

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Batu

M. Khoiru Rusydi
Fathoni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Abstract: *The purposes of this research is to learn the influence of service quality which is consist of variable reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangibles to satisfaction of society of taxpayer of motor vehicle. This research used survey method to 100 society of taxpayer of motor vehicle. samples were taken by purposive sampling, data source uses questionnaire as primary data, and document data as secondary data. The method of data analysis used is doubled regression. The result of this research shows that reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangibles variable have effect on satisfaction of society of taxpayer of motor vehicle, while the rest less influenced by other variable which is not packed into a model. The analysis shows that together, independent variables have a significant simultaneous effect to Satisfaction of society of taxpayer of motor vehicle at Batu. Variable responsiveness has the most dominant influence to satisfaction of society of owner of motor vehicle, this conclusion is obtained from value of beta standardized coefficients.*

Keywords: *Taxpayer of Motor Vehicle, Service of Quality, Satisfaction*

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan indikator penting untuk menilai tingkat kemandirian pemerintah daerah di bidang keuangan. Semakin tinggi peran PAD dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), mencerminkan keberhasilan usaha atau tingkat kemampuan daerah dalam pembiayaan dan penyelenggaraan pembangunan serta pemerintahan. Dengan meningkatnya PAD, akan mengurangi ketergantungan pemerintah daerah terhadap subsidi atau bantuan dari pemerintah pusat. PAD berasal dari beberapa sumber yaitu pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah.

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Menurut pasal 2 UU Nomor 28 tahun 2009 tentang

pajak dan retribusi daerah, disebutkan bahwa jenis pajak propinsi terdiri dari 5 (lima) jenis pajak, antara lain: pajak kendaraan bermotor, Bea Balik nama kendaraan bermotor, Pajak bahan bakar kendaraan bermotor, Pajak air permukaan, serta Pajak rokok.

Dari berbagai jenis pajak daerah diatas, pajak kendaraan bermotor (PKB) merupakan salah satu primadona dalam membiayai pembangunan daerah propinsi. Maka dari itu, penerimaan dari sektor PKB perlu adanya pengoptimalan melalui berbagai upaya yang mampu meningkatkan jumlah pendapatan dari sektor ini, salah satunya adalah dengan cara meningkatkan kepuasan WP kendaraan bermotor melalui pemberian kualitas pelayanan prima. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan akan berdampak pada peningkatan kepuasan Wajib Kendaraan Bermotor sehingga diharapkan berdampak pada kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar atau melunasi kewajibannya perpajakan kendaraan bermotornya.

Menurut penelitian Sulasih (2007) bahwa variabel kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah

Alamat Korespondensi:

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya,
JL. MT. Haryono No 165 Malang (m_khoiru_r@yahoo.com)

tabungan Bank Muamalat Indonesia (BMI) Kediri. Variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh parsial secara signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan BMI Kediri dengan arah hubungan positif. Variabel daya tanggap mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Kediri. Penelitian tersebut didukung oleh Tyagita. (2008), namun variabel yang dominan adalah variabel jaminan terhadap variabel kepuasan nasabah, dibandingkan dari keempat variabel lainnya yang diteliti.

Penelitian lain dilakukan oleh Kiswanto dan Wahyuddin (2007) yang menyimpulkan bahwa *variable reliability, assurance, responsiveness* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak. Kelima *variable* dimensi kepuasan juga secara simultan berpengaruh secara signifikan, namun *variable reliability* yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hal-hal tersebut, penelitian ini mencoba untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yang ada pada Kantor Bersama Samsat terhadap kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) kendaraan bermotor.

Untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh tentang penelitian ini, maka penelitian ini diorganisir dalam 5 (lima) bagian. Setelah pendahuluan, diperjelas dengan kajian teoritis dan perumusan hipotesis, kemudian metode penelitian, dilanjutkan dengan hasil penelitian dan pembahasannya dan diakhiri kesimpulan dan kemungkinan-kemungkinan penelitian di masa mendatang.

Pajak Daerah

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, pajak daerah terdiri atas pajak propinsi dan pajak kabupaten/ kota.

Jenis pajak propinsi terdiri atas: pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok. Jenis pajak kabupaten/kota terdiri

atas: pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan, bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Daerah dilarang memungut pajak selain jenis pajak daerah yang telah disebutkan. Jenis pajak daerah tersebut dapat tidak dipungut apabila potensinya kurang memadai dan/atau disesuaikan dengan kebijakan daerah yang ditetapkan dengan peraturan daerah (Perda). Khusus untuk daerah yang setingkat dengan daerah propinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah kabupaten/kota otonom, seperti daerah Khusus Ibukota Jakarta, jenis pajak yang dapat dipungut merupakan gabungan dari pajak untuk daerah propinsi dan pajak untuk daerah kabupaten/kota.

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)

Berdasarkan undang-undang nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pengertian Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Kendaraan bermotor adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air.

PKB merupakan salah satu jenis pajak daerah. Sebagai salah satu jenis pajak daerah, pajak ini menganut sistem bagi hasil antara pemerintah kabupaten/kota dengan pemerintah propinsi. Pemerintah kabupaten/kota menerima bagi hasil PKB sebesar 30%, sedangkan pemerintah propinsi menerima 70%. Hasil penerimaan PKB tersebut, paling sedikit 10% (sepuluh persen) termasuk yang dibagi hasilnya kepada kabupaten/kota, dialokasikan untuk pembangunan dan/atau pemeliharaan jalan serta peningkatan modal dan sarana transportasi umum.

Subjek PKB adalah orang pribadi atau badan yang memiliki dan/atau menguasai kendaraan

bermotor. Kepemilikan adalah hubungan hukum antara orang pribadi atau badan dengan kendaraan bermotor yang namanya tercantum di dalam bukti kepemilikan atau dokumen yang sah termasuk Buku Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB). Sedangkan penguasaan adalah penggunaan dan atau penguasaan fisik kendaraan bermotor oleh orang pribadi atau badan dengan bukti penguasaan yang sah menurut ketentuan perundangan yang berlaku. Objek PKB adalah kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor tidak termasuk kepemilikan dan/penguasaan kendaraan alat-alat berat dan alat-alat besar seperti *bulldozer, excavator, loader* dan lain-lain, yang tidak digunakan sebagai alat angkut orang dan/ barang di jalan umum.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut *American Society for Quality Control* dalam Lupiyoadi (2001:144) adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Kualitas pelayanan menurut C.H Lovelock dalam Tjiptono (2005:258) adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya menurut Host dan Andersen (2004) menjelaskan bahwa *analysis of price and service quality effects through customer satisfaction on customer loyalty and recommendations in a business to business setting of mortgage credit*. Host menyatakan bahwa hubungan model customer satisfaction dengan price dan service quality (*reliability, assurance, responsiveness, empathy, and tangibles*). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (2005) ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

Bukti Fisik/Berwujud (*tangibles*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Keandalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Ketanggapan (*responsiveness*)

Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan, sopan santun dan kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.

Empati (*empathy*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kepuasan Wajib Pajak

Tujuan dari peningkatan kualitas adalah mewujudkan kepuasan bagi Wajib Pajak. Menurut Kotler (2005:36) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pasalnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Apabila pelayanan yang diterima Wajib Pajak PKB (Pelanggan) sesuai dengan harapan mereka, maka mereka akan merasa puas, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak sesuai dengan harapan mereka maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Di dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk/jasa diperlukan cara-cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2005), yaitu:

- *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), yaitu membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggan. Cara lainnya adalah dengan memberikan amplop yang telah ditulis alamat perusahaan/ instansi untuk digunakan menyampaikan saran,

keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, *customer hot line*, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan/instansi yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

- *Customer satisfaction surveys* (survei kepuasan pelanggan), dalam hal ini perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.
- *Ghost shopping* (pembeli bayangan), dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turuntangan ke lapangan, belanja ke toko pesaing di mana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.
- *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang melarikan diri), langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi pelanggan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

Persepsi Wajib Pajak

Kepuasan Wajib Pajak akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada Wajib Pajak sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh Wajib Pajak. Oleh karena berbagai faktor, seperti subyektifitas pemberi jasa, keadaan psikologis wajib pajak maupun pemberi jasa, kondisi lingkungan eksternal, dan sebagainya tidak jarang memainkan perannya sendiri-sendiri, maka jasa sering

disampaikan dengan cara berbeda dari yang dipersepsikan oleh Wajib Pajak.

Menurut Tjiptono (2005:16) kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi. Persepsi di sini merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa oleh Wajib Pajak. Sedangkan menurut Kotler (2002:132) merumuskan persepsi sebagai proses seorang individu dalam memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk dapat menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia.

Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa persepsi merupakan penilaian Wajib pajak secara keseluruhan atas aktivitas yang diberikan oleh penyedia jasa. Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi Wajib Pajak.

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT)

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) adalah lembaga layanan masyarakat yang merupakan sistem kerjasama secara terpadu antara Kepolisian Republik Indonesia, Dinas Pendapatan Propinsi, dan PT Jasa Raharja (Persero) dalam satu atap atau kantor pelayanan. Pelayanan meliputi penerbitan STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan) yang berkaitan dengan pemasukan uang ke kas negara, antara lain melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ).

Inovasi Layanan Samsat

Saat ini, samsat telah banyak berinovasi dalam hal pelayanannya untuk menciptakan kepuasan bagi Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Inovasi yang telah dilakukan tersebut antara lain:

Samsat Link

Samsat Link adalah layanan Pengesahan STNK, Pembayaran PKB dan SWDKLLJ pada Kantor Bersama SAMSAT dengan menggunakan sistem jaringan interkoneksi dan memungkinkan Wajib Pajak melakukan transaksi tanpa terikat pada domisilinya.

Samsat Corner

Kini tidak perlu lagi mendatangi kantor Samsat untuk memperpanjang usia STNK. Karena Polisi telah membuat inovasi pelayanan mendakatkan masyarakat. Di antaranya Samsat. Mengurus perpanjangan STNK kini lebih mudah dengan hadirnya Samsat Corner di pusat perbelanjaan. Jika tidak cukup waktu berlama-lama dalam urusan, sambil menunggu STNK baru rampung, kita bisa berbelanja. Namun dengan sistem komputerisasi, pelayanan perpanjangan STNK, tidak lebih dari 15 menit.

Samsat Keliling

Samsat keliling adalah layanan pengesahan STNK, pembayaran PKB, dan SWDKLLJ, tidak di kantor Samsat. Namun justru 'kantor Samsat' mendatangi keramaian dengan bentuk kendaraan bermotor. Samsat Keliling ini beroperasi sesuai jadwal di suatu tempat keramaian. Samsat keliling ini memungkinkan pemilik kendaraan memperpanjang masa berlaku izin STNKnya dengan tidak perlu mendatangi kantor Samsat.

Samsat Delivery

Samsat *Delivery* adalah layanan Pengesahan STNK, Pembayaran PKB dan SWDKLLJ menggunakan kendaraan bermotor yang akan mendatangi Subyek dan obyek Pajak berdasarkan permintaan yang disampaikan melalui media komunikasi telepon, *hand-phone* dan *e-mail*.

Samsat Drive Thru

Samsat *Drive Thru* adalah pelayanan pengesahan STNK, pembayaran PKB dan SWDKLLJ yang tempat pelaksanaannya di luar Gedung Kantor Bersama SAMSAT dan memungkinkan Wajib Pajak melakukan transaksi tanpa harus turun dari kendaraan bermotor yang dikendarainya seperti pelayanan restoran cepat saji.

Samsat Quick Response

Samsat *Quick Response* adalah layanan pengesahan STNK, pembayaran PKB dan SWDKLLJ berdasarkan permintaan atau panggilan masyarakat (Wajib Pajak) melalui media komunikasi Telepon/

Handphone yang dilayani dengan sistem hantaran menggunakan sarana kendaraan bermotor roda dua (sepeda motor).

Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Sulasih (2007) bahwa variabel kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Kediri. Variabel daya tanggap mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia. Penelitian Tyagita (2008) juga mendukung Sulasih (2007) namun variabel yang dominan adalah variabel jaminan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Penelitian lain dilakukan oleh Kiswanto dan Wahyuddin (2007) yang menyimpulkan bahwa *variable reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak. Kelima variabel dimensi kepuasan juga secara simultan berpengaruh secara signifikan, namun *variable reliability* yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan Wajib Pajak.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

- II1 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dalam kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan Wajib Pajak
- II2 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel-variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dalam kualitas pelayanan, terhadap variabel kepuasan Wajib Pajak.
- II3 : Diduga variabel *Responsiveness* berpengaruh dominan terhadap kepuasan Wajib Pajak dibanding variabel lainnya.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*eksplanatory research*) karena dalam penelitian ini menjelaskan hubungan kausal atau hubungan sebab akibat yang terjadi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan melakukan

pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi; 1995:5). Lokasi penelitian dilakukan dalam lingkungan Kantor Bersama Samsat Kota Batu di jalan Abdul Rahman Kelurahan Ngaglik Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur.

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak PKB di Kota Batu dan sekitarnya yang menjadi pelanggan di Kantor Samsat Batu. Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak PKB yang membayar atau melunasi kewajiban perpajakan kendaraan bermotor-nya di Kantor Samsat Batu. Besar sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2003: 78), sehingga dihasilkan dari 75.137 Wajib Pajak PKB adalah 100 WP.

Penelitian ini menggunakan metode *judgment sampling*, yang mempergunakan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu dalam pemilihan sampelnya. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam memilih sampel adalah: responden adalah Wajib Pajak PKB, dan responden membayar atau melunasi kewajiban perpajakan kendaraan bermotornya di Kantor Samsat Batu.

Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan Petugas SAMSAT. Dari konsep kualitas pelayanan dioperasionisasikan menjadi variabel independen (bebas) yang meliputi: *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *emphaty* (X4) dan *tangibles* (X5), sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Wajib Pajak PKB (Y). Pengukuran variabel menggunakan skala ordinal likert lima poin yaitu: 5 sangat setuju (SS), 4 setuju (S), 3 netral (N), 2 tidak setuju (TS) dan 1 sangat tidak setuju (STS).

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Pada pengujian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini, alat yang digunakan adalah metode Regresi Linier Berganda, dengan

bantuan SPSS 15. Dengan bentuk persamaan, yang diuraikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Di mana

Y = Kepuasan wajib pajak

X₁ = *Reliability*

X₂ = *Responsiveness*

X₃ = *Assurance*

X₄ = *Emphaty*

X₅ = *Tangibles*

e = *Error item*

HASIL

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang terdiri dari: Laki-laki 85 responden (85%) dan Wanita 15 responden (15%). Terhadap uji validitas semua data menunjukkan hasil korelasi lebih kecil dari 0,05, dengan demikian semua item atau butir pertanyaan dalam kuisioner adalah valid, sedangkan untuk uji reliabilitas juga menunjukkan nilai alpha lebih besar dari 0,6 sehingga semua item atau butir pertanyaan dalam kuisioner adalah reliabel. Untuk uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,980 > 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Hasil analisis regresi dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Windows Version 15.0 adalah sebagaimana Tabel 1.

Dari hasil pengolahan data di atas diperoleh gambaran bahwa variabel *responsiveness* memiliki standar beta paling tinggi sebesar 0,362, sehingga merupakan variabel paling dominan, adapun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,359 X_1 + 0,362 X_2 + 0,144 X_3 + 0,167 X_4 + 0,090 X_5 + e$$

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (X₁, X₂, X₃, X₄, dan X₅) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel bebas (X) yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Dari nilai R Square menunjukkan nilai sebesar 0,869 atau 86,9%. Artinya bahwa kepuasan WP kendaraan bermotor dipengaruhi sebesar 86,9% oleh kelima variabel bebas yang meliputi *reliability*,

responsiveness, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles*, sedangkan sisanya 13,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kelima variabel bebas tersebut.

Dari nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 132,707 (signifikansi $F = 0,000$). Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,707 > 2,331$) atau $Sig F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya bahwa secara bersama-sama kelima variabel bebas yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor.

Untuk pengujian menggunakan nilai t_{hitung} menunjukkan bahwa:

Variabel *reliability*

Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dalam variabel ini diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator ketepatan waktu, kemudahan

prosedur, ketepatan pelayanan. Variabel *reliability* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,688 dengan probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,688 > 1,985$) atau $sig t < 5\%$ ($0,008 < 0,05$) maka secara parsial *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor. Karena koefisien regresi bertanda positif (0,352) mengindikasikan hubungan keduanya positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *reliability* akan mengakibatkan semakin tinggi kepuasan WP kendaraan bermotor.

Variabel *responsiveness*

Responsiveness (X₂), yaitu respon atau kesiapan pegawai dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator kesiapan, kecepatan proses pelayanan dan penanganan keluhan. Variabel *Responsiveness* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,501 dengan

Tabel 1. Anova

Model	Derajat Bebas (df)	Jumlah Kuadrat	Kuadrat Tengah	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig F
Regresi	5	195,951	39,190	132,707	2,331	0,000
Residual	94	27,759	0,295			
Total	99	223,710				

(Sumber: data primer diolah (2010))

Tabel 2. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Standarized Beta	t_{hitung}	Sig t	Keterangan
Konstanta		-1,527	0,130	
<i>Reliability</i> (X ₁)	0,359	5,688	0,000	Signifikan
<i>Responsiveness</i> (X ₂)	0,362	5,501	0,000	Signifikan
<i>Assurance</i> (X ₃)	0,144	2,799	0,006	Signifikan
<i>Emphaty</i> (X ₄)	0,167	3,602	0,001	Signifikan
<i>Tangibles</i> (X ₅)	0,090	2,160	0,033	Signifikan
$t_{tabel} =$	1,985			
R Square =	0,876			

(Sumber: data primer diolah (2010))

Tabel 3.

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,936(a)	,869	,54343	1,817

(Sumber: data primer diolah (2010))

probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,501 > 1,985$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) maka secara parsial *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor. Karena koefisien regresi bertanda positif (0,339) mengindikasikan hubungan keduanya positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *responsiveness* akan mengakibatkan semakin tinggi kepuasan WP kendaraan bermotor.

Variabel *assurance*

Assurance (X3), meliputi: penguasaan materi oleh setiap pegawai atas peraturan dan tugasnya, sikap ramah dan sopan pegawai dalam melayani pelanggan, kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada Samsat. Variabel *assurance* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,799 dengan probabilitas sebesar 0,006. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,799 > 1,985$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,006 < 0,05$) maka secara parsial *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor. Karena koefisien regresi bertanda positif (0,171) mengindikasikan hubungan keduanya positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *assurance* akan mengakibatkan semakin tinggi kepuasan WP kendaraan bermotor.

Variabel *Empathy*

Empathy (X4), yaitu perhatian secara individual yang diberikan Samsat kepada pelanggan. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator akses, komunikasi, dan pemahaman pada pelanggan. Variabel *emphaty* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,602 dengan probabilitas sebesar 0,001. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,602 > 1,985$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,001 < 0,05$) maka secara parsial *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor. Karena koefisien regresi bertanda positif (0,139) mengindikasikan hubungan keduanya positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *emphaty* akan mengakibatkan semakin tinggi kepuasan WP kendaraan bermotor.

Variabel *Tangibles*

Tangibles (X5), meliputi penampakan fasilitas fisik. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator fasilitas, perlengkapan dan peralatan, dan penampilan pegawai.

Variabel *tangibles* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,160 dengan probabilitas sebesar 0,033. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,160 > 1,985$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,033 < 0,05$) maka secara parsial *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor. Karena koefisien regresi bertanda positif (0,091) mengindikasikan hubungan keduanya positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *Tangibles* akan mengakibatkan semakin tinggi kepuasan WP kendaraan bermotor.

Untuk mengetahui faktor yang paling kuat berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor dapat dilihat pada analisis regresi linier berganda. Dari kelima variabel dalam dimensi kualitas pelayanan, variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor adalah variabel *responsiveness* dengan nilai beta 0,362. Untuk nilai beta tertinggi kedua adalah variabel *reliability* dengan nilai beta 0,359. Nilai beta tertinggi ketiga adalah variabel *emphaty* dengan nilai beta 0,167. Nilai beta tertinggi keempat adalah variabel *assurance* yaitu 0,144. Dan yang terakhir adalah variabel *tangibles* dengan nilai beta 0,090.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan strategi bagi Kantor Samsat Batu untuk meningkatkan kepuasan WP kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran atau melunasi kewajiban perpajakan kendaraan bermotor sebagai upaya untuk membentuk suatu pelayanan prima guna meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Cara untuk meningkatkan kepuasan WP kendaraan bermotor yang paling utama adalah dengan kesiapan, kecepatan proses pelayanan dan penanganan keluhan. Variabel *Responsiveness* telah terbukti paling berpengaruh terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari dimensi *Reliability* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Assurance* (X_3), *Emphaty* (X_4) dan *Tangibles* (X_5) berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor (Y). Dari semua dimensi kualitas pelayanan yang diteliti, dimensi *Responsiveness* (X_2) memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor (Y) dengan nilai beta 0,362. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ani Sulasiah (2007). Ani Sulasiah (2007) dalam skripsinya menyimpulkan: Variabel kualitas pelayanan

jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Kediri. Variabel kualitas pelayanan jasa yang meliputi variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh parsial secara signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Kediri dengan arah hubungan positif atau sifat hubungan searah. Variabel daya tanggap mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Kediri. Dari koefisien regresi *standardized* (Beta), untuk nilai Beta yang tertinggi yaitu variabel daya tanggap sebesar 0,336.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan hasil antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Bank Muamalat Indonesia cabang Kediri dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Wajib Pajak PKB di kantor bersama samsat Kota Batu. Hasil dari kedua penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan dan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan.

Variabel daya tanggap (*responsiveness*) sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan Wajib Pajak PKB di Kantor Samsat Batu memiliki hubungan yang positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *responsiveness* akan mengakibatkan semakin tinggi kepuasan Wajib Pajak PKB di Kantor Samsat Batu. Dalam penelitian ini, indikator yang diturunkan untuk menilai *responsiveness* yaitu kesiapan pegawai dalam melayani pelanggan, kecepatan proses pelayanan, penanganan atas keluhan yang dihadapi pelanggan.

Penelitian ini semakin memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan. Pengaruh yang dominan dimiliki oleh variabel daya tanggap (*responsiveness*). Beberapa hal yang menjadi alasan mengapa

responsiveness menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan Wajib Pajak PKB di Kantor Samsat Batu adalah faktor karakteristik Wajib Pajak PKB yang terdaftar di Kantor Samsat Batu.

Kota Batu terletak 19 km dari Kota Malang dan berada pada ketinggian antara 680- 1700 m di atas permukaan air laut. Letak Kota Batu dikelilingi oleh rangkaian pegunungan, seperti: Gunung Panderman (2040m), Gunung Arjuno (3339m), Gunung Anjasmoro (2277m), dan Gunung Kawi (2651m). Oleh karena terletak di daerah pegunungan tersebut, maka udara di Kota Batu sangat sejuk dan memiliki pemandangan alam yang indah. Hal ini mempengaruhi kondisi sosial budaya masyarakat Kota Batu sendiri. Kondisi sosial budaya masyarakat Kota Batu yang terkenal adalah ramah, sopan, dan jiwa sosial yang tinggi. Jiwa sosial yang tinggi menjadikan masyarakat Kota Batu lebih suka memanfaatkan waktu luangnya untuk bersosialisasi dengan keluarga, teman, tetangga jika dibandingkan dengan aktivitas lainnya tidak terkecuali untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Oleh karena itu, kesiapan pegawai dalam melayani pelanggan, kecepatan proses pelayanan, penanganan atas keluhan yang dihadapi pelanggan sangat dibutuhkan masyarakat Kota Batu untuk membentuk suatu kepuasan masyarakat Kota Batu yang menjadi Wajib pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat Batu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan WP kendaraan bermotor di Kantor Bersama Samsat Kota Batu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang meliputi variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak PKB di Kantor Samsat Batu.

Secara parsial variabel kualitas pelayanan yang meliputi variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak PKB di

Kantor Samsat Batu dengan arah hubungan positif atau sifat hubungan searah.

Variabel daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan Wajib Pajak PKB di Kantor Samsat Batu. Hal ini didasarkan pada besar koefisien regresi, dimana *responsiveness* memiliki koefisien regresi terbesar dibandingkan dengan keempat variabel yang lain.

Saran

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada Samsat Batu sehubungan dengan penelitian ini adalah:

- Untuk lebih meningkatkan *responsiveness* yang terbentuk dari indikator kesiapan, kecepatan proses pelayanan dan penanganan keluhan. Variabel ini merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan untuk menciptakan kepuasan Wajib Pajak PKB. Dengan ditingkatkannya kepuasan diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak PKB dalam melunasi kewajiban perpajakannya.
- Untuk lebih memudahkan dalam hal akses, yaitu kemudahan bagi Wajib Pajak PKB untuk dapat menghubungi pegawai Kantor Samsat Batu. Karena masih ada beberapa masyarakat/pembayar pajak yang merasa kesulitan untuk menghubungi pegawai Kantor Samsat Batu.
- Untuk lebih memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan Wajib Pajak PKB. Karena masih ada beberapa responden yang merasa kurang terhadap perhatian atas kebutuhan dan keinginan yang diberikan oleh pegawai Kantor Samsat Batu.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

- Dalam menentukan jumlah sampel dapat menggunakan metode lain yang lebih tepat.
- Menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih baik, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang kuat.

- Penyusunan kuesioner yang lebih baik, agar lebih baik agar responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan harapan.

DAFTAR RUJUKAN

- _____. Undang-undang Republik Indonesia No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Host, V., and Andersen, Michael, K. 2004. *Modeling Customer Satisfaction in Mortgage Credit Companies*, Emerald, The International Journal of Bank Marketing, Denmark.
- Kiswanto, dan Wahyuddin. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Bersama SAMSAT UPPD Dipenda Propinsi Jawa Tengah Kabupaten Sragen, *Daya Saing Vol 8 No 2 April 2007*.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pabelan Surakarta.
- Lupiyoaji, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M., dan Sofian, E. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES.
- Sulastiah, A. 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada Bank Muamalat Indonesia Kediri*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tyagita, N.H. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah: Study pada Nasabah Perorangan Produk Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Cokelat Kota Malang*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.