

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PEMBAYAR WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR (PKB) DI UPPD SAMSAT BANJARMASIN II

Novi Shintia¹, Agus Pebrianto², M. Wahyu Wardhana³, Rika Novyanti⁴, Rahmatul Jannatin
Naimah⁵, Hairul Anwar⁶

Prodi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin¹²

Prodi Bisnis Digital, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin³⁴⁵⁶

Email: novi221177@poliban.ac.id

Abstract

The aim of this research are to find out how satisfied visitors are with the quality of service provided by UPPD Samsat Banjarmasin II and to find out what the quality of service provided should be to increase visitors at UPPD Samsat Banjarmasin II. The type of research used in this research is descriptive quantitative, with research subjects of 100 respondents. Data collection techniques are observation, questionnaires and interviews. The data analysis technique is quantitative descriptive. The results of this research contain aspects, they are: (1) Service quality variables consisting of Tangible, Reliability, Responsive, Assurance, and Empathy, have a simultaneous effect by comparing $F_{count} > F_{table}$, namely $51,361 > 2.31$. (2) The Tangible Service Quality variable (X1) has a partially significant effect on visitor satisfaction (Y) by comparing $T_{count} > T_{table}$, namely $3.934 > 1.66$. The Service Quality variable (X2) Empathy does not have a partially significant effect on visitor satisfaction (Y) by comparing $T_{count} > T_{table}$, namely $1.359 > 1.66$. The Service Quality variable (X3) Reliability has a partially significant effect on visitor satisfaction (Y) by measuring $T_{count} > T_{table}$, namely $2,300 > 1.66$. Service Quality Variable (X4) Responsiveness does not have a partially significant effect on visitor satisfaction (Y) by comparing $T_{count} > T_{table}$, namely $0.16 > 1.66$. Service Quality Variable (X5) Guarantee has a partial significant effect on visitor satisfaction (Y) by comparing $F_{count} > F_{table}$, namely $2.201 > 1.66$. (3) Among the service quality variables, tangible variable that has the most dominant influence on visitor satisfaction is 0.141.

Keywords: Service Quality (tangible, reliability, responsiveness, guarantee and empathy), visitor satisfaction.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh UPPD Samsat Banjarmasin II dan untuk mengetahui bagaimana seharusnya kualitas pelayanan yang diberikan untuk meningkatkan pengunjung di UPPD Samsat Banjarmasin II. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan subjek penelitian 100 responden. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara. Teknik analisis data yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini terdapat aspek yaitu : (1) Variabel kualitas

pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsive, assurance, dan empathy*, berpengaruh secara simultan dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $51.361 > 2,31$. (2) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) *Tangible* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $3,934 > 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) *Empathy* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $1,359 > 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) *Reliability* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,300 > 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X4) *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $0,16 > 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X5) *Assurance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $2,201 > 1,66$. (3) Diantara variabel kualitas pelayanan, variabel *tangible* yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengunjung yaitu sebesar 0,141.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*),
Kepuasan Pengunjung.

PENDAHULUAN

SAMSAT (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap) merupakan instansi pemerintah yang bertugas mengurus segala keperluan masyarakat yang berkaitan dengan surat-surat kendaraan bermotor dan pemakaian jalan raya. Dalam pelaksanaan tugas tersebut, SAMSAT bekerjasama dengan kepolisian, Asuransi Jasa Raharja, dan Pemerintah Provinsi. Untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada masyarakat dalam pengurusan registrasi kendaraan bermotor, pelayanan pajak, dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Hal tersebut dapat diketahui dari 5 dimensi kualitas pelayanan public yang menjadi tolak ukur dalam memberikan kepuasan pada masyarakat yaitu: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangible*.

Pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor merupakan pelayanan yang di barikan di kantor Bersama Samsat UPPD Kota Banjarmasin, yang mana pada saat ini jumlah kendaraan bermotor yang telah terdaftar di UPPD Samsat Kota Banjarmasin II selama lima tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Wajib Pajak Tahun 2021

Daftar baru		Daftar ulang
Roda 2	11978	151513
Roda 3	30	172
Roda 4	2356	4261
Jumlah	209010	

Sumber : Diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menyatakan bahwa, data wajib pajak tahun 2021 berjumlah sebanyak 209010 pengunjung, hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya jumlah kendaraan wajib pajak kendaraan bermotor mengalami peningkatan pada daftar ulang roda 2, roda 3 dan roda 4 pada UPPD Samsat Banjarmasin II oleh karena itu sudah seharusnya UPPD Samsat Kota Banjarmasin II memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat agar meningkatkan kepuasan dan kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pem bayar Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Di UPPD Samsat Banjarmasin II**”.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Cabang Landasan Ulin”**. Berdasarkan uraian-uraian yang melatarbelakangi masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor (PKB) di UPPD Samsat Banjarmasin II?
 2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor (PKB) di UPPD Samsat Banjarmasin II?
 3. Variabel manakah dari kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor (PKB) di UPPD Samsat Banjarmasin II ?
1. Banjarmasin II.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang berusaha memperlihatkan hasil dari suatu pengumpulan data kuantitatif atau statistic seperti survey dengan apa adanya, tanpa di hitung atau di lihat hubungannya dengan perlakuan atau variable lain.

Menurut Bungin (2015,48-49) penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variable penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang di potret, diwawancara diobservasi, serta yang dapat di untkapkan melalui bahan-bahan dokumentar.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di Tarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:80). Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen.

Untuk menghitung sampel ada yang nama nya rumus *slovin*. Rumus *slovin* adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini pertama kali dikenalkan oleh Slovin pada tahun 1960 dan masih digunakan sampai saat ini.

Berikut ini contoh pengambilan sampel dengan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{Ne^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel yang akan dicari

N ; ukuran populasi

e : margin of error yang merupakan besaran kesalahan yang ditetapkan contoh cara pengambilan sampel:

Diketahui:

N : 209.010 orang

e : 10%

n : ?

Penyelesaian :

$$n = \frac{N}{Ne^2}$$

$$n = \frac{209.010}{1 + 209.010 (0,10)^2}$$

$$1 + 209.010 (0,10)^2$$

$$n = \frac{209.010}{209.011 (0,10)^2}$$

$$\frac{n = 209.010}{209.011} \\ n = 99,9$$

Jadi pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Variabel Penelitian

1. Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat merupakan variable yang di pengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variable dependen yaitu kepuasan pengunjung (Y). kepuasan pengunjung merupakan hasil yang di rasakan oleh para pengunjung yang merasakan kualitas pelayanan dalam bentuk jasa yang sesuai dengan harapan. Hawkins dan Lonney (dalam Tjiptono, 2014: 101) menyebutkan indicator pembentuk kepuasan pengunjung terdiri dari :

a. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang di harapkan oleh konsumen dengan yang di rasakan oleh konsumen.

b. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung Kembali adalah kesediaan konsumen untuk berkunjung Kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

c. Kesediaan Merekomendasi

Kesediaan merekomendasi merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah di rasakan kepada teman atau keluarga.

2. Variabel Bebas (independent)

Variable bebas merupakan variable yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable terikat (dependen). Dalam penelitian ini penulis menggunakan variable independent yaitu pelayanan jasa. Indikator di mensei kepuasan pelanggan menurut Parasuraman (dalam Paisal & Afrizawati, 2017) :

1). *Tangibles* (bukti fisik)

a. Fasilitas fisik Fasilitas fisik yaitu

kapasitas ruang tunggu yang memadai dan tingkat kebersihan terminal.

b. Sarana dan prasarana Sarana dan prasarana yaitu kondisi toilet yang bersih dan nyaman, penerangan yang cukup, dan suhu ruangan yang membuat penumpang merasa nyaman.

2). *Reliability* (reliabilitas)

a. Ketepatan waktu Ketepatan waktu adalah ketepatan informasi yang diberikan terkait kapal tiba atau berangkat.

b. Pelayanan yang sama Pelayanan yang sama diberikan petugas tanpa membeda-bedakan penumpang berdasarkan status sosial, suku, ras, maupun agama

3). *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) indikatornya adalah pelayanan cepat dan tepat. Pelayanan cepat dan tepat adalah penanganan petugas terminal dalam proses check in dan proses penumpang masuk ke terminal. Dan bagaimana pengetahuan petugas terhadap fasilitas terminal apabila ada penumpang yang membutuhkan informasi.

4). *Assurance* (jaminan)

a. Sopan santun Sopan santun adalah sikap petugas terhadap penumpang. Dan bagaimana sikap antar petugas ketika melayani penumpang

b. Rasa percaya Rasa percaya penumpang muncul apabila kondisi keamanan di area terminal dirasa aman, dan kesiapan apabila terjadi keadaan darurat. Serta, apakah petugas jujur dan dapat dipercaya oleh penumpang

5). *Empathy* (empati)

Empathy (empati) indikatornya adalah pemahaman kebutuhan pelayanan secara spesifik. Pemahaman kebutuhan pelayanan secara spesifik adalah perhatian petugas terhadap penumpang yang terlihat membutuhkan bantuan, dan melayaninya dengan ramah dan sepenuh hati tanpa mengharap imbalan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dari 100 responden masih ada beberapa layanan yang perlu ditingkatkan oleh UPPD Samsat Banjarmasin II. Dalam memberikan pelayanan UPPD Samsat Banjarmasin II memang sudah menetapkan *Standart Operation Procedure* (SOP) guna memberikan pelayanan yang maksimal. Namun dilapangan masih ada hal-hal yang perlu ditingkatkan lagi oleh UPPD Samsat Banjarmasin II.

Berdasarkan dimensi kepuasan pengunjung (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*) dapat diidentifikasi aspek-aspek kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung. Oleh karena itu layanan tersebut perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pengunjung yang semaksimal mungkin.

A. Kualitas Pelayanan yang Terdiri Dari *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness* dan *Assurance* Berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada UPPD Samsat Banjarmasin II.

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini, terbukti bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II. Hal tersebut terbukti dengan hasil uji F pada penyebaran kuesioner melalui google Forms terhadap 100 orang responden pengunjung UPPD Samsat Banjarmasin II yang menyatakan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $51,361 > 2,31$.

Dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan telah diterapkan pada UPPD Samsat Banjarmasin II. Dengan demikian perusahaan harus bias mempertahankan kualitas pelayanan *Tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance* untuk mempertahankan kepuasan pengunjung.

Seperti Kotler 2019 mendefinisikan

kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayan ini bisa dikatakan baik itu tergantung pada setiap pengunjung yang datang, maka dari itu sangat penting untuk selalu menjaga perilaku sopan santun dalam menghadapi setiap pengunjung yang datang guna terciptanya kepuasan terhadap pelayanan tersebut.

Kepuasan pengunjung merupakan kunci dari keberhasilan suatu instansi dalam melakukan pelayanan terhadap pengunjung yang datang, kepuasan itu sendiri merupakan harapan pengunjung yang nyata nya sudah terpenuhi. Apabila pengunjung sudah merasa puas maka kualitas pelayanan yang ada harus dipertahankan dan ditingkatkan. Menurut Tjiptono (2014 : 301) yaitu merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

B. Kualitas Pelayanan yang Terdiri Dari *Tangible, Reliability, dan Assurance* Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Sedangkan *Empathy* dan *Responsiveness* Tidak Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada UPPD Samsat Banjarmasin II

Berdasarkan hasil uji T dalam penelitian ini, terbukti bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, dan Assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II. Hal tersebut terbukti dengan hasil uji F pada penyebaran kuesioner melalui Google *Forms* terhadap 100 orang responden pengunjung UPPD Samsat Banjarmasin II.

Dalam hal ini kualitas pelayanan pada UPPD Samsat Banjarmasin II perlu

ditingkatkan kualitas pelayanan yang dimaksud yaitu :

1. *Tangible* (Bukti Nyata)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial pada tabel 4.10 halaman 61, dapat dilihat bahwa variabel *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II .

Berdasarkan hal tersebut *Tangible* yang dimaksud yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan Fasilitas yang cukup nyaman dengan kapasitas ruang tunggu yang luas dan lengkap seperti *Air Conditioner*, ruang khusus disabilitas, serta tempat bermain anak, serta lingkungan kantor yang ramah, sehingga setiap pengunjung yang datang akan merasa puas dan kebutuhannya terpenuhi terhadap UPPD Samsat Banjarmasin II.

Oleh karena itu sebaiknya UPPD Samsat Banjarmasin II lebih meningkatkan fasilitas penunjang yang ada demi kepuasan pengunjung.

2. *Reliability* (Keandalan)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial pada tabel 4.10 halaman 61, dapat dilihat bahwa variabel *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II .

Berdasarkan hal tersebut *reliability* yang dimaksud pada variabel ini yaitu kualitas pelayanan pada pembayaran pajak di UPPD Samsat Banjarmasin II yang cukup mudah dan tepat, kemampuan petugas yang kompeten, serta petugas berpakaian rapi dan bersih serta petugas bekerja sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Contoh nyatanya yang ditemui oleh penyusun adalah petugas selalu menjaga kebersihan meja kerja dan selalu merapikan pakaian terlebih dahulu apabila akan menemui pengunjung.

3. *Assurance* (Jaminan)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial pada tabel 4.10 halaman 61, dapat dilihat bahwa variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II .

Berdasarkan hal tersebut *assurance* yang dimaksud yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan penanganan keluhan wajib pajak yang direspon dengan baik, keamanan data wajib pajak terjamin, para pegawai dapat membantu wajib pajak dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, lingkungan yang aman dari kejahatan. Contoh nyatanya yang ditemui oleh penulis terhadap variabel ini adalah pegawai yang langsung merespon cepat apabila ada pengunjung yang menyampaikan keluhannya seperti kesalahan dalam penulisan nama pada STNK baru .

Selain itu ada teori lain yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan, Arianto (2018:83).

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.10 halaman 61, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *empathy* dan *Responsiveness* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II. Hal tersebut terbukti dengan hasil uji F pada penyebaran kuesioner melalui *Google Forms* terhadap 100 orang responden pengunjung UPPD Samsat Banjarmasin II.

Dalam hal ini kualitas pelayanan pada UPPD Samsat Banjarmasin II secara teoritis menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang di terima dengan tingkat pelayanan yang di harapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

Dalam hal ini ada dua variabel bebas yang tidak berpengaruh secara parsial yaitu :

1. *Empathy* (empati)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel *empathy* tidak berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II .

Berdasarkan hal tersebut *empathy* yang dimaksud yaitu petugas atau karyawan melayani wajib pajak dengan ramah dan sopan, petugas layanan sangat peduli dengan permasalahan wajib pajak, petugas mengutamakan kepentingan wajib pajak dan petugas memohon maaf jika terjadi kesalahan atau ada hal yang tidak nyaman terhadap wajib pajak. Contoh nyatanya yang ditemui penulis adalah sebagian petugas tidak meminta maaf kepada wajib pajak atas keteledoran yang sudah dilakukannya.

Oleh karena itu UPPD Samsat Banjarmasin II perlu meningkatkan lagi daya tanggap kesadaran dalam melakukan kesalahan sekecil apapun. Menurut Tjiptono dalam panjaitan et al (2014 :270) *empathy* meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

2. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Berdasarkan hasil analisis secara parsial pada tabel .. dapat dilihat bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II .

Berdasarkan hal tersebut *responsiveness* yang dimaksud yaitu petugas melayani wajib pajak dengan cepat dan tepat, petugas merespon permasalahan wajib pajak dengan cepat dan tepat, petugas memberikan solusi yang tepat jika terjadi kesalahan, prosedur pelayanan yang diberikan sudah tepat. Contoh nyatanya yang ditemui penyusun adalah masyarakat yang kurang mengerti apa yang sudah dijelaskan sehingga bingung pada saat meminta pelayanan.

Oleh karena itu UPPD Samsat Banjarmasin II perlu meningkatkan lagi daya tanggap kepada pengunjung dalam melakukan pelayanan. Menurut Wang & Wang Felix (2017: 5) *responsiveness* berhubungan dengan kesediaan untuk membantu dan menanggapi permintaan pelanggan, pelayanan yang cepat, selalu memberikan informasi kepada

pelanggan jangka waktu untuk pelayanan.

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang di terima dengan tingkat pelayanan yang di diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan

C. Kualitas Pelayanan yang Terdiri Dari *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Resposiveness* dan *Assurance* Yang Paling Dominan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada UPPD Samsat Banjarmasin II

Dari analisis terhadap tabel 4.10 diketahui bahwa terdapat variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung pada UPPD Samsat Banjarmasin II yaitu variabel *Tangible* dengan R_{parsial}^2 sebesar 0,141, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* telah memberikan kontribusi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh setiap pengunjung. Hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap pengunjung mencapai kepuasan yang diinginkan.

Sedangkan variabel lain yang tidak dominan seperti *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* sebaiknya harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan lagi, supaya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung mencapai kepuasan yang diinginkan oleh pengunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di UPPD Samsat Banjarmasin II terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembayar wajib pajak bermotor (PKB) maka dapat disimpulkan secara keseluruhan sebagai berikut: Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy*, berpengaruh secara simultan dengan membandingkan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $51.361 > 2,31$. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) *Tangible* berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $3,934 > 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) *Empathy* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $1,359 < 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) *Reliability* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,300 > 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X4) *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $0,16 < 1,66$. Variabel Kualitas Pelayanan (X5) *Assurance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $2,201 > 1,66$. Diantara variabel kualitas pelayanan, variabel *tangible* yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengunjung yaitu sebesar 0,141.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, I. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Prabayar Telkomsel.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedator Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83.
- Banowati, A. I., Ahmad, A., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis "E-QIEN"*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.34308/eqien.v1i02.1051>
- Bora, M. A., Lirasang, & Armeliya, R. (2018, September 4). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Surat Kilat Khusus (Skh) Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Batam. doi:<https://doi.org/10.31227/osf.io/p2wh6>
- Felix, R. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. *Journal Business & Financial Affairs*, 6(1). doi:10.4172/2167-0234.1000246
- Fuansyah. (2020). *Pengaruh Periklanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Honda Mobilodi CV. Union Motor Palembang*. Palembang: Universitas Bina Darma.
- Fuji, M. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Spon Flowers Lumajang)*. Lumajang: Institut Teknologi dan Bisnis.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday*. Lau Gumba: Program Studi Manajemen, Fakultas Soshum, Universitas Quality Berastagi.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1).
- Hardini, R. (2013). *Pengaruh Total Quality Management, Sistem Pengukuran Kinerja Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial Pada Pdam Surabaya*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Husaini, U., & Setiady, P. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.

- Maulana, M. A., & Munandar, A. T. (2019). Hubungan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Glostar Indonesia 2 Departemen Gudang. *Cakrawala Repositori IMWI*, 2(1).
- Muslim, A. I., & Puspa, I. F. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Utang (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 5(1).
- Narasati, A. A., Ningdyastuti, R., & Maulia, D. (2022). Pengaruh Layanan Bimbingan Klasikal Menggunakan Media Poster Terhadap Interaksi Sosial Siswa Kelas X Tata Boga SMKN Kebasen pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4).
- Nuristiqomah, S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1).
- Paisal, & Afrizawati. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terminal Penumpang Kapal Cepat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 15(2).
- Pebrianti, A. (2021). Tren Penggunaan TikTok Pada Kalangan Remaja Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2021 FISIP UPR. *Jurnal Sosiologi*, 4(1). doi:https://doi.org/10.59700/jsos.v4i1.3715
- Pramita, C. (2015, September 22). Pengaruh Servicescape (Lingkungan Layanan) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan Simpeda PT. Bank Pembangunan Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2).
- Puspita, V. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Bri Cabang S. Parman Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 3(1).
- Sayed, A., Sjarlis, S., & Mas'ud, M. (2022). Pengaruh current ratio, debt equity ratio dan return on equity terhadap harga saham perbankan di bursa efek indonesia Periode 2016-2020. *Nobel Management Review*, 3(1).
- Suahrismi, A. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suryana, R. M. (2019). *Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Lini IV Wilayah Kabupaten Malang Pada Pupuk NPK 16.16. 16 Non Subsidi (Studi Kasus Pada PT. Pupuk Kalimantan Timur)*. . Surabaya: Program Studi D-III Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga.
- Tjiptono, F. (2014). *Service Quality & Satisfaction* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Utami, S. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Program (Penyusun, Buku Pedoman Tugas Akhir, 2021)Kelompok Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo*. Probolinggo: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Panca Marga
Probolinggo.

- Yulia, D., & Ervinalisa, N. (2017). Pengaruh Media Pembelajaran Powtoon Pada Mata Pelajaran Sejarah Indonesia Dalam Menumbuhkan Motivasi Belajar Siswa Iis Kelas X Di Sma Negeri 17 Batam Tahun Pelajaran 2017/2018. *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 2(1).
- Yuliana, W., & Febriyani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Penumpang Bus Damri Unit Angkutan Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1).