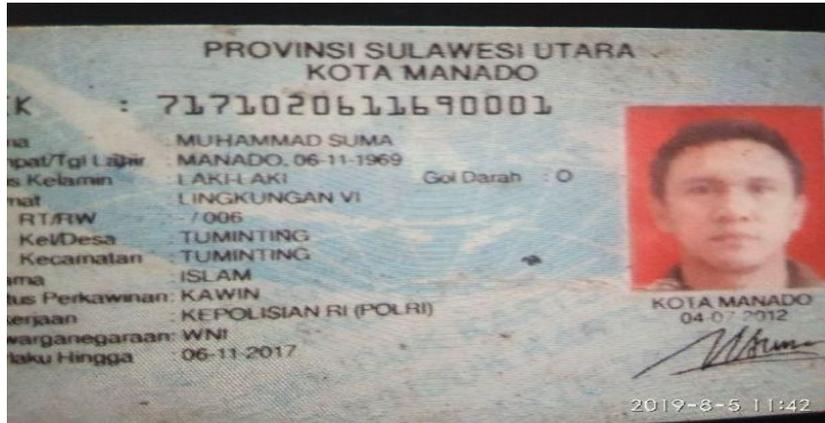
145	0.1362	0.162	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.266
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.209	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.133	0.1582	0.1873	0.207	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.261
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.205	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.257
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.181	0.2	0.2539

164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.127	0.151	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.148	0.1752	0.1937	0.246
175	0.124	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.123	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.191	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.122	0.1451	0.1719	0.19	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406

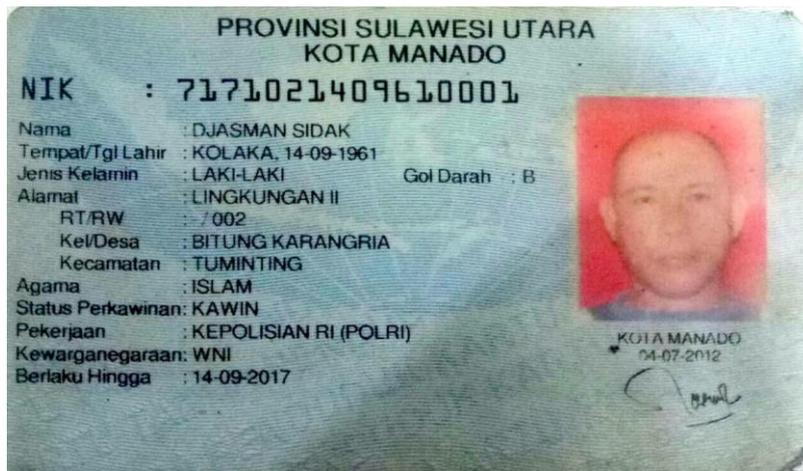
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.189	0.24
184	0.121	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.17	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.12	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.142	0.1682	0.186	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.185	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.231
199	0.1164	0.1384	0.164	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

## LAMPIRAN 9

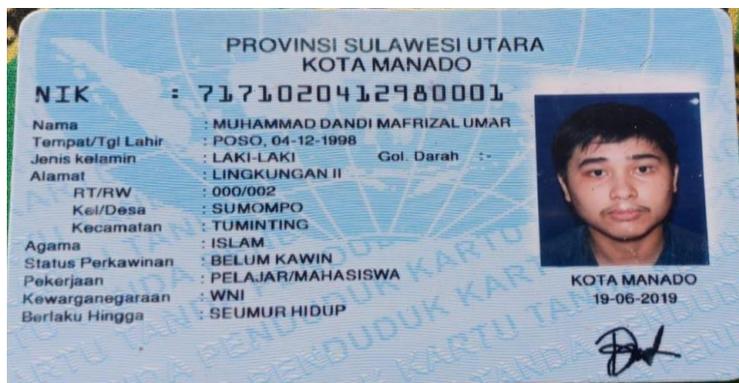
### DOKUMENTASI



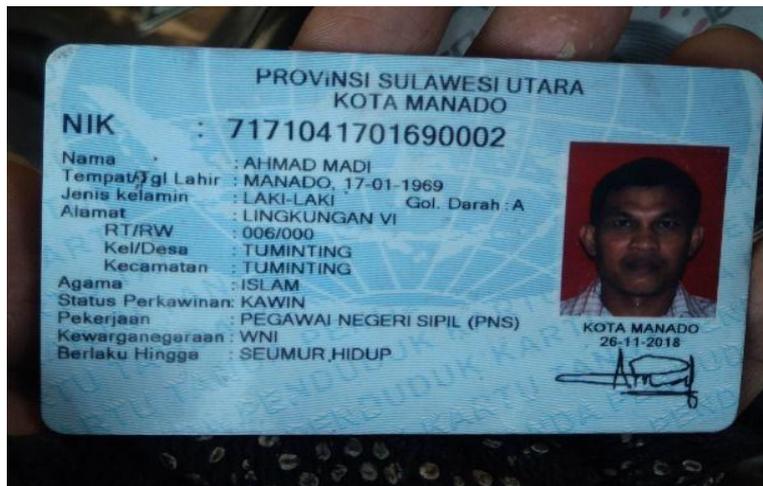
Gambar 7.1 KTP dari Muhammad Suma (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.2 KTP dari Djasman Sidak (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.3 KTP dari Muhammad Dandi Umar (Konsumen Samsat Manado)



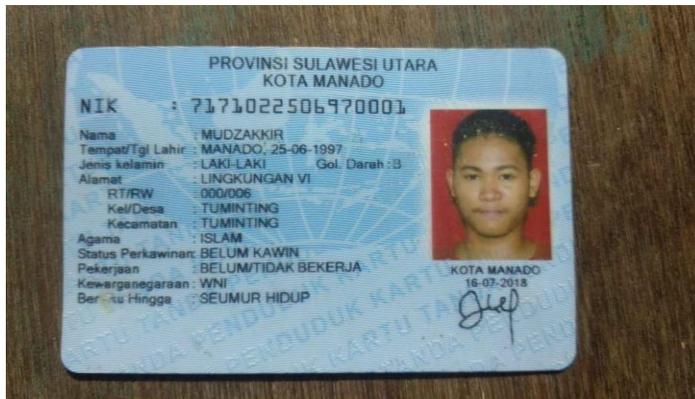
Gambar 7.4 KTP dari Ahmad Madi (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.5 KTP dari Irna Wati Ahmad (Konsumen Samsat Manado)



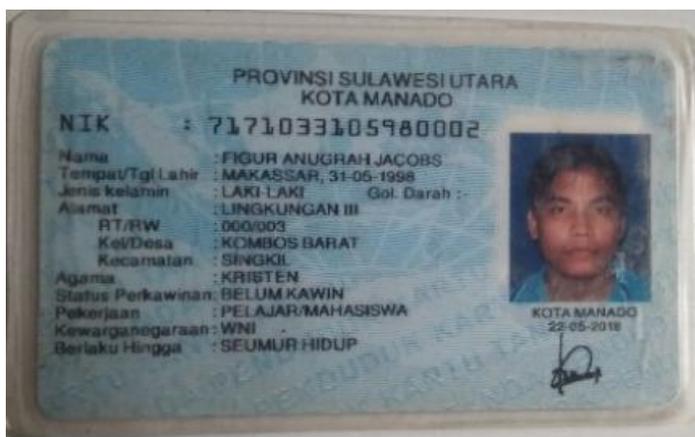
Gambar 7.6 KTP dari Fahrezi Muslim Moha (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.7 KTP dari Mudzakkir (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.8 KTP dari Yastriana Sambe (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.9 KTP dari Figur Anugrah Jacobs (Konsumen Samsat Manado)



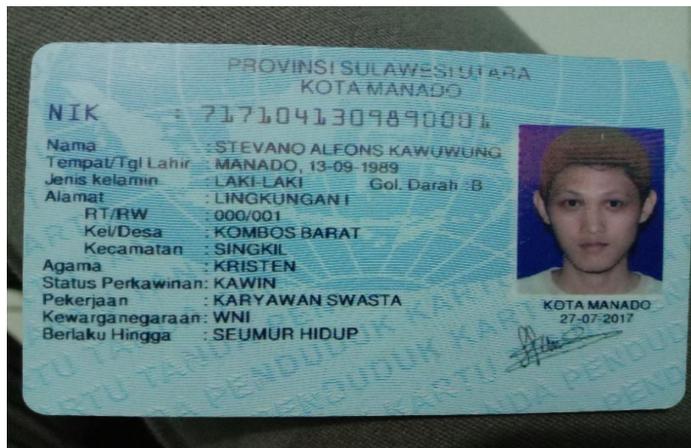
Gambar 7.10 KTP dari Stelani Sambiran Korompis (Konsumen Samsat Manado)



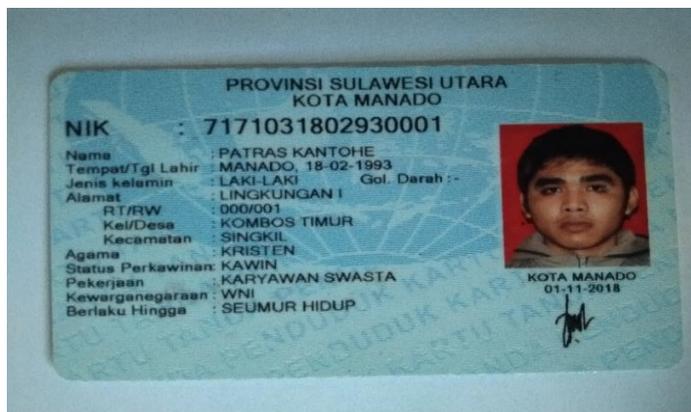
Gambar 7.11 KTP dari Samsudin Djama (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.12 KTP dari Olis Datau (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.13 KTP dari Stevano Kawuwung (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.14 KTP dari Patras Kantohe (Konsumen Samsat Manado)



Gambar 7.15 KTP dari Viky Hamadi (Konsumen Samsat Manado)

## **LAMPIRAN 10**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **A. Biodata Pribadi**

Nama : Desy Ramdhani Sidak  
NIM : 16.4.1.051  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Tempat, Tanggal Lahir : Manado, 28 Desember 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Perum. Simponi, Blok-D, No-9, Kec. Tuminting

#### **B. Pendidikan Formal**

2004 - 2010 : SD Negeri 12 Manado  
2010 – 2013 : SMP Negeri 1 Manado  
2013 – 2016 : SMA Negeri 1 Manado