

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HUMAS SAMSAT BSD
DALAM MEMBERIKAN INFORMASI TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN**

(Survei Pada konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Satu syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2020

IMPACT ON THE QUALITY OF THE SAMSAT BSD PUBLIC
RELATIONS SERVICE IN GIVING INFORMATION TO
COSTUMER SATISFACTION LEVELS (SURVEY OF THE
SAMSAT BSD SOUTH TANGERANG)

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a degree

Bachelor of Communication Science



JAKARTA

2020

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORSINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya, sendiri tanpa bantuan pikah lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karna karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Liza Olivia Ningsih
NIM : 051503503125147
JUDUL : Pengaruh Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD dalam Memberikan Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Humas

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, Februari 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Fitri Sarasati, S.Ikom., M.Sc)

(Oni Tarsani S.Sos., M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Sandra Olilia, M.Si)

Dekan FISIP

(Dr Radita Gora Tayibnapis, S.Sos M.M)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Liza Olivia Ningsih
NIM : 051503503125147
JUDUL : Pengaruh Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD Dalam Memberikan Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Ketua Penguji

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II

Jakarta, 27 Februari 2020

Menyetujui,

(Oni Tarsani S.Sos.,M.Ikom)

(Sandra Olifia, S.Sos, M.Si)

(Achmad Budiman S.Ikom.,M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, S.Sos, M.Si)

(Dr.Radita Gora Tayibnapis, S.Sos.,MM)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HUMAS SAMSAT BSD DALAM MEMBERIKAN INFORMASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ilmu komunikasi Strata satu (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Periklanan Universitas Satya Negara Indonesia (USNI).

Dalam proses pembuatan skripsi ini tidak lupa penulis menghaturkan sujud kepada kedua orang tua dan tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman kampus yang telah memberikan dorongan moril dan materil, juga dengan segala hormat penulis ucapan banyak terima kasih kepada Bapak dan Ibu dosen di Universitas Satya Negara Indonesia sehingga kami dapat menerapkan ilmu yang diberikan.

Penyelesaian laporan ini tidak luput dari bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tidak pernah berhenti melimpahkan karunianya serta nikmat yang tak pernah terhingga sampai kapanpun
2. Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA., selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.

3. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.Ikom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Sandra Olifia, M.Si, selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
5. Oni Tarsani, S.Sos., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas waktunya dan bimbingannya yang sudah memberikan banyak masukan tentang isi dari penelitian penulis.
6. Fitri Sarasati, S.Ikom., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing ke 2, terima kasih atas waktu dan bimbingannya yang sudah memberikan banyak masukan tentang penelitian penulis.
7. Untuk kedua orang tua saya yang tercinta, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan *support* kepada penulis
8. Terima kasih juga untuk sahabat-sahabat Trio Vitamin , Agung Omene, dan teman Radio yang selalu ada disaat susah maupun senang, terima kasih atas supportnya semoga kalian tidak akan pernah lupa dengan persahabatan kita hingga tua nanti.
9. Terima kasih untuk Teman-teman dari Fisip Universitas Satya Negara Indonesia 2015.
10. Andrian Megantara yang selalu mensupport penulis hingga saat ini.
11. Terimakasih juga kepada Kantor Bersama Samsat yang telah mengizinkan penulis untuk riset di Perusahaan jasa tersebut.
12. Terimakasih untuk saudaraku Bella, Debby dan Iksan yang selalu mendukung dan ada disaat penulis sedang butuh teman.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan laporan praktik kerja lapangan ini. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswa.

Jakarta, Februari 2020



Penulis

Liza Olivia Ningsih

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Liza Olivia Ningsih

NIM : 051503503125147

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PERMINATAN : Humas

Pengaruh Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD dalam Memberikan Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan).

Jumlah Halaman : x + 98 halaman + lampiran

Bibliografi : 16 buku, 2 jurnal, 5 skripsi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Humas Samsat BSD dalam memberikan informasi terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pertukaran sosial dimana dalam teori tersebut terdapat proses hubungan manusia yang mengharapkan timbalbalik atas apa yang diberikan dan mendapatkan kepuasan atas apa yang mereka berikan.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini positivisme, pendekatan kuantitatif, metode survei, sifat penelitian eksploratif, jumlah populasi sebanyak 740.000 konsumen sampel 100, analisis data menggunakan korelasi dan analisis determinasi.

Dalam uji korelasi nilai signifikansi 0,000 dan nilai *Paerson Corelation* 0,668, dalam uji koefisien determinasi 0,446 atau 44,6 %, dalam uji regresi nilai x 0,564 dalam uji persial (*T*) nilai signifikansi 0,000 dan nilai t_{hitung} 8,889.

Terdapat korelasi yang kuat antara X dan Y, terdapat pengaruh kualitas pelayanan humas samsat bsd terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD, Tingkat Kepuasan Konsumen

Pembimbing I : Oni Tarsani S,Sos., M.Ikom

Pembimbing II : Fitri Sarasati, S.Ikom., M.Sc

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME	: Liza Olivia Ningsih
NIM	: 051503503125147
STUDY PROGRAM	: Communication studies
SCREENING	: Public relations
<i>Impact On The Quality Of The Samsat BSD Public Relations Service In Giving Information To Costumer Satisfaction Levels (Seurvey Of The Samsat BSD South Tangerang)</i>	
Number of pages	: x + 98 Page + Attachment
Bibliografi	: 16 Book, 2 Juournal, 5 Thesis

ABSTRACT

The study aims to recognize how the quality of Samsat BSD public relations services can affect onformation on customer satisfaction levels. This may be attributed to the lack of author of Samsat BSD public relations in giving information on motor behicle mil management.

The theory used in this research is the social exchange theory, where, in that theory, there is a process of human relationships that are hoping for reciprocity of what is given and getting the satisfaction of what is given. It is not only for social relations but also for services.

The first research paradigm used in this study is positivism, blood dealing approach, surveying method, extrusive research nature, population number 740,000 customer sample 100, data analysis using correlations and determinational analysis.

In the correlations test of the significance value of 0,000 and the paerson correlation point 0,668, ina polygraphic coefficient test 0,446 or 44,5%, in regression to x 0,564 in authentication test (t).

There is a strong correlation between X and Y, where the quality of Samsat BSD public relations services can affect customer satisfactions levels.

Key Word : *The Quality of Public Relations Services Samsat BSD, Customer Satisfactions levels.*

Supervisor I : Oni Tarsani S,Sos., M.Ikom

Supervisor II : Fitri Sarasati, S.Ikom., M.Sc

DAFTAR ISI

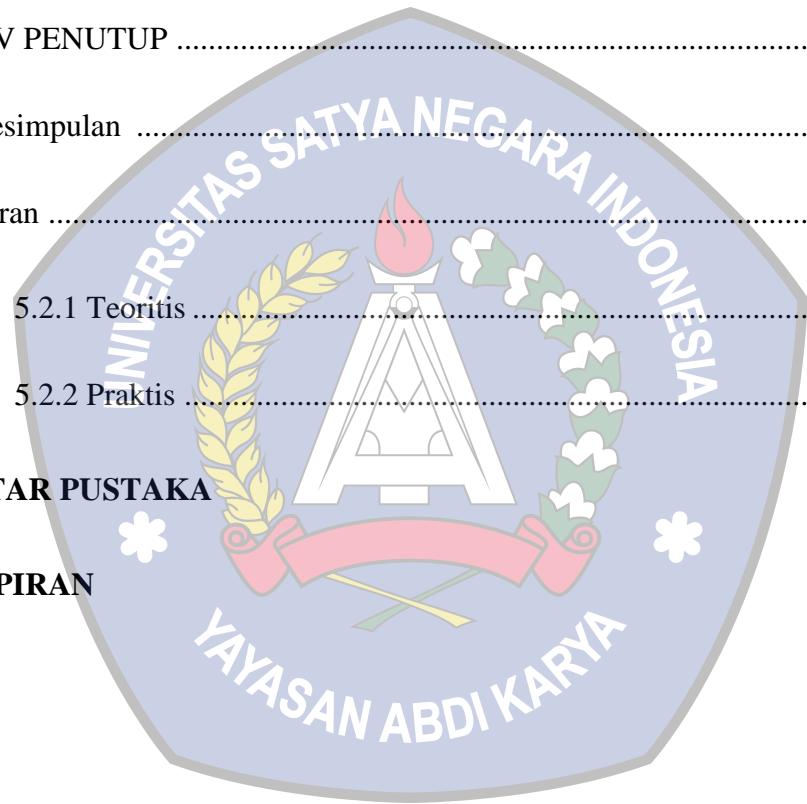
LEMBAR PERMYATAAN KEASLIAN/ ORISINILITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Peneliti	6
1.3 Tujuan Peneliti	6
1.4 Manfaat Peneliti	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Pertukaran Sosial	8
2.1.2 Asumsi Dasar	10

2.2 Landasan Konseptual	11
2.2.1 Komunikasi	11
2.2.1.1 Definisi Komunikasi	11
2.2.1.2 Sifat Komunikasi	13
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi	13
2.2.2 Komunikasi Interpersonal	14
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Interpersonal	14
2.2.3 Humas	15
2.2.3.1 Definisi Humas	15
2.2.3.2 Fungsi Humas	16
2.2.3.3 Peran Humas	17
2.2.4 Informasi	20
2.2.4.1 Definisi Informasi	20
2.2.4.2 Manfaat Informasi	20
2.2.5 Kualitas Pelayanan	22
2.2.5.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.2.6 Kepuasan Konsumen	28
2.2.6.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.7 Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan	29

2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.1.1 Tempat Penelitian.....	33
3.1.2 Waktu Penelitian	33
3.2 Desain Penelitian	33
3.2.1 Paradigma Penelitian	33
3.2.2 Pendekatan Penelitian	34
3.2.3 Metode Penelitian	35
3.2.4 Sifat Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel	37
3.4 Operasional Variabel	39
3.4.1 Definisi Variabel	39
3.4.2 Operasional Variabel.....	42
3.5 Reliabilitas dan Validitas	45
3.5.1 Uji Validitas	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	49

3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.7.1 Analisis Korelasi	53
3.7.2 Determinasi	54
3.8 Uji Hipotesis Penelitian	55
BAB IV PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	56
4.1.1 Sejarah Samsat	56
4.1.2 Struktur Organisasi	58
4.1.3 Visi, Misi dan Motto	59
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Demografi Responden	60
4.2.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	60
4.2.1.2 Responden Menurut Usia	62
4.2.1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	63
4.2.1.4 Responden Menurut Pekerjaan	64
4.2.3 Analisis Data Variabel	65
4.2.3.1 Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD (X)	65
4.2.3.2 Tingkat Kepuasan Konsumen (Y)	80

4.2.4 Analisis Korelasi	89
4.2.5 Uji Koefisiensi Determinasi	90
4.2.6 Uji Linier Sederhana	91
4.2.7 Uji Hipotesis	92
4.3 Pembahasan.....	94
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
5.2.1 Teoritis	98
5.2.2 Praktis	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Indikator X dan Y	42
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD (X)...	46
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Konsumen (Y)	48
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD (X)50	
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Konsumen (Y)	51
Tabel 3.6	Tabel Pengukuran Reliabilitas	52
Tabel 3.7	Tabel Skala Likert.....	52
Tabel 3.8	Tabel Pengukuran Korelasi	53
Tabel 4.1	Struktur Organisasi.....	58
Tabel 4.2	Hasil Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3	Hasil Responden Menurut Usia.....	62
Tabel 4.4	Hasil Responden Menurut Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.5	Hasil Responden Menurut Pekerjaan	64
Tabel 4.6	Hasil Pernyataan Variabel X1	65
Tabel 4.7	Hasil Pernyataan Variabel X2	66
Tabel 4.8	Hasil Pernyataan Variabel X3	67
Tabel 4.9	Hasil Pernyataan Variabel X4	68
Tabel 4.10	Hasil Pernyataan Variabel X5	69
Tabel 4.11	Hasil Pernyataan Variabel X6	70
Tabel 4.12	Hasil Pernyataan Variabel X7	71
Tabel 4.13	Hasil Pernyataan Variabel X8	72
Tabel 4.14	Hasil Pernyataan Variabel X9	73

Tabel 4.15 Hasil Pernyataan Variabel X10	74
Tabel 4.16 Hasil Pernyataan Variabel X11	75
Tabel 4.17 Hasil Pernyataan Variabel X12	76
Tabel 4.18 Hasil Pernyataan Variabel X13	77
Tabel 4.19 Hasil Pernyataan Variabel X14	78
Tabel 4.20 Hasil Pernyataan Variabel X 15	79
Tabel 4.21 Hasil Pernyataan Variabel Y1	80
Tabel 4.22 Hasil Pernyataan Variabel Y2	81
Tabel 4.23 Hasil Pernyataan Variabel Y3	82
Tabel 4.24 Hasil Pernyataan Variabel Y4	83
Tabel 4.25 Hasil Pernyataan Variabel Y5	84
Tabel 4.26 Hasil Pernyataan Variabel Y6	85
Tabel 4.27 Hasil Pernyataan Variabel Y7	86
Tabel 4.28 Hasil Pernyataan Variabel Y8	89
Tabel 4.29 Hasil Pernyataan Variabel Y9	88
Tabel 4.30 Hasil Uji Korelasi	89
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.32 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	91
Tabel 4.33 Hasil Uji T	93



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan divisi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam suatu lembaga sangatlah di perlukan khususnya dalam mengkomunikasikan kebijakan perusahaan maupun instansi pemerintah yang ujungnya adalah upaya-upaya untuk meningkatkan citra bagi suatu organisasi pemerintah maupun swasta. Pada hakikatnya Humas merupakan kegiatan komunikasi dua arah atau timbal balik antara komunikator dan komunikan. Arus komunikasi timbal balik harus dilakukan dalam kegiatan humas sehingga tercipta umpan balik yang merupakan prinsip pokok dalam kehumasan.

Humas bukan hanya membentuk reputasi atau citra perusahaan tetapi mengenalkan dan menciptakan respon positif dari publik ke perusahaan atau organisasinya tersebut. Komunikasi yang di jalankan dalam suatu perusahaan sangat efektif. Tugas humas untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan manajemen. Dalam tatanan komunikasi yang baik harus diarahkan pada tujuan yang telah ditentukan sehingga tercipta komunikasi yang baik dan dapat menghilangkan opini-opini negatif yang berkembang di publik. Praktisi humas sangat berhubungan dengan suatu perusahaan yang artinya peranannya ini turut menentukan sukses tidaknya perusahaan tersebut. Selain harus bisa membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pihak publiknya. Seorang humas harus membangun

hubungan yang positif antara perusahaan yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut. Dalam hal ini kemahiran seorang praktisi humas sangat berkaitan erat terutama pada perusahaan dibidang jasa seperti SAMSAT.

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) adalah suatu sistem admininstrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung. Contohnya adalah pengurusan dokumen kendaraan bermotor.

Di antara lembaga yang mengurus surat kendaraan bermotor di wilayah Tangerang Selatan adalah Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Bumi Serpong Damai (BSD) yang berlokasi di jalan raya civic center no 5, lengkong gudang, Kecamatan Serpong kota Tangerang selatan. Samsat merupakan suatu sistem kerjasama secara terpadu antara polri, Dinas pendapatan provinsi dan PT Jasa Raharja (persero) dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang kas negara baik melalui Pajak Kendaran Bermotor (PKB). Bea balik nama kendaraan bermotor dan sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan dan dilaksanakan pada satu kantor yang dinamakan “Kantor Bersama Samsat”.

Samsat diselenggarakan untuk publik agar publik bisa dengan mudah memenuhi kewajibannya yaitu wajib pajak khususnya taat membayar pajak kendaraan bermotor. Ada 3 unsur terkait dengan Samsat yaitu Dinas Pendapatan Daerah (DPD), Jasa Raharja dan Kepolisian yang dalam naungan Samsat Dalam program

ini seorang humas terutama humas pada Samsat BSD Tangerang Selatan harus memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Samsat BSD.

Namun saat ini perkembangan Samsat BSD kurang baik, karena sering terjadi keluhan para konsumen khususnya mengenai pelayanan samsat yang kurang maksimal dalam program pengurusan surat kendaraan bermotor. Kualitas pelayanan dari samsat menjadi turun dan berdampak pada citra perusahaan di mata publik. Disinilah peranan humas sangat dibutuhkan untuk menaikkan citra perusahaan di mata publik, dengan demikian humas Samsat BSD perlu memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

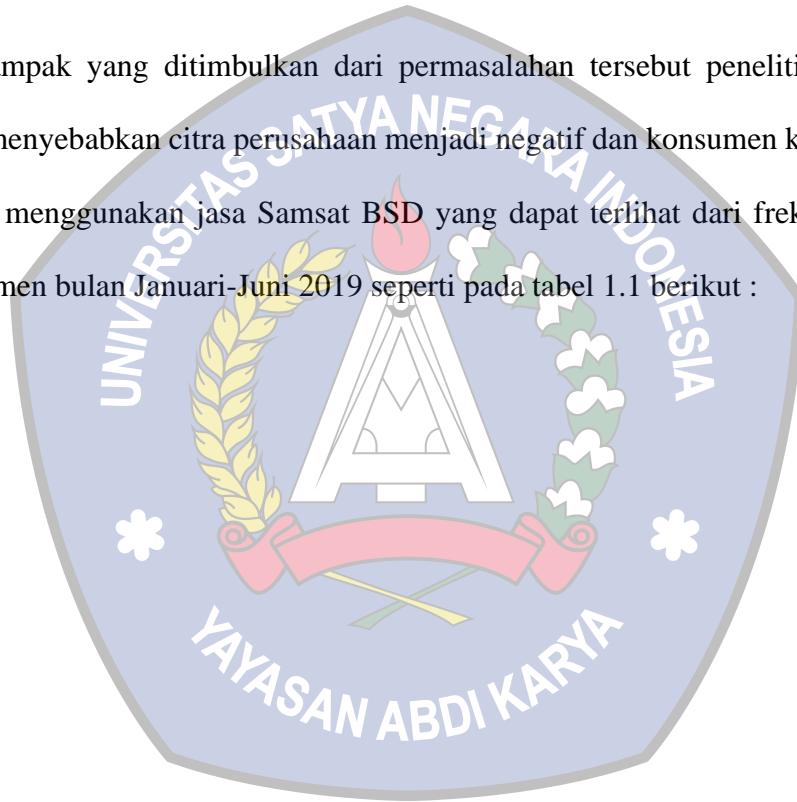
Seperti wawancara pra penelitian yang telah dilakukan penulis pada hari Kamis tanggal 10 Oktober 2019 dengan narasumber yang bernama Agus seorang konsumen wajib pajak di Samsat BSD Tangerang Selatan, ia merupakan salah satu konsumen yang taat pada pajak yang sedang datang ke samsat untuk mengurus surat kendaraan bermotor.

“Samsat tidak memberi informasi mengenai persyaratan yang harus di siapkan dalam mengurus surat kendaraan bermotor yang menyebabkan proses penyelesaian dalam mengurus surat kendaraan bermotor menjadi lama. Menurut saya pelayanan yang diberikan kurang prima (Agus Santoso, hasil wawancara 10 oktober 2019)

Hasil dari wawancara tersebut secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan jasa dari Humas yang terdapat di Samsat BSD Tangerang

Selatan suatu sistem yang dilakukan dalam memberikan informasi mengenai persyaratan pengurusan surat kendaraan bermotor kurang terperinci. Dalam hal ini, apabila konsumen mengalami peristiwa yang mengecewakan, konsumen cenderung memutuskan beralih untuk menggunakan perusahaan jasa lainnya. Namun sebaliknya apabila seseorang mendapatkan pelayanan yang baik dari jasa yang ditawarkan maka seseorang akan tetap menggunakan perusahaan jasa tersebut.

Dampak yang ditimbulkan dari permasalahan tersebut peneliti berpendapat akan menyebabkan citra perusahaan menjadi negatif dan konsumen kurang tertarik dalam menggunakan jasa Samsat BSD yang dapat terlihat dari frekuensi jumlah konsumen bulan Januari-Juni 2019 seperti pada tabel 1.1 berikut :



Tabel 1.1 Data Konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan Januari – Juni 2019

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	638.000
2	Februari	635.000
3	Maret	688.000
4	April	740.000
5	Mei	487.000
6	Juni	456.000
Total		3.644.000

Sumber Humas Samsat BSD Tangerang Selatan

Dapat terlihat dari tabel 1.1 terjadi penurunan konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian pada konsumen pada Samsat BSD yang melakukan kegiatan langsung melakukan dalam pengurusan surat kendaraan bermotor.

Berdasarkan paparan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD dalam Memberikan Informasi dan Komunikasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat Pengaruh kualitas pelayanan humas Samsat BSD dalam memberikan informasi dan komunikasi terhadap kepuasan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Humas Samsat BSD dalam memberikan informasi dan komunikasi terhadap tingkat kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti berikutnya, serta menambah pengetahuan dan pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam mengurus surat kendaraan bermotor

2. Secara Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan menambah kajian ilmu komunikasi berkaitan dalam bidang jasa
- b. Hasil penelitian ini dapat digunkana sebagai abahan acuan untuk penelitian mengenai kualitas [elayanan khususnya dalam bidang jasa secara mendalam dan dapat digunakan sebagai

acuan teori-teori komunikasi dan menjadi referensi penelitian yang sejenis.

3. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi Perusahaan Jasa Samsat BSD Tangerang Selatan untuk meningkatkan pelayanan dan menjaga kepuasan konsumen sehingga dapat menjalin kerjasama yang baik secara berkelanjutan



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini dilandasi teori yang relevan dengan tujuan penelitian berdasarkan keselarasan judul. Adapun teori yang penulis gunakan seperti yang dijelaskan di bawah ini.

2.1.1 Teori Pertukaran Sosial

Teori pertukaran sosial dapat ditelusuri kepada para psikolog Thibaut dan Kelley (1959) atau para sosiologi Homans (1961) dan Blau (1964) dan mempunyai akar dalam ilmu ekonomi (imbalan-imbalan dan biaya-biaya) atau psikologi behavioris atau *behaviorist psychology* (imbalan-imbalan dan hukuman-hukuman). Teori ini tidak beranggapan bahwa kita selalu mencoba untuk memaksimalkan imbalan-imbalan kita akan meminimalkan biaya-biaya tetapi kita hanya tertarik dalam memaksimalkan keuntungan kita sendiri atas pengorbanan orang lain yang kerja sama dan kejujuran. (Budyatna. 2015:36) Perspektif pertukaran sosial berpendapat bahwa orang menghitung nilai keseluruhan dari hubungan tertentu dengan mengurangi kerugian dari keuntungan yang tersedia (Monge & Contractor, 2003):

$$\text{Bernilai/Bermanfaat} = \text{Untung Rugi}$$

Hubungan yang positif adalah hubungan yang memiliki nilai angka positif yaitu keuntungan lebih besar daripada kerugian. Hubungan yang nilai angka negatif

(kerugian melebihi keuntungan) cenderung negatif untuk para peserta. Teori pertukaran sosial bahkan melangkah lebih jauh, memprediksi bahwa nilai hubungan mempengaruhi hasil atau apakah orang-orang akan melanjutkan hubungan atau mengakhirinya. Hubungan yang positif diharapkan untuk bertahan sedangkan hubungan negatif mungkin akan diakhiri. (West & Turner.2017:160-161).

Teori pertukaran sosial lebih bersifat ekologis dimana adanya pengaruh lingkungan terhadap perilaku actor serta pengaruh aktor serta pengaruh actor terhadap lingkungannya. Teori ini merupakan akar dari teori pertukaran yang dinamakan *behaviorisme*, dimana hubungan tadi merupakan dasar dari *operant condition*. Hal ini kemudian digunakan oleh sosiologi untuk memprediksi perilaku seorang individu dimasa depannya. Apabila tindakan individu ini menguntungkan di masa kecilnya, maka kemungkinan besar akan terulang di masa depannya dan sebaliknya bila merugikan, maka akan kecil kemungkinan untuk terulang. Maka sosiologi menyebutnya dengan adanya hadiah (stimulus) yang mendukung individu agar melakukan tindakan yang dilakukan di masa kecilnya di kemudian hari dan hukuman untuk mengurangi kemungkinan perilaku terulang. (Jurnal Sosial Exchange Theory Shokhbul Mighfsr vol 9. No 2 di akses pada desember 2015).

2.1.2 Asumsi -Asumsi Teori Pertukaran Sosial

Thibaut dan Kelly mendasarkan konseptualisasi yaitu satu berfokus pada sifat individu dan satu yang menggambarkan hubungan antara dua orang mereka tampak mendorong pengurangan, motivator internal, untuk memahami inividu dan

prinsip-prinsip permainan untuk memahami hubungan antara manusia. Asumsi menjadi dua kategori (West & Turner.2017:163-164).

Asumsi Pertukaran Sosial tentang sifat manusia adalah sebagai berikut:

- a. Manusia mencari keuntungan dan menghindari hukuman
- b. Manusia adalah makhluk rasional
- c. Standar yang manusia gunakan untuk mengevaluasi kerugian dan keuntungan bervariasi dari waktu ke waktu dan dari orang ke orang

Asumsi Teori Pertukaran Sosial membuat sifat hubungan meliputi:

- a. Hubungan memiliki sifat saling ketergantungan
- b. Kehidupan berhubungan adalah proses.

Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa Teori Pertukaran Sosial adalah teori yang di dalamnya terdapat proses pengharapan timbalbalik atas apa yang diberikan dan mendapatkan kepuasan atas apa yang diberikan. Dalam kehidupan sosial harus menjalin hubungan yang saling ketergantungan satu sama lainnya karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang saling berhubungan dan mengharapkan sesuatu pada hubungan tersebut.

Bila dikaitkan dengan permasalahan penulis teori ini termasuk dalam kategori komunikasi interpersonal bagaimana inividu merespon apa yang diberikan melalui timbal balik yang saling menguntungkan. Jika pelayanan humas Samsat BSD memberikan pelayanan yang prima maka konsumen akan merasa puas

sebaliknya, jika pelayan yang diberikan kurang prima akan menyebabkan citra perusahaan menjadi negatif.

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Janis & Kelly 1965 dalam Vardiansyah, (2008:25) menyebutkan komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (Komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak).

Berelson & Stainer 1965 dalam Vardiansyah, (2008: 25) komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain lain, melalui penggunaan symbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain lain.

Harold D Laswell 1960 dalam Tommy, (2009 7-9) memperkenalkan 5 formula komunikasi untuk terjadi suatu proses komunikasi yaitu

- a. *Who*, yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan.
- b. *Says What*, berkenaan dengan menyatakan apa
- c. *In Which Channel*, yakni berkenaan dengan saluran apa
- d. *To Whom*, yakni berkenaan dengan dintunjukan kepada siapa
- e. *With What Effect*, yakni berkenaan dengan pengaruh apa.

Komunikasi telah dipahami dengan baik. Bahkan, Trenholm dengan provokatif memberikan ilustrasi tentang dilema yang dihadapi dalam usaha mendefinisikan istilah tersebut. Ia menyatakan bahwa “komunikasi telah menjadi semacam istilah’*portmanteau*’(istilah yang terbentuk dari gabungan dua kata, misalkan *brunch*, yang merupakan gabungan dari kata *breakfast* dan *lunch*-penji) sebagaimana halnya dengan sebuah koper, istilah ini sesak dijejali dengan ide-ide dan makna-makna yang aneh. Fakta bahwa beberapa dari ide-ide ini sebenarnya konseptualisasi ini terlalu berat untuk diangkat”(West & Turner, 2010: 4).

2.2.1.2 Sifat Komunikasi

Komunikasi dapat ditinjau dari sifat yang dikelompokan menjadi empat yaitu (Effendy 2003:52).

1. Komunikasi Verbal meliputi komunikasi lisan dan tulisan
2. Komunikasi Nonverbal meliputi komunikasi isyarat/ kial dan gambar/simbol
3. Komunikasi tatap muka
4. Komunikasi bermedia.

Bila dikaitkan dengan masalah penelitian maka sifat komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi verbal yaitu komunikasi bertatap langsung antara konsumen dengan karyawan Samsat BSD.

2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi (Effendy.2003:53), komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu

1. Mengubah sikap.
2. Mengubah opini atau pendapat.
3. Mengubah perilaku.
4. Mengubah masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa komunikasi adalah proses penyampian pesan dari komunikator ke komunikan dan mengharapkan timbal balik, proses sosial di mana seseorang menggunakan symbol untuk membangun dan memahami makna dalam lingkungan sekitar.

Bila dikaitkan dengan masalah penulis komunikasi yang berjalan pada penelitian penulis kurang efektif karena informasi yang diberikan kepada konsumen kurang detail mengenai pengurusan surat kendaraan bermotor yang menyebabkan proses tersebut menjadi lama dan konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh Samsat BSD tersebut.

2.2.2 Komunikasi Interpersonal

2.2.2.1 Defnisi Komunikasi Interpersonal

Menurut Arni Muhammad dalam Sari.(2017:8) komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan orang lain yang dapat langsung diketahui baiknya. Selanjutnya menurut Agus M. Hardjana dalam Sari. (2017:8) mengatakan komunikasi interpersonal adalah komunikasi interaksi tatap muka antara dua atau beberapa orang dimana pengirim dapat menampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan dapat menggapai secara langsung.

Komunikasi interpersonal disebut komunikasi tatap muka di antara orang orang konteks interpersonal terdiri atas banyak subkonteks seperti keluarga, persahabatan, pernikahan jangka panjang hubungan psien dan dokter. Kemampuan komunikasi interpersonal adalah kemampuan paling dasar yang harus dimiliki oleh seorang manusia.

Berdasarkan uraian diatas penulis menarik kesimpulan komunikasi interpersonal adalah interaksi yang intim antara dua orang yang sudah mempunyai ikatan emosional yang kuat dan dapat memahami lebih banyak tentang diri kita serta orang lain yang berkomunikasi dengan kita.

Bila dikaitkan dengan permasalahan peneliti komunikasi interpersonal adalah hubungan antara pegawai Samsat BSD dan konsumen wajib pajak yang ingin mengurus surat kendaraan bermotor.

2.2.3 Humas

2.2.3.1 Definisi Humas

Menurut Scott. M. Cutlip humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya. Ruslan, 2010 dalam Putri, (2016:14).

Menurut Rosady Ruslan humas merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik, mereka berhak mengetahui

rencana kebijaksanaan, aktivitas, program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi/perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan dan sesuai dengan keinginan publik sasarannya Ruslan, 2010 dalam Putri, (2016:16).

2.2.3.2 Fungsi Humas

Menurut pakar humas internasional, Cutlip & Center and Canfield dalam Ruslan,2010 dalam Putri, (2016:20-21), fungsi humas dapat dirumuskan sebagai penunjang aktivitas uatama manajemen dalam mencapai tujuan bersama, berikut fungsi humas:

1. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan pihak publiknya, sebagai khalayak sasaran.
2. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi, tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
3. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
4. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik dan mengatur arus informasi publikasi pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau terjadi sebaliknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak

Fungsi humas bersifat melekat pada manajemen organisasi/perusahaan yaitu bagaimana humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah atau timbal balik antara organisasi/lembaga yang diwakilinya dengan publik, yang artinya peranan

ini turut menentukan sukses atau tidaknya misi, visi dan tujuan bersama dari organisasi/lembaga tersebut.

2.2.3.3 Peran Humas

Rosady Ruslan dalam buku Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Persepsi mengemukakan peranan humas dalam manajemen perusahaan sebagai berikut:

a. Communicator

Kemampuan sebagai komunikator secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik, lisan dan sebagainya, di samping itu juga bertindak sebagai mediator dan persuader. Komunikasi manajemen dalam praktinya bersifat komunikasi vertical, horizontal dan eksternal.

b. Relationship

Adalah kemampuan peran humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

c. Back Up Management

Melaksanakan dukungan atau menunjang kegiatan lain, seperti bagian manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan

sebagainya untuk menciptakan tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi.

d. *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi utama bagi aktivitas humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan untuk membangun citra baik lembaga/organisasi yang diwakilinya (LIPSI Komunika, Majalah Ilmiah Komunikasi dalam Pembangunan. Vol. 10, No. 1, 2007).

Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa Humas adalah divisi yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan sebuah perusahaan yang dimana seorang humas harus bisa menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya tujuannya untuk mempertahankan reputasi perusahaan dan menciptakan respon positif ke publik.

Bila dikaitkan dengan permasalahan penulis humas dalam perusahaan jasa yaitu samsat mengenai kualitas pelayanan yang menjadi masalah peneliti yaitu keluhan konsumen terhadap pelayanan yang kurang baik dalam program pengurusan surat kendaraan bermotor dalam memberikan informasi mengenai persyaratan yang harus di ajukan kurang kompeten.

2.2.4 Informasi

2.2.4.1 Definisi Informasi

Menurut *American National Standard Ins* menyatakan bahwa komunikasi adalah cara manusia menerapkan data dengan cara disepakati bersama, dan dalam *British Standard* “informasi” adalah pengetahuan yang dicatat atau dikomunikasikan Rimarawa,2004 dalam Musruriah, (2009:19).

Informasi menurut harter adalah informasi menjadi kebutuhan pengguna akan berinteraksi dengan informasi yang terkandung dalam dokumen, sehingga dokumen yang relevan dengan kebutuhan pengguna akan terjaring sementara yang tidak relevan akan terbuang Zaenab, 2002 dalam Masruriyah, (2009:20).

2.2.4.2 Manfaat Informasi

Informasi itu sangat beragam, baik dalam jenis, tingkatan maupun bentuknya. Manfaat informasi bagi setiap orang beda-beda. Adapun manfaat informasi menurut Sutanta, 2003 dalam Musruriah, (2009:22) adalah:

1. Menambah pengetahuan adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerima yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan.
2. Mengurangi ketidakpastian pemakai informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga kemungkinan menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan.

3. Mengurangi resiko kegagalan adanya informasi akan mengurangi resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat.
4. Mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan akan menghasilkan keputusan yang lebih terarah.
5. Memberikan standar, aturan-aturan, ukuran-ukuran dan keputusan untuk menentukan pencapaian, sasaran dan tujuan.

Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa informasi adalah suatu data atau pesan yang di proses dan menghasilkan sebuah arti yang bermanfaat bagi penerimanya.

Bila dikaitkan dengan penelitian informasi tersebut data yang di berikan konsumen dalam mengurus surat kendaraan bermotor tetapi masalahnya data tersebut tidak di berikan secara detail sehingga terjadi permasalahan yang menyebabkan proses pengurusan kendaraan bermotor menjadi terhambat.

2.2.5. Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms Tjiptono, 2010 dalam Hasibuan, (2017:26) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran

seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono, 2010 dalam Hasibuan, (2017:27) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilai, sehingga produk yang paling memuaskan profesi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Kulitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersampaikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaiknya jika layanan yang diterima atau dirasakan

lebih rendah dari harapan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah. Tjiptono. 2010 dalam Hasibuan, (2017:27)

Unsur-unsur kualitas pelayanan yang dikutip dalam Saleh, 2010 dalam Hasibuan, (2017:27) antara lain adalah sebagai berikut:

a. Penampilan.

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepisjonis)

memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap/tidak cacat, tutur Bahasa menarik, familiyah dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri.

b. Tepat waktu dan janji.

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelayanan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya.

c. Kesediaan melayani.

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.

d. Pengetahuan dan keahlian.

Sebagai syarat melayani dengan baik petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

e. Kesopanan dan ramah tamah.

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karternya, maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahtamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egosi dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

f. Kejujuran dan kepercayaan.

Pelayanan ini oleh penggunaan jasa dapat dipengaruhi berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraan harus transparan dari aspek kejujuran jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembayarandan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran inipetugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dipercaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.

g. Kepastian hukum.

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepatsian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan pembukaan rekening, deposito berjangka dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan produk perbankan tersebut.

h. Keterbukaan.

Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memerlukan ijin, maka ketentuan terebukaan perlu ditegakan keterbukaa itu akan

mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

i. Efisien.

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisien dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisien dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

j. Biaya.

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

k. Tidak rasial.

Pengurusan pelayanan dilarang menbeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas merata.

l. Kesederhanaan.

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudian, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa kualitas layanan adalah sikap rasa puas konsumen terhadap produk atau perusahaan yang sesuai harapan dan dapat memenuhi keinginan konsumen.

Bila dikaitkan dengan permasalahan penulis kualitas layanan dari Samsat BSD kurang maksimal karena konsumen masih banyak mengalami keluhan terhadap

elayanan yang diberikan Samsat BSD tersebut dalam proses pengurusan surat kendaraan bermotor.

2.2.5.1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan, antara lain parasuraman, Zeithaml, dan Berry Saleh, 2010 dalam Hasibuan, (2017:30) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut adalah:

1. *Reliability*, mencangkup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Accessibility*, meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditentukan. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang

tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan lain-lain.

5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan, santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para kontak personal.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan pada bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencanggup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman dan berbahaya, resiko, atau keraguan-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).
9. *Understanding/knowing the customer*, yaitu untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan atau penampilan dari personil.

2.6 Kepuasan Konsumen

2.2.6.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Tjiptono,2011 dalam Hasibuan, 2017:35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia peroleh dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler dan Keller (Kotler,2012:138) kepuasan (*satisfaction*)

adalah perasaan seang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Jika kinerja sesuai dengan ekspetasi, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi ekspetasi, konsumen akan sangat puas atau senang. Kepuasan konsumen menjadi sangat bernilai bagi samsat atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa konsumen adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Pengertian kepuasan konsumen dari berbagai ahli tidak jauh berbeda hanya tergantung dari sudut mana kita memandangnya. Dengan demikian penulis berkesimpulan memilih teori kepuasan konsumen dari Kotler di mana kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kotler,2012 dalam Hasibuan, (2017:35)

Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa kepuasan konsumen adalah muncul rasa senang terhadap konsumen dan konsumen akan membandingkan kinerja dari perusahaan tersebut.

2.2.7 Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan

Menurut Tjiptono,2015 dalam Pratiwi (2017: 29) menyatakan kepuasan konsumen dan kualitas layanan merupakan prasyarat dari loyalitas atau kesetiaan konsumen. Kepuasan konsumen adalah fondasi dari loyalitas konsumen dengan kualitas jasa sebagai kunci didalamnya. Konsumen yang puas tidaklah cukup, harus terdapat konsumen yang sangat puas. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen agar dapat mengarah kepada kesetiaan konsumen. Konsumen sangat puas maupun merasa senang akan lebih mungkin setia kepada satu perusahaan, melakukan

pembelian kepada satu perusahaan dan menyebarkan berita dari mulut ke mulut.

Ketidak puasan akan mendorong konsumen pergi dan berpindah ke perusahaan lain.

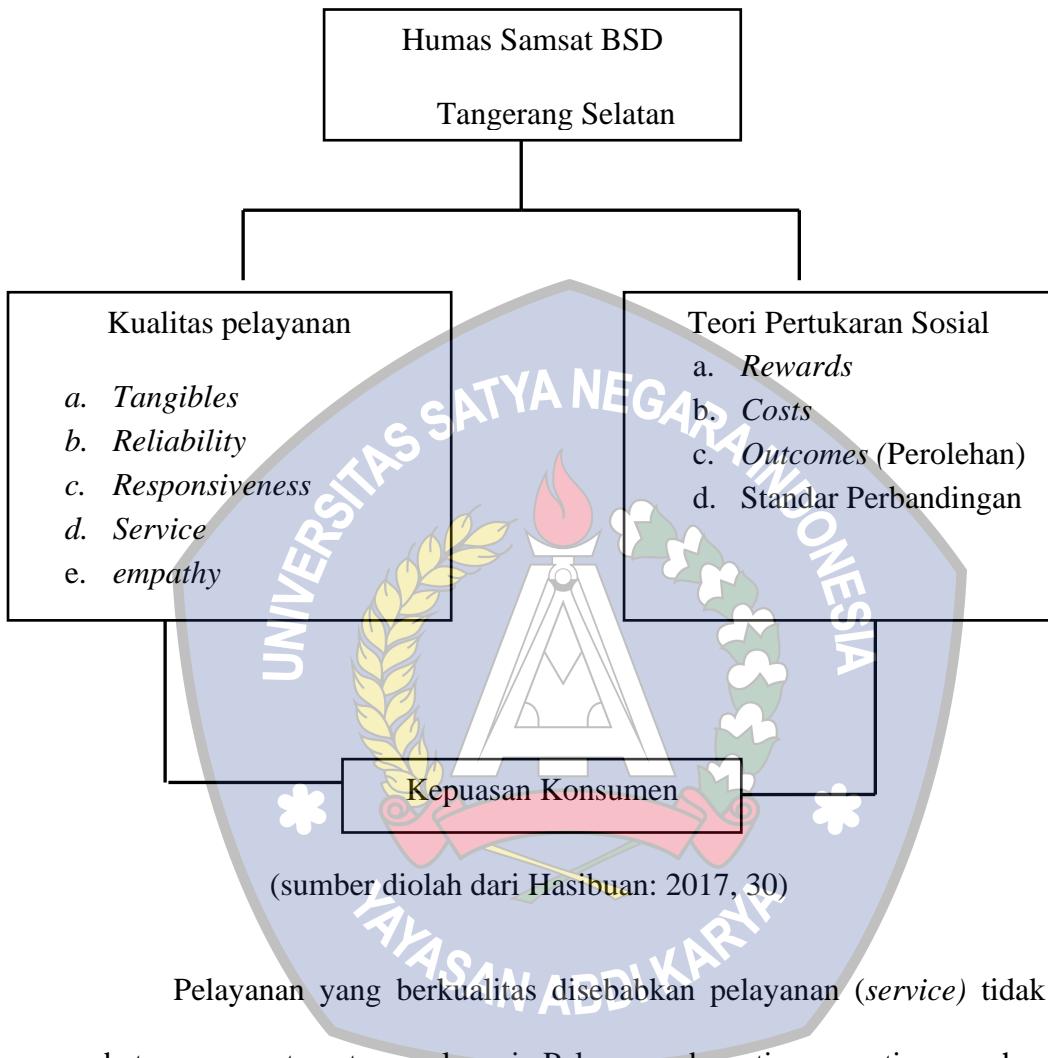
Menurut Tjiptono.2015 dalam Pratiwi, (2017: 29) hubungan antara kepuasan dengan kesetiaan konsumen dapat dibagi menjadi tiga zona atau daerah yaitu:

- 1) *Zona Of Defection*, yang terjadi ketika kepuasan konsumen itu rendah. konsumen akan berpindah kecuali biaya perpindahan itu tinggi atau tidak adanya alternatif lainnya. Konsumen akan berpindah kecuali biaya perpindahan itu tinggi atau tidak adanya alternatif lainnya.
- 2) *Zona Of Difference*, yaitu diaman tingkat kepuasan menengah atau *intermediate*. Pada tingkat ini, pelanggan dapat mungkin berpindah jika mereka menemukan alternatif lain yang lebih baik.
- 3) *Zona Of Affection*, yaitu dimana tingkat kepuasan pelanggan sangat tinggi.

Pelanggan dapat memiliki tingkat kesetiaan yang tinggi dan tidak mencari alternatif lainnya.
Berdasarkan uraian diatas penulis memahami bahwa hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Samsat dan aka nada rasa untuk tidak pindah ketempat lain atau konsumen akan memberikan rekomendasi ke publik.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantar atau melayani. Pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen.

Penjabaran kerangka pemikiran penulis yang akan menjadi dasar dari penelitian ini. Setiap perusahaan menginginkan hubungan yang baik dengan para konsumennya. Untuk menciptakan pelayanan yang baik maka diperlukan adanya hubungan yang harmonis dan komunikasi timbalbalik antara konsumen dengan

perusahaan (Kantor Samat Serpong Tangerang Selatan) guna mencapai adanya *mutual understanding*.

2.4 Hipotesis

Menurut (Sugiyono 2016: 64) Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Hipotesis atau jawaban sementara dari masalah yang diteliti adalah :

- $H_0: p = 0$: Kualitas pelayanan Humas Samsat BSD tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen
- $H_a: p \neq 0$: Kualitas pelayanan Humas Samsat BSD berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Kantor Bersama Samsat , Jalan Raya Civic Center No.5, Lengkong Gudang. Kecamatan Serpong. Kota Tangerang Selatan, Banten.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai pada bulan Oktober 2019- Januari 2020.

3.2 Desain Penelitian

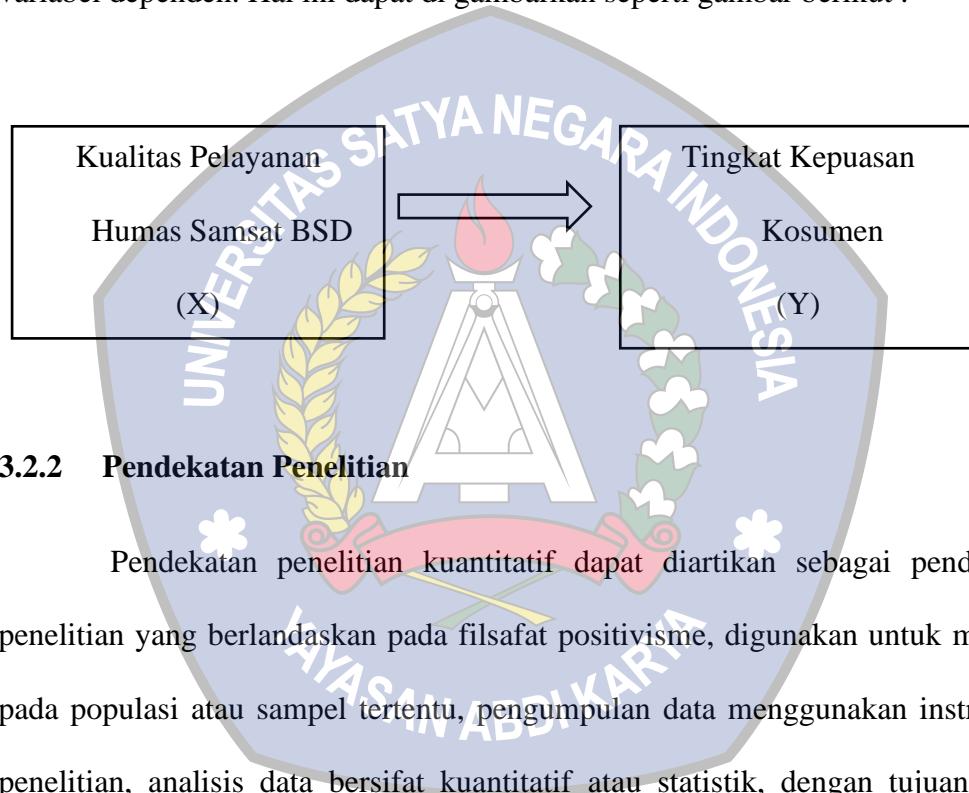
3.2.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigm positivistik. Positivistik merupakan sebuah pahaman (paradigma) penelitian. Istilah ini juga merajuk pada sudut pandang tertentu, sehingga boleh disebut sebagai paradigm (Suwardi, 2010 dalam Hasibuan, 2017:40).

Dasar paradigma positivistik adalah logika matematika yang penuh teori deduktif. Kevalidan penelitian positivistisme dengan cara menggunakan studiempiris. Generalisasi diperoleh dari data di lapangan. Data diambil

berdasarkan rancangan yang telah matang seperti kuesioner, inventori, sosiometri dan sebagainya. Paham positivistik akan mengejar data yang terukur, teramat dan mengeneralisasi berdasarkan reretan tersebut (Suwardi, 2011 dalam Hasibuan, 2017:40).

Paradigma penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan satu variabel dependen. Hal ini dapat di gambarkan seperti gambar berikut :



3.2.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2012:8).

Penelitian kuantitatif umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif, proses penelitian bersifat deduktif di mana untuk menjawab rumusan digunakan konsep atau teori (Syamsul & Fahkry, 2014:5).

Pendekatan kuantitatif dinamakan pendekatan tradisional, karena pendekatan ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai pendekatan

untuk peneliti. pendekatan ini disebut pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono,2011:7).

Termasuk dalam pendekatan kuantitatif adalah metode survei dan eksperimen. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, data yang terkumpul selanjutnya dinamis secara kuantitatif menggunakan statistika deskriptif dan inferensial (Syamsul & Fahkry, 2014:5).

3.2.3 Metode Penelitian

Metode survei adalah bentuk pengumpulan data yang menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada kelompok orang. Respon yang diberikan memungkinkan penelitian untuk menarik kesimpulan mengenai keseluruhan kategori orang-orang yang diwakili oleh responden (Richard & Lynn,2010:79).

Menurut Syaodiah (2013:99) survei digunakan untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari sejumlah besar orang terhadap topik atau isu-isu tertentu. Ada tiga karakteristik utama dari survei:

1. Informasi dikumpulkan dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa aspek atau karakteristik tertentu seperti: kemampuan, sikap, kepercayaan, pengetahuan dari populasi.
2. Informasi dikumpulkan melalui pengajuan pertanyaan (umumnya tertulis walaupun bisa lisan) dari pada populasi.
3. Informasi utama dari survei adalah mengetahui gambaran umum karakteristik dari populasi. Pada dasarnya yang ingin dicari peneliti adalah

bagaimana anggota dari suatu populasi tersebar dalam satu atau variable usia, etnis, jenis kelamin, agama, dll (Asep dan Bahruddin, 2014:6).

Alasan penulis menggunakan metode penelitian survei adalah untuk mengumpulkan beberapa informasi dalam bentuk opini yang menggunakan kuesioner untuk mendapatkan kesimpulan tentang peneliti penulis.

3.2.4 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya (Bungin,2014:46). Eksplanatif menjelaskan mengenai bagaimana pengaruh konsumen terhadap kualitas pelayanan apakah konsumen tersebut merasa puas atau tidak terhadap layanan yang diberikan oleh kantor Samsat dalam mengurus surat kendaraan bermotor.

Penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis. Tujuannya untuk menguji hipotesis digunakan statistik inferensial. Penelitian eksplanasi memiliki kreadibilitas untuk mengukur, menguji hubungan sebab-akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2014:46).

Alasan penulis menggunakan sifat penelitian eksplanatif untuk menjelaskan tindakan atau penelitian yang di teliti oleh penulis.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2011:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah data yang digunakan pada bulan April yaitu sebanyak 740.000 konsumen. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan random sampling atau *probability sampling* yang salah satu caranya yaitu *Cluster Random Sampling* karena peneliti mengambil sampel dari populasi secara acak.

Alasan penulis mengambil teknik sampel ini karena penulis sudah menetapkan data populasi yang pasti yaitu 740.000 konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan pada bulan April 2019 data yang sudah pasti hasilnya.

3.3.2 Sampel

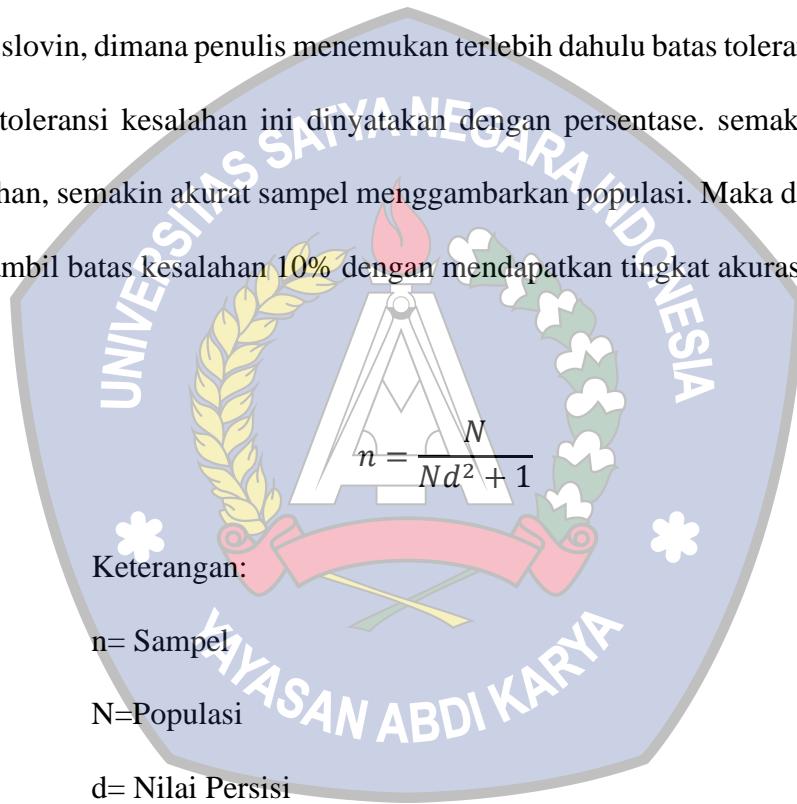
Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2016:81)

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono,2016:81).

Propability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2016:82).

Non Probability Sampling adalah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sebuah sampel (Sugiyono, 2016:82)

Jumlah sampel di ambil dengan metode slovin karena penulis telah mengetahui jumlah populasi yang ada sangat tepat dengan persyaratan yang diinginkan dalam rumus slovin, dimana penulis menemukan terlebih dahulu batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. semakin kecil batas kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Maka dari itu peneliti mengambil batas kesalahan 10% dengan mendapatkan tingkat akurasi 99 %.



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

$$n = \frac{740.000}{1 + 740.000 \times (10\%)^2}$$

$$n = \frac{740.000}{1 + (740.000 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{740.000}{1 + 7400} = 99,98$$

7.401

N= 99,98 dibulatkan menjadi 100

3.4 Operasional variabel

Menurut Sugiyono Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:61).

Variabel X adalah Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD dan Variabel Y adalah kepuasan Konsumen. Tolak ukur dari variabel tersebut adalah informasi yang diberikan Humas Samsat dalam program pengurusan surat kendaraan bermotor kurang terperinci dan menyebabkan lamanya proses penyelesaian surat kendaraan bermotor.

3.4.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016:38) dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah:

1. Variabel Indipenden yaitu variabel yang sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat

(Sugiyono, 2011:39). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas layanan (X).

2. Variabel Dependen yaitu variabel yang sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2011:39).

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan konsumen (Y).

- a. Variabel (x) Kualitas Layanan

Indikator yang diukur dari variabel ini adalah

1. *Professionalism*

Yaitu dalam bekerja harus profesional karena sangat berpengaruh terhadap penilaian konsumen atas kinerja dari perusahaan tersebut.

Pelayanan Samsat BSD harus bisa menghargai konsumen dalam kedaan apapun dari segi usia, pendidikan, jabatan dan sebagainya.

2. *Attitude*

Yaitu sikap pegawai terhadap konsumen agar konsumen merasa nyaman atas sikap yang diberikan pegawai tersebut. Selain itu pegawai harus mempunyai etika dalam berbicara.

3. *Reliability*

Yaitu keramahan dan komunikatif seorang pegawai selain itu kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam menyelesaikan proses surat kendaraan bermotor.

4. *Service Recovery*

Yaitu keamanan dalam berinteraksi itu penting karena untuk menjaga masalah yang merugikan konsumen maupun perusahaan.

5. *Reputation*

Yaitu harus mempertahankan citra yang baik terhadap perusahaan di mata konsumen.

b. Variabel (Y) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap perusahaan khususnya perusahaan jasa, karena jika konsumen merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan maka citra perusahaan akan menurun bahkan akan kehilangan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa tersebut. Secara garis besar kepuasan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Membeli jasa secara rutin

Yaitu konsumen sudah percaya atas kinerja dari kantor samsat tersebut dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh kantor samsat.

2. Merekomendasikan kepada orang lain.

Yaitu konsumen sudah tidak meragukan kemampuan dari kantor samsat tersebut dan menjadi wadah promosi untuk mengenalkan Kantor Bersama Samsat BSD ke masyarakat.

3.4.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1

Variabel X (Kualitas Layanan)

Variable	Dimensi	Indikator	Skala Likert
<i>Reliability</i> (Keandalan)	Keakuratan Layanan	<ul style="list-style-type: none"> - Penyediaan layanan tepat waktu - Kebenaran informasi pelayanan 	a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
<i>Responsiveness</i>	Respon Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Tepat dalam pelayanan - Cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen 	
<i>Assurance</i>	Jaminan pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi. 	
<i>Emphaty</i> (Empati)	Perhatian pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Rasa simpatik dalam pelayanan - Kepentingan konsumen diutamakan 	
<i>Tangubles</i> (Tampilan fisik pelayan)	Fisik pelayan	<ul style="list-style-type: none"> - Penampilan yang menarik serta enak dilihat - Meja rapih dan teknologi sudah moderen - Interior yang nyaman 	

Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Variable	Dimensi	Indicator	Skala Likert
Kepuasan konsumen kantor samsat BSD	Hasil dari penelitian atas kesuaian antara harapan yang diinginkan dengan kualitas layanan perusahaan jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Merekomendasikan perusahaan jasa kepada orang lain - Adanya rasa nyaman atas pelayanan yang diberikan dan tidak ingin pindah - Puas atas jasa yang diberikan pelayanan samsat ke konsumen akan keramahan, kebersihan dan kerapihannya 	<ul style="list-style-type: none"> a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

3.5 Reliabilitas dan Validitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Validitas alat ukur sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri, artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diteliti (Bungin. 2014:108).

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum XY$ = Jumlah Hasil kali skor X dan Y yang berpasangan

$\sum X^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dari X

$\sum Y^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dari Y

n = Banyak subyek skor X dan Skor Y yang berpasangan

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

Jadi uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang kita pakai valid, sebelum kita menyebarkan kuisioner kepada responden penelitian yang sebenarnya (Zaldi Rosafia Shinta , 2017: 30)

Dalam uji validitas ini penulis menggunakan sampel sebanyak 20 responden, yaitu besar r Tabel 20 dengan menggunakan signifikansi 10% yaitu 0,444.

Tabel 3.2
Uji Validitas Variabel X

No.	r Hitung		r Tabel	Keterangan
X 1	0,582	>	0,444	VALID
X 2	0,721	>	0,444	VALID
X 3	0,466	>	0,444	VALID
X 4	0,788	>	0,444	VALID
X 5	0,505	>	0,444	VALID
X 6	0,802	>	0,444	VALID
X 7	0,509	>	0,444	VALID
X 8	0,283	<	0,444	TIDAK VALID
X 9	0,560	>	0,444	VALID

X 10	0,513	>	0,444	VALID
X 11	0,706	>	0,444	VALID
X 12	0,562	>	0,444	VALID
X 13	0,558	>	0,444	VALID
X 14	0,592	>	0,444	VALID
X 15	0,718	>	0,444	VALID
X 16	0,480	>	0,444	VALID

Sumber : Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Terdapat 16 pernyataan tentang pelayanan Humas Samsat ,tetapi ada 1 pernyataan yang tidak valid jadi 15 pernyataan memiliki nilai r Hitung (*pearson correlation*) $> 0,444$, sehingga ada 1 pernyataan dari variabel tersebut perlu dikeluarkan karena statusnya tidak valid seperti terlihat pada tabel 3.2

Tabel 3.3

Uji Validitas Variabel Y.

No.	r Hitung		r Tabel	Keterangan
Y1	0,757	>	0,444	VALID
Y2	0,677	>	0,444	VALID

Y3	0,466	>	0,444	VALID
Y4	0,693	>	0,444	VALID
Y5	0,544	>	0,444	VALID
Y6	0,633	>	0,444	VALID
Y7	0,608	>	0,444	VALID
Y8	0,813	>	0,444	VALID
Y9	0,440	<	0,444	TIDAK VALID
Y10	0,524	>	0,444	VALID

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh Penulis)

Terdapat 10 pernyataan tentang pelayanan Humas Samsat, tetapi ada 1 pernyataan tidak valid jadi 9 pernyataan memiliki nilai r Hitung (*pearson correlation*) $> 0,444$, sehingga ada pernyataan dari variabel tersebut perlu dikeluarkan karena statusnya tidak valid seperti tabel 3.3.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Bungin, 2014:107) Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Mendesain penelitian yang reliabel adalah tujuan yang ingin dicapai oleh setiap peneliti hal ini karena peneliti tidak ingin proses pengumpulan data akan gagal karena peneliti memiliki instrument yang buruk.

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{yx} = Korelasi X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum XY$ = Jumlah Hasil kali skor X dan Y yang berpasangan

$\sum X^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dari X

$\sum Y^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dari Y

n = Banyak subyek skor X dan Skor Y yang berpasangan

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \alpha t^2$ = Jumlah varians skor tiap- tiap item

$A t^2$ = Varians total

Jadi uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan sebelum melakukan penelitian. Biasanya dilakukan dengan skala yang lebih kecil untuk menguji apakah instrumen yang kita buat baik (Zaldi Rosafia Shinta ,2017: 32)

Tabel 3.4

Case Processing Summary

UJI RELIABILITAS X

	N	%
Cases	20	100.0
Valid	0	.0
Excluded ^a	20	100.0
Total		

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	16

Sumber : Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Nilai diatas menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* kualitas pelayanan Humas Samsat 0,865, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kusioner ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,444.

Tabel 3.5

UJI RELIABILITAS Y
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	10

Sumber : Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Nilai diatas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* kepuasan konsumen terhadap pelayanan Humas Samsat 0,819, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kusioner ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,444

Tabel 3.6

Variabel	Alpha	r Tabel	Keterangan
X	0,865	0,444	Reliabel/ Konsisten
Y	0,819	0,444	Reliabel/ Konsisten

Jadi kuesioner dalam variabel X dan Variabel Y penelitian ini dapat dikatakan Reliabel / Konsisten.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner (angket). Menurut Sugiyono kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2016:142)

Tabel 3.7
Skala Likert (Scoring) Variabel X dan Y

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2016:243).

3.7.1 Analisis korelasi

Teknik korelasi yang berbentuk interval dan dari sumber data yang sama (Sugiyono, 2016:182). Ciri khas dari analisis korelasi adalah cara atau metode untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear atau variabel

Tabel 3.8

Tabel Pengukuran Korelasi

Besarnya r Product Moment	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Sugiyono, 2016 : 184)

Untuk menghitung koefisien korelasi *pearson product moment* dengan menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = nilai koefisien korelasi *pearson product moment*

n = banyak responden

x = variabel bebas (Independen)

y = Variabel terikat (Dependent)

$\sum x^2$ = jumlah total jawaban dari variabel bebas yang telah dikuadratkan.

3.7.2 Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui apakah kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien determinasi (r^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi (r^2) yaitu antara nol dan satu. Nilai r^2 yang kecil mengindikasikan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dilakukan prediksi terhadap variabel dependen (Imam Gozali, 2011:97) dalam (Nuraini, 2018:59-60)

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Kisaran KD adalah antara 0-100%

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi

3.7.2 Analisis Regresi

Analisis regresi adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitung-perhitungan statistika, umumnya disebut model untuk mengetahui bagaimana perbedaan-perbedaan sebuah variabel mempengaruhi variabel lainnya (Bungin,2014:231).

3.8 Uji Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian berfungsi mengemukakan pertanyaan apakah kita memiliki bukti yang meyakinkan bahwa sesuatu tengah terjadi atau telah terjadi. Hipotesis juga membantu penelitian untuk menghindari berbagai variabel mengganggu atau variabel yang membingungkan (Morisan 2015:18).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan hipotesis nol yaitu hipotesis ini menjelaskan tidak adanya perbedaan antara ukuran populasi dengan ukuran sampel (Kriyanto, 2012:32).

Dari teori dan kerangka pemikiran dapat diambil dugaan sementara yaitu

Ho : kualitas pelayanan Humas Samsat BSD tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen

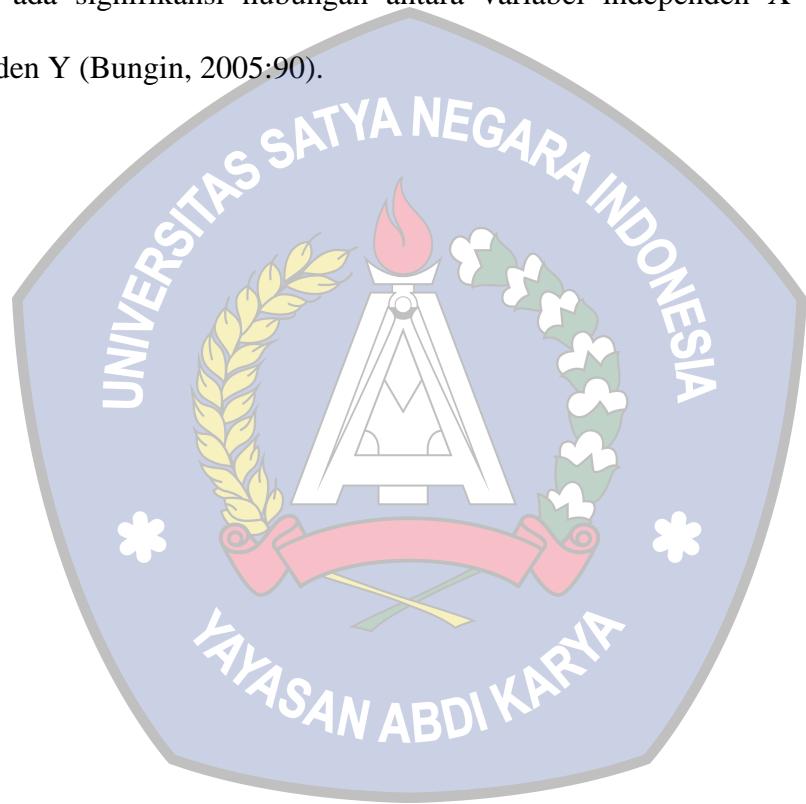
Ha : kualitas pelayanan Humas Samsat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen

Hipotesis nol sering disebut juga dengan hipotesis statistic yaitu hipotesis yang diuji dengan statistik. Hipotesis ini mempunyai bentuk dasar atas memiliki statement yang menyatakan bahwa tidak adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y yang akan di teliti atau variabel independen X tidak mempengaruhi variabel dependen Y (Bungin, 2005: 89-90)

Hipotesis nol dibuat dengan kemungkinan besar untuk ditolak, ini berarti apabila terbukti bahwa hipotesis nol ini tidak benar dan arti hipotesis itu ditolak, maka

disimpulkan bahwa pengaruh besar antara variabel X dan variabel Y (Bungin, 2005:90)

Hipotesis alternative merupakan lawan dari hipotesis nol, dimana hipotesis alternatif dapat langsung dirumuskan apabila ternyata pada suatu penulisan, hipotesis nol ditolak. Hipotesis ini menyatakan adanya pengaruh yang besar yang berarti ada signifikansi hubungan antara variabel independen X dan variabel dependen Y (Bungin, 2005:90).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Sejarah Samsat

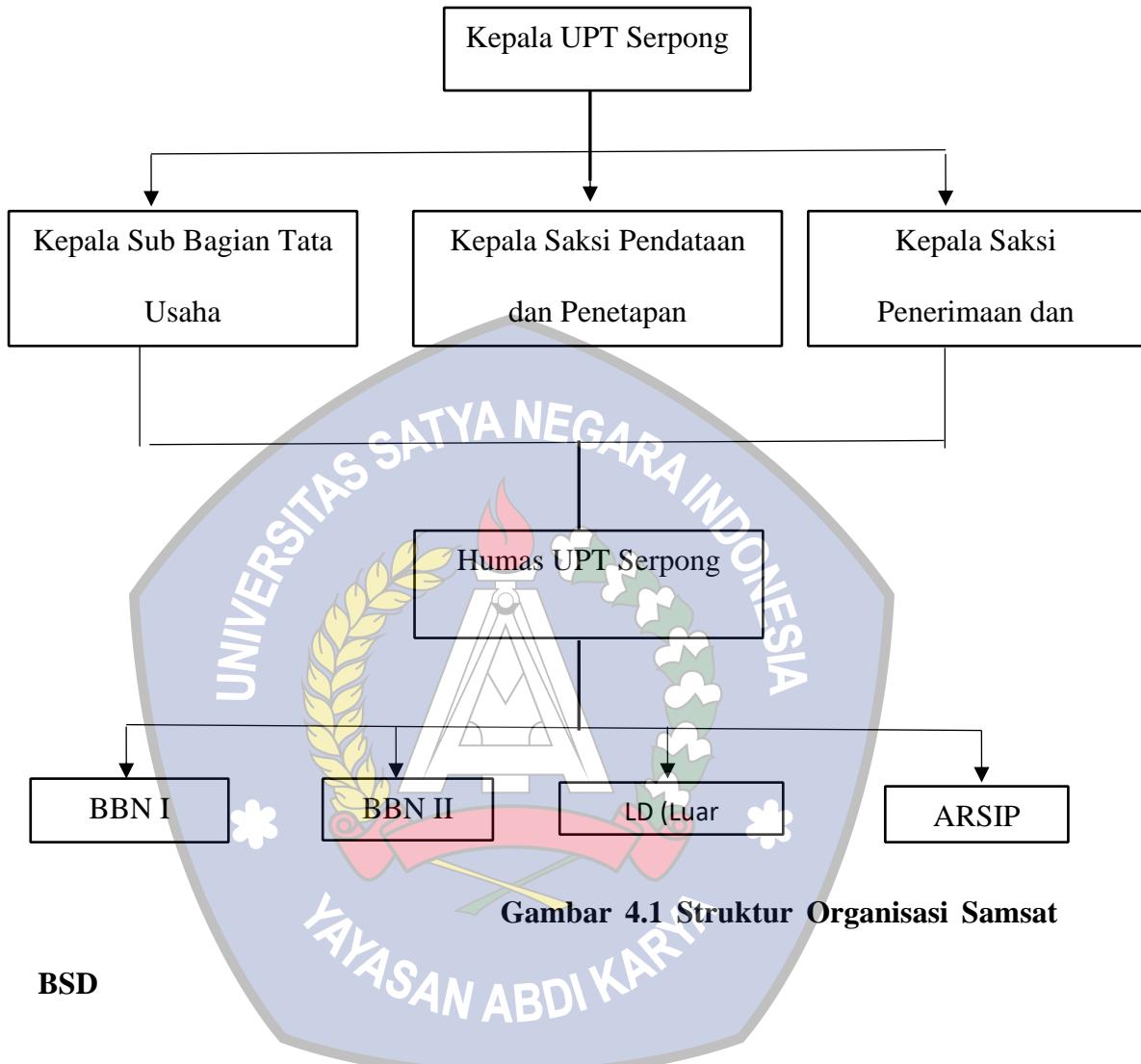
Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) adalah suatu system administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung. Contoh dari samsat adalah dalam pengurusan dokumen kendaraan bermotor. Samsat merupakan suatu system kerjasama secara terpadu antara Polri, Dinas Pendapatan Provinsi dan PT Jasa Raharja (Persero) dalam pelayanan untuk menerbitkan 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 Jalan (SWDKLLJJ), dan dilaksanakan pada satu kantor yang dimanakan “Kantor Bersama Samsat”.

Tahun 1988 dilakukan penyederhanaan dokumen, berdasarkan Menhankam, Menkeu & mendagri No.INS/03/x/1988, no. 5/IMK.013/1988.No. 13A Tahun 1988, antara lain formulir permohonan atau pendaftaran STNK/Pajak/SWDKLLJ digabung menjadi satu. Tanda pelunasan pembayaran SWDKLLJ PT Jasa Raharja (Persero) yang tercantumkan dalam STNK/SKCK berlaku sebagai pengganti polis Asuransi (Sertifikat). Tahun 1993 sampai 1999

berdasarkan INBERS Panglima Angkatan Bersenjata, Menkeu & Mendagri No. INS/02/II/1993, No.01/IMK.01/1993. No.2A Tahun 1993, diberlakukan revisi masa berlaku STNK dan TNKB dari 1 tahun menjadi 5 tahun, namun harus dilakukan pengesahan STNK di setiap tahun. Selain itu juga mekanisme perpanjang STNK dibentuk 5 pokja (loket) untuk pelayanan. Pada tahun 1999 hingga sekarang berdasarkan INBERS, Menhankam, Menkeu & Mandagri No.Pol. INS/03/M/X/1999.No.6/IMK.014/1999, No.29 Tahun 1999 menetapkan penyempurna dan penyederhanaan system operasi pelayanan dari 5 loket menjadi 2 loket.

Pembayaran SWDKLLJ yang tercantum pada Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) berfungsi sebagai pengganti sertifikat. Tanda pelunasan dan pengesahan digabungkan dengan SKPD yang sudah divalidasi cash register sebagai tanda bukti pembayaran akuntansi berbasis akrual adalah suatu basis akuntansi dimana transaksi ekonomi dan peristiwa lainnya diakui, dicatat dan disajikan dalam laporan keuangan pada saat terjadinya transaksi tersebut, tanpa memperhatikan waktu kas atau setara kas diterima atau dibayar.

4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Samsat

BSD

Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada divisi Humas UPT Serpong yang mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan publik
2. Menciptakan ketertarikan publik yang berdampak besar pada perusahaan
3. Memberikan informasi kepada publik internal maupun eksternal.

4.1.3 Visi, Misi dan Motto

Visi :

“Terwujudnya Pelayanan Prima Sebagai Bukti Pengabdian Kepada Masyarakat”

Misi :

“Meningkatkan Kwalitas Pelayanan Kepada Mayarakat Meningkatkan Keamanan
dan Kenyamanan/Keselamatan Kepada Pemilik Kendaraan Bermotor”

Motto :



4.2 Hasil Penelitian

Data hasil penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden sebanyak 100 konsumen Samsat BSD Tangerang Selatan mengenai pengaruh kualitas pelayanan humas samsat BSD dalam memberikan informasi terhadap tingkat kepuasan konsumen (Survei pada Kosnumen Samsat BSD Tangerang Selatan). Hasil analisis data dihasilkan dengan tabel frekuensi yang telah diolah menggunakan SPSS 22 terlebih dahulu dan dideskripsikan dari masing-masing instrument.

4.2.1 Demografi Responden

Demografi responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan kelas. Demografi responden penting guna mengetahui dan menyajikan dalam hasil penelitian ini, karena memberikan informasi tentang deskripsi statistic responden yang didalamnya menjelaskan tentang presentase responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan kelas seperti tersaji dalam data demografi responden berikut:

4.2.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Responden jenis kelamin perlu ditampilkan agar dapat mengetahui komposisi berdasarkan jenis kelamin. Komposisi jenis kelamin akan dapat memberikan fakta tersendiri apakah konsumen didominasi oleh jenis kelamin tertentu. Berdasarkan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh profil responden menurut jenis kelamin sebagaimana terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4.2
Jenis_Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	65	65.0	65.0	65.0
	Perempuan	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dikelola oleh penulis)

Dari tabel diatas dapat dilihat dari total responden yang menjadi sampel penelitian, responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada jenis kelamin perempuan. Dengan total sebesar 65 responden atau 65% untuk responden laki-laki, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 35 orang atau 35%.

Hal ini dapat terlihat seperti pada gerai samsat lainnya bahwa konsumen yang terdapat pada Samsat BSD mayoritas laki-laki dalam proses mengurus surat kendaraan bermotor.

4.2.1.2 Responden Menurut Usia

Tabel 4.3

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>17 Tahun	10	10.0	10.0	10.0
	18 Tahun-25 Tahun	46	46.0	46.0	56.0
	26 Tahun-30 Tahun	35	35.0	35.0	91.0
	> 31 Tahun	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dikelola oleh penulis)

Terlihat perolehan data penelitian dalam tabel 4.3 mengenai usia responden, diperoleh data sebagai berikut: Responden berada pada rentang usia >17 tahun sebanyak 10 responden atau 10%, usia terbanyak pada rentang usia 18-25 tahun sebanyak 46 responden atau 46%, rentang usia 26-30 tahun sebanyak 35 responden atau 35% dan rentang usia >31 tahun sebanyak 9 responden atau 9 %.

Dapat di ambil kesimpulan bahwa konsumen yang terdapat pada samsat BSD mayoritas responden yang berusia 18 sampai 25 tahun yang lebih aktif dalam proses pengurusan surat kendaraan bermotor.

4.2.1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Pendidikan_Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	36	36.0	36.0	36.0
	Perguruan Tinggi	64	64.0	64.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dikelola oleh penulis)

Terlihat perolehan data penelitian dalam tabel 4.4 mengenai pendidikan terakhir responden data sebagai berikut: responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 36 responden atau 36% dan yang paling banyak terdapat pada responden dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi sebanyak 64 responden atau 64%.

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa konsumen yang datang pada samsat BSD mayoritas dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi karena lebih mamahami dalam proses pengurusan surat kendaraan bermotor.

4.2.1.4 Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 4.5

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	9	9.0	9.0	9.0
	Karyawan	77	77.0	77.0	86.0
	Wirausaha	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Terlihat perolehan data penelitian dalam tabel 4.5 mengenai pekerjaan responden, diperoleh data sebanyak: responden dengan status mahasiswa sebanyak 9 responden atau 9 %, yang paling banyak terdapat pada status karyawan yaitu 77 responden atau 77 % dan responden dengan status wirausaha sebanyak 14 responden atau 14 %.

Hal ini dapat dilihat seperti pada gerai samsat BSD bahwa konsumen mayoritas status karyawan yang sering datang dalam pengurusan surat kendaraan bermotor.

4.2.3 Analisis Data Variabel

4.2.3.1 Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD (X)

Jawaban responden dimensi ketepatan pelayanan yang diberikan

Humas Samsat BSD yang telah memberikan pelayanan secara maksimal sesuai kebutuhan konsumen.

Tabel 4.6

n=100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	21.0	21.0	21.0
	S	40	40.0	40.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0		

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang Humas Samsat BSD yang telah memberikan pelayanan secara maksimal sesuai dengan kebutuhan, responden yang memilih sangat setuju ada 39 responden atau 39% sedangkan jawaban yang memilih setuju ada 40 responden atau 40 % dan jawaban yang memilih tidak setuju ada 21 responden atau 21 %.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 40 responden atau 40 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa humas samsat telah memberikan pelayanan secara maksimal sesuai kebutuhan konsumen.

Tabel 4.7

Kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan humas samsat BSD sudah baik

n=100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	12.0	12.0	12.0
	S	59	59.0	59.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.7 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan humas samsat BSD sudah baik, jawaban yang memilih sangat setuju ada 29 responden atau 29 %, sedangkan jawaban yang memilih setuju ada 59 responden atau 59% dan yang memilih tidak setuju ada 12 responden atau 12 %.

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 59 responden atau 59 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan humas samsat BSD sudah baik.

Tabel 4.8

Pelayanan humas samsat BSD yang diterima sesuai dengan prosedur yang ada

n=100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9.0	9.0	9.0
	S	41	41.0	41.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Ouput SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.8 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang pelayanan humas samsat BSD yang diterima sesuai dengan prosedur yang ada jawban responden yang memilih sangat setuju 50 responden atau 50 % sedangkan jawaban yang memilih setuju ada 41 responden atau 41 % dan responden yang memilih jawaban tidak setuju hanya 9 responden atau 9 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 50 responden atau 50 % dari 100 responden mayoritas memilih jawab sangat setuju bahwa pelayanan humas samsat BSD yang diterima sesuai dengan prosedur yang ada.

Tabel 4.9

Jawaban kebenaran informasi yang diberikan ke konsumen

Informasi yang diberikan humas samsat BSD akurat dan sesuai SOP

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	48	48.0	48.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Ouput SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.9 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang informasi yang diberikan humas samsat BSD responden yang memilih jawaban sangat setuju 52 responden atau 52 % dan jawaban yang memilih setuju sebesar 48 responden atau 48 %.

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 52 responden atau 52 % dari 100 responden mayoritas menjawab sangat setuju bahwa informasi yang diberikan humas samsat BSD akurat dan sesuai SOP.

Tabel 4.10

Informasi yang diberikan humas samsat BSD secara detail dan terperinci serta mudah dipahami oleh konsumen

n= 100

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4.0	4.0	4.0
S	50	50.0	50.0	54.0
SS	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.10 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang informasi yang diberikan humas samsat BSD secara detail dan terperinci serta mudah dipahami oleh konsumen, responden yang memilih sangat setuju sebesar 46 responden atau 46 % sedangkan responden yang memilih jawaban setuju sebesar 50 responden atau 50 % dan jawaban tidak setuju hanya 4 responden atau 4 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 50 responden atau 50 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa informasi yang diberikan humas samsat BSD secara detail dan terperinci serta mudah dipahami oleh konsumen.

Tabel 4.11

Humas samsat BSD bertanggung jawab dalam memberikan informasi

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	49	49.0	49.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.11 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang humas samsat BSD bertanggung jawab dalam memberikan informasi responden yang memilih jawab sangat setuju sebesar 49 responden atau 49 % sedangkan jawaban dari responden yang memilih setuju sebesar 49 responden atau 49% dan yang memilih tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2 %.

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 49 responden atau 49 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju bahwa humas samsat BSD bertanggung jawab dalam memberikan informasi.

Tabel 4.12

Jawaban responden dimensi cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan

Humas samsat BSD cepat merespon keluhan dari konsumen

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10.0	10.0	10.0
	S	62	62.0	62.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0		

Sumber Output SPSS 22 (Dibuat oleh peneliti)

Dari tabel 4.12 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang humas samsat BSD cepat merespon keluhan dari konsumen, responden yang menjawab sangat setuju sebesar 28 responden atau 28 % sedangkan responden yang memilih jawab setuju sebesar 62 responden atau 62 % dan yang memilih tidak setuju sebesar 10 responden atau 10 %.

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 62 responden atau 62 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa humas samsat BSD cepat merespon keluhan dari konsumen.

Tabel 4.13

Humas samsat BSD dapat dengan cepat menyelesaikan masalah

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	49	49.0	49.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Ouput SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.13 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang humas samsat BSD dapat dengan cepat menyelesaikan masalah, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 49 responden atau 49 % sedangkan responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 49 responden atau 49 % dan responden yang memilih jawaban tidak setuju sebesar 2 responden atau 2 %.

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 49 responden atau 49 % dari 100 responen mayoritas memilih menjawab sangat setuju dan setuju bahwa humas samsat BSD dapat dengan cepat menyelesaikan masalah.

Tabel 4.14

Humas samsat BSD dapat mengatasi keluhan dari konsumen

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	S	61	61.0	61.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.14 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang humas samsat BSD dapat dengan cepat menyelesaikan masalah, responen yang memilih sangat setuju sebanyak 36 responden atau 36 % sedangkan responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 61 responden atau 61 % dan yang memilih jawaban tidak setuju terdapat 3 responden atau 3 %

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 61 responden atau 61 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa humas samsat BSD dapat dengan cepat menyelesaikan masalah

Tabel 4.15

Jawaban responden dimensi humas samsat BSD dapat meminimalisir dalam kesalahan

Humas samsat BSD dapat dipercaya dan bertanggung jawab

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	S	54	54.0	54.0	57.0
	SS	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.15 menunjukkan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang humas samsat BSD dapat dipercaya dan bertanggung jawab, responden yang memilih sangat setuju 43 responden atau 43 % sedangkan jawaban setuju 54 responden atau 54 % dan responden yang menjawab tidak setuju sebesar 3 responden atau 3 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 54 responden dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa humas samsat BSD dapat dipercaya dan bertanggung jawab

Tabel 4.16

Humas samsat BSD sangat peduli dengan kebutuhan konsumen

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	S	57	57.0	57.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Ouput SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.16 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang Humas samsat BSD sangat peduli dengan kebutuhan konsumen, responden yang menjawab sangat setuju sebesar 39 responden atau 39 % sedangkan responden yang menjawab setuju sebesar 57 responden atau 57 % dan yang menjawab tidak setuju hanya 4 responden atau 4 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 57 responden atau 57 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa Humas samsat BSD sangat peduli dengan kebutuhan konsumen

Tabel 4.17

Humas samsat BSD dapat menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	S	62	62.0	62.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Ouput SPSS 22 (Diproses oleh penulis)

Dari tabel 4.17 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang Humas samsat BSD dapat menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen , responden yang menjawab sangat setuju sebesar 32 responden atau 32 % sedangkan responden yang memilih jawab setuju sebesar 62 responden atau 62 % dan yang memilih tidak setuju sebesar 6 responden atau 6 %

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 62 responden atau 62 % dari 100 responden mayoritas setuju bahwa Humas samsat BSD dapat menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen

Tabel 4.18

Jawaban responden dimensi pelayanan berpenampilan dengan baik

Karyawan samsat BSD berpenampilan menarik

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0	8.0
	S	72	72.0	72.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.18 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang Karyawan samsat BSD berpenampilan menarik, responden yang menjawab sangat setuju 20 responden atau 20 % sedangkan responden yang memilih jawab setuju sebesar 72 responden atau 72 % dan yang memilih jawaban tidak setuju hanya 8 responden atau 8 %

Jadi dapat disimpulkan bahwa 72 responden atau 72 % dari 100 responden mayoritas memilih menjawab setuju dengan Karyawan samsat BSD berpenampilan menarik

Tabel 4.19

Humas samsat BSD memberikan kenyamanan untuk konsumen

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	15	15.0	15.0	17.0
	S	51	51.0	51.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.19 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang Humas samsat BSD memberikan kenyamanan untuk konsumen, responden yang memilih menjawab sangat setuju sebanyak 32 responden atau 32 % sedangkan responden yang menjawab setuju sebanyak 51 responden atau 51 % dan yang memilih menjawab tidak setuju hanya 15 responden atau 15 persen serta yang memilih sangat tidak setuju hanya 2 responden atau 2 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa 51 responden atau 51 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa Humas samsat BSD memberikan kenyamanan untuk konsumen.

Tabel 4.20

Humas samsat BSD dapat menjaga kebersihan lingkungan sekitar samsat BSD

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	53	53.0	53.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Dibuat oleh penulis)

Dari tabel 4.20 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang humas samsat BSD dapat menjaga kebersihan lingkungan sekitar samsat BSD, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 45 responden atau 45% sedangkan responden yang memilih menjawab setuju sebanyak 53 responden atau 53 % dan yang memilih jawaban tidak setuju hanya 2 responden atau 2 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 53 responden atau 53 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa humas samsat BSD dapat menjaga kebersihan lingkungan sekitar samsat BSD.

4.2.3.2 kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.21

Jawaban responden dimensi konsumen merekomendasikan samsat BSD kepada orang lain

Saya merasa bahwa perusahaan jasa samsat BSD memberikan pelayanan yang baik

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	S	51	51.0	51.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.21 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya merasa bahwa perusahaan jasa samsat BSD memberikan pelayanan yang baik, responden yang memilih sangat setuju sebanyak 44 responden atau 44 % sedangkan yang memilih setuju 51 responden atau 51 % dan yang memilih tidak setuju 5 responden atau 5 %.

Jadi dapat disimpulkan sebanyak 51 responden atau 51 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya merasa bahwa perusahaan jasa samsat BSD memberikan pelayanannya yang baik.

Tabel 4.22

Saya mengetahui samsat BSD dari orang lain

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	S	54	54.0	54.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.22 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya mengetahui samsat BSD dari orang lain, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 responden atau 41 % sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 54 responden atau 54 % dan yang memilih jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 54 responden atau 54 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya mengetahui samsat BSD dari orang lain.

Tabel 4.23

Saya memperhatikan bagaimana humas samsat BSD memberikan pelayanan terbaik

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	15.0	15.0	15.0
	S	51	51.0	51.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.23 menunjukan bahwa 100 responden telah mengisi kuesioner tentang saya memperhatikan bagaimana humas samsat BSD memberikan pelayanan terbaik, responden yang memilih jawaban sangat setuju 34 responden atau 34 % sdangkan responden yang memilih jawaban setuju sebesar 51 responden atau 51 % dan yang memilih jawaban tidak setuju sebesar 15 responden atau 15 %

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 51 responden atau 51 % dari 100 responden mayoritas memilih setuju bahwa saya memperhatikan bagaimana humas samsat BSD memberikan pelayanan terbaik.

Tabel 4.24

Saya menyarankan samsat BSD kepada orang lain

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	13.0	13.0	13.0
	S	57	57.0	57.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.24 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya menyarankan samsat BSD kepada orang lain, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 30 responden atau 30 % sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 57 responden tau 57 % dan yang memilih tidak setuju sebanyak 13 responden atau 13 %.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 57 responden atau 57 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya menyarankan samsat BSD kepada orang lain.

Tabel 4.25

Jawaban responden dimensi rasa nyaman tumbuh atas apa yang diberikan humas samsat BSD

Saya merasa pelayanan yang diberikan terbaik dan membuat rasa ingin kembali lagi

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	S	62	62.0	62.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.25 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya merasa pelayanan yang diberikan terbaik dan membuat rasa ingin kembali lagi, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 34 responden atau 34 % sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 62 responden atau 62 % dan yang memilih jawaban tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4 %.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 62 responden atau 62 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya merasa pelayanan yang diberikan terbaik dan membuat rasa ingin kembali lagi.

Tabel 4.26

Saya rasa pelayanannya memberikan rasa nyaman dana aman

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	S	58	58.0	58.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.26 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya rasa pelayanannya memberikan rasa nyaman dan aman, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 36 responden atau 36 % sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 58 responden atau 58 % dan yang memilih jawaban tidak setuju sebanyak 6 responden atau 6 %.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 58 responden atau 58 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya merasa pelayannya memberikan rasa nyaman dana man.

Tabel 4.27

Saya merasa humas samsat BSD memberikan pelayanan yang optimal

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	S	61	61.0	61.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.27 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya merasa humas samsat BSD memberikan pelayanan yang optimal, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebesar 32 responden atau 32 % sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 61 responden atau 61 % dan yang memilih jawaban tidak setuju sebanyak 7 responden atau 7 %.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 61 responden atau 61 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya merasa humas samsat BSD memberikan pelayanan yang optimal.

Tabel 4.28

Jawaban konsumen dimensi puas atas jasa dan keramahan serta kenyamanan yang diberikan humas samsat BSD

Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh humas samsat BSD

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	S	71	71.0	71.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.28 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh humas samsat BSD, responden yang memilih jawaban sangat setuju sebesar 24 responden atau 24 % sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 71 responden atau 71 % dan yang memilih jawaban tidak setuju sebesar 5 responden atau 5 %.

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 71 responden atau 71 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh humas samsat BSD.

Tabel 4.29

Saya merasa humas samsat BSD sangat berkompeten dalam bekerja

n= 100

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	S	72	72.0	72.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari tabel 4.29 menunjukan bahwa 100 responden yang telah mengisi kuesioner tentang saya merasa humas samsat BSD sangat berkompeten dalam bekerja, responden yang memilih jawab sangat setuju sebanyak 22 responden atau 22 % sedangkan responden yang memilih menjawab setuju sebanyak 72 responden atau 72 % dan yang memilih menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden atau 6 %

Jadi, dapat disimpulkan sebanyak 72 responden atau 72 % dari 100 responden mayoritas menjawab setuju bahwa saya merasa humas samsat BSD sangat berkompeten dalam bekerja.

4.2.4 Analisis korelasi

Analisis korelasi dengan SPSS uji korelasi variable X dan variable Y, didapat hasil seperti berikut:

Tabel 4.30

Uji korelasi

		kulitas_pelayanan_humas_samat	kepuasan_konsu men
kulitas_pelayanan_humas_samat	Pearson Correlation	1	.668** .000 100
kepuasan_konsumen	Pearson Correlation	.668** .000 100	1 100

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

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

Berdasarkan hasil uji koreasi antara dua variable X dan Y diatas yaitu 0,668. Bila dilihat dari tabel 3.7 yang artinya korelasi antara variable X dan variable Y hubungannya tinggi atau kuat.

4.2.5 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.31

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
				Model Summary	
1	.668 ^a	.446	.441		2.490

a. Predictors: (Constant), kulitas_pelayanan_humas_samat

Sumber Output SPSS 22 (Diolah oleh penulis)

Dari hasil pengujian pada tabel 4.29 dapat diketahui bahwa didapatkan R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,446 atau 44,6 % menunjukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan humas samsat BSD sebesar 44,6 % sedangkan sebesar 65,4 % dipengaruhi oleh faktor lain.

4.2.6 Uji Linier Sederhana

Tabel 4.32

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	1.214	3.171		.383	.703
kulitas_pelayanan_humas _samat	.564	.063	.668	8.889	.000

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Sumber: Output SPSS 22 (Diolah Oleh Penulis)

Berdasarkan hasil perhitungan data SPSS, diperoleh hasil untuk analisis regresi sebagai berikut

$$Y = a + bx$$

$$Y = 1,214 + 0,564$$

Berdasarkan model persamaan regresi yang diperoleh maka analisis regresi dapat dijadikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,214 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai variabel X ($x=0$), maka nilai variabel Y sebesar 1,214. Koefisien regresi X sebesar 0,564 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu nilai variabel X maka nilai variabel Y akan bertambah
2. Pada tabel 4.30 terdapat variabel X memiliki nilai signifikansi $0,00 < 0,005$ maka dari itu variabel X yaitu kualitas pelayanan Humas Samsat BSD mempengaruhi variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen

4.2.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menentukan signifikan atau tidak pengaruh variabel independen (Kualitas Pelayanan Humas Samsat BSD) terhadap variabel dependen (Kualitas Pelayanan). Kemudian diambil keputusan tentang diterima atau ditolak hipotesis nol (H_0) dengan cara membandingkan t hitung dan tabel dengan batasan sebagai berikut:

- a. Jika t hitung $< t$ tabel atau nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima
- b. Jika t hitung $> t$ tabel atau nilai signifikan (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan diterima.

Tabel 4.33
Hasil Uji Persial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.214	3.171			.383	.703
	.564	.063	.668			
kulitas_pelayanan_humas_samsat					8.889	.000

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Sumber: Output SPSS 22 (Diolah Oleh Penulis)

Berdasarkan tabel 4.33 maka dijelaskan mengenai pengaruh secara persial variabel bebas sebagai berikut: (8,889, > 1,984) dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa variabel X kualitas pelayanan humas samsat BSD berpengaruh signifikansi terhadap variabel Y kepuasan konsumen.

4.3 Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial dimana konsumen mengharapkan timbalbalik atas apa yang diberikan oleh Humas Samsat BSD terhadap pelayanan dalam memberikan infomasi mengenai program pengurusan surat kendaraan bermotor. Jika Humas Samsat BSD memberikan pelayanan yang prima maka konsumen akan merasa puas dan tentunya citra

perusahaan menjadi baik sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang prima maka akan berdampak negative bagi perusahaan.

Dalam hal ini peneliti mencari sejauh mana pengaruh kulitas pelayanan humas samsat BSD, maka peneliti mendapatkan hasil dari masing-masing variabel yaitu variabel bebas (X) kualitas pelayanan humas samsat BSD dan (Y) kepuasan konsumen, dari variabel X atau kualita pelayanan humas samsat BSD terdapat lima dimensi yaitu keakuratan layanan, respon pelayanan, jaminan pelayanan, perhatian pelayanan dan fisik pelayanan. Dari kelima dimensi tersebut terdapat dua sampai tiga pelayanan yang dimasukan ke kuesioner.

Sementara untuk variabel Y atau kepuasan konsumen terdapat satu dimensi yaitu hasil dari penelitian atas kesesuaian antara harapan yang diinginkan dengan kualitas pelayanan perusahaan jasa, dan semua dimesi variabel Y dimasukan dalam kuesioner.

Penelitian ini menghasilkan data yang merupakan data kuantitatif dan mengacu pada hasil dari pemerolehan skor dengan jawaban responden yang penulis sebar kuesioner secara langsung.

Kuesioner penelitian ini diberikan kepada responden berlangsung dua hari yaitu tanggal 15-16 November 2019, jumlah responden sebanyak 100 dengan responden laki-laki 65 atau 65 % responden dan perempuan 35 atau 35% responden, hal ini menunjukan responden laki-laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan.

Ditinjau dari usia responden menunjukan bahwa responden yang berada pada reting >17 tahun sebanyak 10 responden atau 10 %, usia responden terbanyak pada rentang usia 18-25 tahun sebanyak 46 responden atau 46 %, rentang usia 26-30 tahun sebanyak 35 responden atau 35 % dan rentang usia >31 tahun sebanyak 9 responden atau 9 %.

Dari hasil pengujian determinasi, diketahui bahwa koefisien determinasi adalah 0,446 artinya bahwa variabel independen tersebut berpengaruh sebesar 44,6 % dan masih ada pengaruh dari faktor lainnya yaitu 56,4 % dikarenakan terdapat variabel lainnya.

Hasil uji korelasi yang penulis teliti terdapat pengaruh kualitas pelayanan humas samsat BSD memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien hubungan dengan menggunakan rumus *person product moment* yaitu 0,668. Dalam interval koefisien angka 0,668 termasuk dalam interval 0,60-0,799 yang memiliki arti korelasi yang tinggi atau kuat.

Berdasarkan uji regresi linier sederhana dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X memiliki nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dari itu variabel X pengaruh kualitas pelayanan humas samsat BSD mempengaruhi variabel Y yaitu kepuasan konsumen.

Berdasarkan uji t maka dapat dijelaskan mengenai pengaruh secara persial variabel bebas sebagai berikut ($8,889, > 1,984$) dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa variabel X kualitas pelayanan humas samsat BSD berpengaruh signifikansi terhadap variabel Y kepuasan konsumen

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penulisan skripsi ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan humas samsat BSD dalam memberikan informasi terhadap tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap pokok permasalahan setelah penulis melakukan penelitian dan serangkaian analisa data, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Hasil uji korelasi yang penulis teliti terhadap pengaruh kepuasan konsumen memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien hubungan dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yaitu 0,668. Dalam interval koefisien angka 0,668 masuk dalam interval 0,60-0,799 yang memiliki arti korelasi tinggi atau kuat.
2. Berdasarkan uji regresi linier sederhana dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dari itu variabel X yaitu kualitas pelayanan humas samsat BSD mempengaruhi variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen.
3. Dari hasil pengujian determinasi, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0,446 artinya bahwa variabel independen tersebut berpengaruh sebesar 44,6 % dan masih ada pengaruh dari faktor lainnya yaitu 65,4 % dikarenakan terdapat variabel lainnya. Hasil uji t menunjukan

bahwa kualitas pelayanan humas samsat BSD berpengaruh positif dan signifikasi terhadap kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, saran yang dapat di kemukakan sebagai berikut:

5.2.1 Teoritis

1. Bagi Peneliti selanjutnya, jika ingin melakukan penelitian yang sejenis diharapkan menggunakan variabel yang lainnya. Seperti kualitas saranandan prasarana, kualitas iklim organisasi.
2. Selain itu juga penulis mengharapkan agar penelitian selanjutnya menambahkan jumlah variabel penelitian.

5.2.2 Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk pihak perusahaan dalam yaitu Samsat BSD. Dengan harapan agar dapat meningkatkan kualitas dalam pelayanan supaya konsumen merasa lebih nyaman dan dapat menaikan citra positif bagi Samsat khusunya Samsat BSD Tangerang Selatan.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan.2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Bungin, Burhan.2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Kenacana Prenada Media Group
- Effendy. Onong Uchjana. 2003. *Public Relations*. Edisi 5. Penerjemah Daniel Yadin. Jakarta: PT Erlangga
- Hamdi, Asep Saepul. E. Bahruddin. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: Deepublisher.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana Media Group
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Morissan. 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*: Kencana Prenada Media Group.
- Nana Syaodiah. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian Sripsi, Tesis Disertai Karya Ilmiah, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sari. Anditha, 2017. *Komunikasi Antarpribadi*, Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sugiyono. 2016. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Pt Alfabeta.

Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kalitatif dan R&D. Bandung: Pt Alfabeta.

Suprapto, Tommy. 2009. Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi, Yogyakarta: Medpress.

Syamsul & Zamzam, Fahkry. 2014. Model Penelitian Berbasis Kuantitatif Berbasis SEM AMOS. Yogyakarta. Deepublish

Vardiansyah, Dani. 2008. Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Jakarta: PT Indeks

West, Ricard & Lynn H. Turner. 2017. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

West, Ricard & Lynn H. Turner. 2010. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber Lain

Jurnal Sosial Exchange Theory Shokhibul Mighfsr vol 9. No 2 di akses pada desember 2015

LUPI Komunika, Majalah Ilmiah Komunikasi dalam Pembangunan. Vol. 10, No. 1,
2007

Ayuni Ara Pratiwi, 2017, Skripsi Universitas Lampung “Pengaruh Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak
Kendaraan Bermotor”

Nunung Musruriyah, 2009, Skripsi Universitas Islam Negeri syarif Hidayatullah
“Perilaku Pencarian Informasi Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi
Mahasiswa UIN Diperpustakaan Utama UIN Syarif Hidayatullah”

Rahma Dani Putri, 2016, Skripsi Universitas satya Negara Indonesia “ Hubungan
Customer Relations Alfa Kebayoran Lama 2 Terhadap Kepuasan pelanggan”.

Rika Rafika Hasibuan, 2017, Skripsi Universitas Satya Negara Indonesia
“Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service PT Bank Syariah Mandiri
Pusat Tahmbrin Jakarta Terhadap Kepuasan Nasabah”.

Zaldi Rosafia Shinta ,2017,skripsi Universitas Satya Negara Indonesia “Pengaruh
Tayangan Sinetron Ranveer dan Ishani di SCTV Terhadap Prilaku Remaja”

