

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta untuk mengidentifikasi atribut-atribut kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kinerjanya harus segera dilakukan peningkatan oleh Unit Pelayanan Pajak Daerah Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kabupaten XYZ (UPPD SAMSAT). Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Pendekatan yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah metode survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan personal kepada 196 responden. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan analisis regresi linier berganda, serta analisis kepentingan dan kinerja yang dilakukan dengan perangkat SPSS 25.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat 23 atribut kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa saat kinerja dari atribut-atribut tersebut mampu untuk lebih memenuhi ekspektasi pelanggan atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, maka kepuasan pelanggan yang ada akan semakin besar. Atribut-atribut tersebut merupakan atribut-atribut untuk mendefinisikan dimensi keberwujudan, ketanggapan dan empati. Pada dimensi keberwujudan, atribut-atribut tersebut adalah kerapian karyawan, perabotan yang modern, ruang tunggu, ruang menyusui, ruang baca, kamar mandi, pusat informasi, fasilitas ATM, tempat parkir, kantin, area merokok, area bermain anak, tempat fotokopi yang dapat dimanfaatkan, materi informasi seperti papan pengumuman yang dapat memberi informasi dan pengelolaan kebersihan. Pada dimensi ketanggapan, atribut-atribut tersebut adalah ketersediaan karyawan untuk membantu pelanggan, kemampuan karyawan untuk tidak pernah sibuk dalam menanggapi pelanggan, ketepatan informasi terkait waktu pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan, serta kecepatan pelayanan. Pada dimensi empati, atribut-atribut tersebut adalah kemampuan untuk memberi perhatian personal kepada pelanggan, kenyamanan waktu operasional, kemampuan untuk mengutamakan kepentingan pelanggan, serta kemampuan karyawan untuk memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Dari 23 atribut kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, terdapat empat atribut kualitas pelayanan yang kinerjanya harus segera ditingkatkan. Keempat atribut tersebut adalah kamar mandi, tempat parkir, tempat fotokopi yang dapat dimanfaatkan dan materi informasi seperti papan pengumuman yang dapat memberi informasi. Atas dasar ini, peneliti menyarankan UPPD SAMSAT untuk dapat menggunakan anggaran, sumber daya manusia dan waktu yang dimilikinya agar kinerja dari keempat atribut tersebut dapat segera meningkat terlebih dahulu. Dengan demikian, diharapkan ekspektasi pelanggan terhadap keempat atribut tersebut dapat lebih terpenuhi dengan baik, sehingga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat pula mengalami peningkatan, walaupun terdapat keterbatasan sumber daya yang dihadapi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keberwujudan, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to identify service quality attributes that have positive effects on customer satisfaction, as well as to identify service quality attributes that have positive effects on customer satisfaction and their performance must be immediately improved by the Regional Tax Service Unit of the One-Stop Administration Service Office of XYZ Regency (UPPD SAMSAT). This research was conducted quantitatively. The approach used by the author in data collection was survey method. The survey was conducted by distributing questionnaires directly and personally to 196 respondents. The data that had been collected was then processed with multiple linear regression analysis, as well as the analysis of importance and performance which was carried out using SPSS 25.

Based on the research that had been done, it can be seen that there were 23 service quality attributes that had positive effects on customer satisfaction. This showed that when the performance of these attributes is able to meet customer expectations or even exceed customer expectations, customer satisfaction will be even greater. These attributes were attributes to define the dimensions of tangibility, responsiveness and empathy. On the dimension of tangibility, the attributes include employees' neatness, modern furniture, waiting room, nursing room, reading room, restrooms, information center, ATM facilities, parking lot, canteen, smoking area, children's play area, photocopy booth that can be used properly, information provider such as notice boards that can give information and cleaning management. On the dimension of responsiveness, the attributes include the availability of employees to help customers, the ability of employees to never be busy in responding customers, the accuracy of information related to the service time provided to customers and the speed of service. On the dimension of empathy, the attributes include the ability to pay personal attention to customers, the convenience of operating hours, the ability to prioritize customer interests and the ability of employees to understand customer needs specifically.

Of the 23 service quality attributes that have positive effects on customer satisfaction, there are four service quality attributes that their performance must be improved immediately. These four attributes consist of restrooms, parking lot, photocopy booth that can be used properly and information provider such as notice boards that can give information. On this basis, the author recommends that the UPPD SAMSAT be able to use its budget, human resources and time so that the performance of the four attributes can be improved immediately first. Thus, it is expected that customer expectations of the four attributes can be better met, so that existing service quality and customer satisfaction can increase as well, even though there are resources limitations faced.

Keywords: Service Quality, Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.