



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR
PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Islam*

Oleh:

KIKI VINNI WULANDARI
NIM. 12 230 0063

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

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

2016





**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR
PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Islam

Oleh:

KIKI VINNI WULANDARI

NIM. 12 230 0063

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Rukiah, SE., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

PEMBIMBING II

Utari Evy Cahyani, SP., MM
NIP. 19870521 201503 2 004

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

2016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Kiki Vinni Wulandari**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 29 Oktober 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Kiki Vinni Wulandari** yang berjudul "**Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

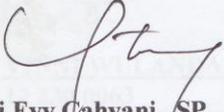
Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Rukiah, SE., M.Si
NIP. 19740324 200604 2 002

PEMBIMBING II


Utari Evy Cahyani, SP., MM
NIP. 19870521 201503 2 004

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **KIKI VINNI WULANDARI**
NIM : **12 230 0063**
Fakultas/Jur : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah**
Judul Skripsi : **Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 10 September 2016

Saya yang Menyatakan



KIKI VINNI WULANDARI
NIM. 12 230 0063

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KIKI VINNI WULANDARI
NIM : 12 230 0063
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 31 Oktober 2016

Yang menyatakan,



KIKI VINNI WULANDARI
NIM. 12 230 0063

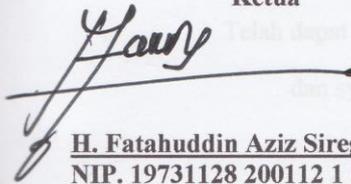


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

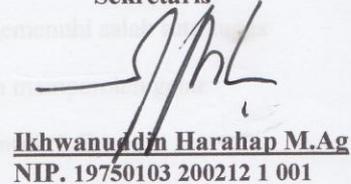
**BERITA ACARA
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : KIKI VINNI WULANDARI
NIM : 12 230 0063
Judul Skripsi : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR
PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA KOTA
PADANGSIDIMPUAN

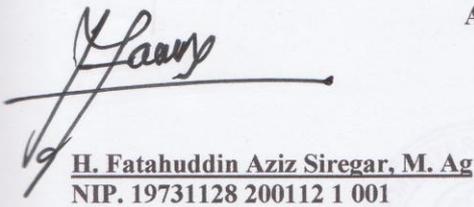
Ketua

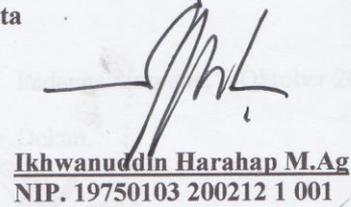

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

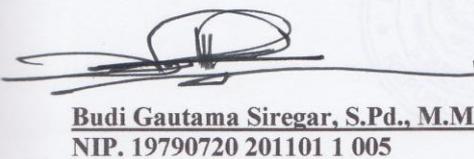
Sekretaris

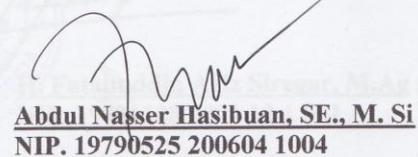

Ikhwanuddin Harahap M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Anggota


H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001


Ikhwanuddin Harahap M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001


Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005


Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1004

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/25 Oktober 2016
Pukul : 08.00 s/d 12.00WIB
Hasil/Nilai : 75,13 (B)
IPK : 3,36
Predikat : Amat Baik



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA
KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA
KOTA PADANGSIDIMPUAN

Nama : KIKI VINNI WULANDARI

NIM : 12 230 0063

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas

dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

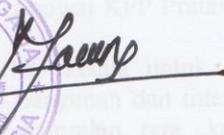
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah

Padangsidimpuan, 31 Oktober 2016

Dekan,




H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 2001 12 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan”**. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, tabi’in, dan para ulama, semoga dengan memperbanyak shalawat kepadanya, kita tergolong umat yang mendapat syafaat di hari akhir nanti, Amin.

Banyak kendala yang dialami penulis dalam penyusunan skripsi ini, mulai dari kekurangan literatur bacaan, waktu yang lama dalam pengumpulan data, dan masih kurangnya kemampuan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun berkat kesabaran, keyakinan, dan keteguhan hati serta bantuan dan dorongan dari orang tua, saudara, dosen pembimbing, dan rekan mahasiswa akhirnya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan walaupun mungkin masih ada kekurangan didalamnya.

Akhirnya pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidempuan beserta Wakil Rektor I,II, dan III.

2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan beserta wakil Dekan I, II, dan III.
3. Ibunda Rukiah, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan beserta seluruh staf jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan.
4. Kepada Ibunda Rukiah Lubis, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibunda Utari Evy Cahyani, SP., MM selaku pembimbing II penulis yang telah memberikan waktu dan ilmunya dalam membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dan dosen di luar FEBI yang selama ini telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak kepala perpustakaan IAIN Padangsidimpuan beserta seluruh staf karyawannya.
7. Bapak Iman Pinem selaku Kepala Kantor, dan seluruh pegawai di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan yang telah memberikan kerja sama dan bantuan kepada penulis dalam pengumpulan data dalam penelitian ini.
8. Salam hormat kepada yang tercinta dan tersayang Ibunda Asrina dan Ayahanda Ngatijan, serta kakak dan adik yang selalu mendoakan, menyemangati, dan memberikan dukungan moril dan materil.

9. Kepada teman-teman terbaik Noviyana Berrti Maulidha, Raudatunnur Lubis, Endah Ayu Pratiwi, Nur Shofiah Damanik, Yusni Hasibuan, Ratna Sari, Siti Khadijah Matondang, Khusnul Khotimah. Kepada kakak dan abang tersayang Elia Ningsih Safitri dan Suriadi, serta kepada adik tersayang Husin Rahmadan Juanda dan seluruh rekan-rekan penulis baik itu mahasiswa FEBI maupun diluar FEBI angkatan 2012 yang telah banyak membantu dan memberi semangat juang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas doa, bantuan dan dukungannya.

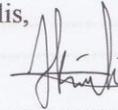
Atas segala bantuan dan bimbingan yang telah penulis terima, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis ucapkan dan semoga Allah selalu membalas kebaikan yang kita perbuat dengan kebaikan pula, *Jazakallahu Khairan*, Amin.

Selanjutnya penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi penyempurnaan skripsi ini untuk hasil yang lebih baik lagi, meskipun tiada yang bisa sempurna selain Allah SWT.

ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	
B. Identifikasi Masalah.....	
C. Batasan Masalah.....	
D. Definisi Operasional Variabel.....	
E. Rumusan Masalah.....	
F. Tujuan Penelitian.....	

Padangsidempuan, 31 Oktober 2016

Penulis,



KIKI VINNI WULANDARI

NIM 12 230 0063

ABSTRAK

Nama : Kiki Vinni Wulandari
NIM : 12 230 0063
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama merupakan suatu wadah penghimpun dan pemungutan pajak, yang di dalamnya memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin dalam urusan pajak. Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen masih belum sesuai dengan harapan konsumen, terlihat dari kurangnya ketanggapan dari petugas menanyakan kebutuhan dari konsumen, serta kurangnya sifat senyum, salam dan sapa dari *customer service* dalam memberikan pelayanan. Dalam penelitian ini, tujuannya untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*.

Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh instansi kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Agar pelayanan yang diberikan instansi dapat memuaskan konsumen, maka instansi harus memiliki dasar-dasar pelayanan, bagaimana sikap yang baik untuk melayani konsumen, dan bagaimana ciri-ciri pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak instansi. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam menguji kualitas pelayanan atau tingkat kepentingan yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)* sedangkan kepuasan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berdasarkan hasil perhitungan *Importance Performance Analysis* menunjukkan atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah atribut-atribut yang berada pada kuadran A, yaitu prosedur pendaftaran yang tidak sulit, dan pegawai KPP Pratama tanggap dalam menangani keluhan konsumen.

Atribut-atribut yang menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki adalah atribut yang berada pada kuadran C, yaitu bangunan dan interior kantor, ruang tunggu kantor, para pegawai yang berpenampilan rapi, keluhan konsumen ditanggapi dengan baik, kesediaan pegawai dalam membantu konsumen sangat baik, menerapkan sikap ramah dalam melayani dan percaya dengan kemampuan pegawai KPP Pratama dalam memberikan pelayanan. Atribut yang dianggap penting dan sudah sesuai dengan yang diharapkan sehingga dapat menjadi aset untuk dikembangkan adalah atribut yang berada pada kuadran B. Selanjutnya, melalui perhitungan *Customer Satisfaction Index* menghasilkan nilai CSI sebesar 74.96%, nilai ini terletak pada rentang 0.66 – 0.80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen pada kriteria puas.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan Pembimbing	ii
Surat Pernyataan Pembimbing	iii
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	iv
Berita Acara Ujian Sidang Munaqosyah	v
Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. ... Latar Belakang Masala1	
B. ... Identifikasi Masalah	7
C. ... Batasan Masalah	7
D. ... Definisi Operasional Variabel	7
E. ... Rumusan Masalah	9
F. ... Tujuan Penelitian	9
G. ... Kegunaan Penelitian	9
H. ... Sistematika Pembahasan	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	11
1. Definisi Kualitas	11
2. Definisi Pelayanan	11
3. Dasar-dasar Pelayanan	16
4. Sikap-sikap untuk Melayani	18
5. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	19
6. Sifat-sifat Konsumen	20
7. Rantai Kualitas Pelayanan	20
8. Definisi Kepuasan Konsumen	21
9. Teori Kepuasan	22
10. .. Pengukuran kepuasan Konsumen	23
11. .. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Islam	25
B. Penelitian Terdahulu	27
C. ... Kerangka Berpikir	29
BAB III : METODELOGI PENELITIAN	
A. ... Waktu dan Lokasi Penelitian	31
B. ... Jenis Penelitian	31
C. ... Populasi dan Sampel	32

D. ... Instrumen Pengumpulan Data	33
E. ... Kisi-Kisi Angket atau Kuesioner.....	35
F. ... Teknik Analisis Data	36

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. ... Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
B. ... Karakteristik Responden.....	46
C. ... Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	51
D. ... Analisis Deskriptif	53
E. ... Hasil <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	54
F. ... Hasil <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	61
G. ... Pembahasan Hasil Penelitian.....	66

BAB V : PENUTUP

A. ... Kesimpulan.....	67
B. ... Saran-saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Kotak Kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tahun 2015	5
Tabel 1.2 Definisi Operasional variabel	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Skala Likert Kepentingan	35
Tabel 3.2 Skala Likert Kepuasan Konsumen	36
Tabel 3.3 Kisi-kisi Angket	37
Tabel 3.4 Kriteria Tingkat Kepuasan	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kepentingan	52
Tabel 4.2 Hasil uji Validitas Kepuasan	53
Tabel 4.3 Output Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan	54
Tabel 4.4 Output Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan	54
Tabel 4.5 <i>Descriptive Statistics</i>	56
Tabel 4.6 Nilai Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan Atribut	57
Tabel 4.7 Perhitungan <i>Customer Staisfaction Index</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Kualitas Pelayanan	31
Gambar 3.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kepuasan	40
Gambar 4.1 <i>Pie Chart</i> Persentase Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Persentase Usia Responden	50
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Persentase Individu/perusahaan	51
Gambar 4.4 Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Output Hasil Uji Validitas Kepentingan
- Lampiran 4 : Output Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen
- Lampiran 5 : Tabel Nilai-nilai r *Product Moment*
- Lampiran 6 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Kepentingan di Kantor
Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan
- Lampiran 7 : Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Konsumen di Kantor
Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan.
- Lampiran 8 : Output Hasil Uji Deskriptif
- Lampiran 9 : Output Hasil Uji Diagram IPA
- Lampiran 10 : Hasil Kotak Kepuasan Wajib Pajak Tahun 2015
- Lampiran 11 : Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota
Padangsidempuan
- Lampiran 12 : Surat Permohonan Izin Riset
- Lampiran 13 : Surat Izin Riset
- Lampiran 14 : Surat Keterangan Pelaksanaan Riset
- Lampiran 15 : Surat Permohonan Kesiediaan Menjadi Pembimbing

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa kedalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa ‘Arab kebahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab Latin disini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no.0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta’	t	te
ث	sa’	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	kh	kadan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	Es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
--- ◌ ---	Fathah	a	a
---- ◌ --	Kasrah	i	i
-- ◌ ---	Dammah	u	u

Contoh:

كتب → *kataba* يذهب → *yadzhabu*
سئل → *su'ila* كرد → *kuridza*

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ى-- َ---	Fathah dan ya	ai	a dan i
و-- َ---	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh:

كيف → *kaifa* هول → *haua*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

a. *Fathah* + huruf *alif*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

رجال → *rijālun*

b. *Fathah* + huruf *alif layyinah*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

موسي → *mūsā*

c. *Kasrah* + huruf *ya' mati*, ditulis = i dengan garis di atas, seperti:

مجيب → *mujībun*

d. *Dammah* + huruf *wawu mati*, ditulis = u dengan garis di atas, seperti:

ق لوم → *qulūbuhum*

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

a. Ta' Marbutah hidup atau yang mendapat harakah *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah “t”.

b. Ta' Marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”

Contoh: *طلحة* → *Talḥah*

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh: *روضة الجنة* → *Raudah al-jannah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: *رَبَّنَا* → *rabbana* *نَعِيم* → *na'ima*

6. Penulisan Huruf *Alif Lam*

a. Jika bertemu dengan huruf *qamariyah*, maupun *qomariyah* ditulis dengan metode yang sama yaitu tetapi ditulis *al-*, seperti:

الكريم الكبير → *al-karīm al-kabīr*

b. Berada di awal kalimat, ditulis dengan huruf capital, seperti :

العزیز الحكيم → *al-Azīz al-hakīm*

c. Berada di tengah kalimat, ditulis dengan huruf kecil, seperti :

يحب المحسنين → *Yuhib al-Muhsinīn*

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

شيء → *syai'un* أمرت → *umirtu*

8. Penulisan Kata atau Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut ditulis dengan kata sekata.

Contoh:

وإن الله لهُوَ خَيْرُ اِرلِ اَقْرِي → *Wainnallāhalahuwakhairu al-Rāziqīn*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, seperti huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat.

Contoh:

وما محمد إلا رسول → *wamāMuhammadunillāRasūl*

10. Kata yang sudah bahasa Arab yang sudah masuk bahasa Indonesia maka kata tersebut ditulis sebagaimana yang biasa ditulis dalam bahasa Indonesia. Seperti kata: al-Qur'an, hadis, ruh, dan kata-kata yang lain. Selama kata-kata tersebut tidak untuk menulis kata bahasa Arab dalam huruf Latin.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu instansi sangat dipengaruhi oleh kinerja pegawai yang memberikan hasil kerja yang terbaik, yang pada dasarnya semua kegiatan dilakukan oleh pegawai. Instansi juga ditentukan oleh kegiatan pegawai yang ada pada instansi yaitu orang-orang yang menyediakan tenaga, bakat dan semangat. Instansi tidak mungkin terlepas dari tenaga kerja manusia, walau instansi telah memiliki teknologi yang maju.

Salah satu aspek penting bagi keberhasilan instansi adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan sebaik mungkin, karena harapan dari seorang konsumen adalah mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan. Sebuah pelayanan dapat diukur dari sejauh mana kualitas yang diberikan oleh pegawai instansi tersebut, karena pelayanan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Jadi, seorang pegawai harus menciptakan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada konsumen agar merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pegawai instansi tersebut.

Banyak instansi yang fokus pada konsumen untuk berupaya menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi. Namun apakah konsumen akan merasa puas setelah mendapatkan pelayanan atau sesuatu yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut, bagi konsumen pelayanan yang bermutu sangat penting, hal tersebut salah satunya tergantung pada tingkat kepuasan dalam pemenuhan harapan konsumen. Menurut Kotler bahwa

kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas.¹

Kualitas dan kepuasan konsumen berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan instansi. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan instansi untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka, dengan demikian instansi tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana instansi memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.²

Namun demikian, setiap instansi dapat membuat suatu tanda atau gambaran bahwa pelayanan yang seharusnya diberikan kepada konsumen sangat baik, seperti halnya dengan prinsip 3S, senyum, salam dan sapa. Hal tersebut terlihat tidak semua instansi dapat melakukannya.

Hal diatas berlaku pula pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan yang berada di Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Kota Padangsidimpuan. Dimana Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama adalah

¹Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi ke dua belas jilid 1* (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm.177.

²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 115.

suatu wadah penghimpun dan pemungutan pajak yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan tugas dan wewenang kantor pajak berdasarkan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

Iuran Pembangunan Daerah (IPEDA) dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 12 tahun 1967 tanggal 27 Maret 1976, Direktorat IPEDA diserahkan dari Direktorat Moneter kepada Direktorat Jenderal. Pada tanggal 27 Desember 1985 melalui Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 tahun 1985 Direktorat IPEDA berganti nama menjadi Direktorat Jenderal Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Demikian juga unit kantor di daerah yang semula bernama Inspeksi IPEDA diganti menjadi Inspeksi Pajak Bumi dan Bangunan. Sedangkan kantor dinas luar IPEDA diganti menjadi kantor dinas luar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

Untuk mengkoordinasikan pelaksanaan tugas di daerah, dibentuk beberapa kantor Inspektorat Daerah Pajak (ITDA) yaitu di Jakarta dan beberapa daerah seperti di Sumatera, Jawa, Kalimantan dan Indonesia Timur. Inspektorat daerah ini kemudian menjadi kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak seperti yang ada sekarang ini.³ Kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak Sumatera Utara II berkedudukan di Jalan Sudirman No. 6 Kota Padangsidimpuan.

Menurut Kotler pelayanan merupakan tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang bersifat *intangible* yang menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁴ Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama

³www.pajak.co.id.

⁴Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality Satisfaction* (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 11.

Kota Padangsidempuan, pelayanan yang diberikan kepada konsumen masih belum maksimal, dilihat dari tata cara pelayanan yang diberikan pegawai KPP Pratama maupun keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen. Dari pengamatan yang dilakukan penulis, ada beberapa konsumen yang mengeluh sebab SPT (surat pemberitahuan tahunan) yang dimilikinya tidak dapat dipergunakan lagi karena terhapus dari pusat.

Selain dari itu, ada beberapa konsumen mengeluh karena pelayanan yang diberikan masih kurang, seperti kurangnya keramahan *customer service* untuk menanyakan keperluan/kebutuhan dari konsumen tersebut. Apalagi konsumen yang belum pernah datang ke Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan.⁵

Seperti yang telah dijelaskan pada dasar-dasar pelayanan, seharusnya dalam melayani konsumen itu harus percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum, menyapa dengan lembut serta bergairah dalam melayani konsumen. Adapun kriteria yang seharusnya ada di instansi dalam melayani konsumen yang pada dasarnya sesuai dengan prinsip 3S, senyum, salam dan sapa. Berikut ini adalah Tabel 1.1 hasil kotak kepuasan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan dari bulan Januari hingga Desember tahun 2015.

⁵Observasi pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan, Februari 2016.

Tabel 1.1
Data Hasil Kotak Kepuasan Wajib Pajak
Kantor Pelayanan Pajak Pratama
Tahun 2015

No	Bulan	Bagus	Cukup	Kurang
1	JANUARI	89	2	-
2	FEBRUARI	123	4	-
3	MARET	220	2	-
4	APRIL	159	3	-
5	MEI	78	3	-
6	JUNI	112	8	-
7	JULI	104	5	-
8	AGUSTUS	98	4	-
9	SEPTEMBER	111	4	-
10	OKTOBER	108	3	-
11	NOVEMBER	95	2	-
12	DESEMBER	97	2	-

Sumber: Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan, 2015.

Berdasarkan tabel hasil kepuasan wajib pajak di atas dapat dilihat bahwa kepuasan yang dirasakan konsumen pada bulan Januari berjumlah 89 orang, bulan Februari meningkat dengan jumlah 123 orang, bulan Maret juga mengalami peningkatan dengan jumlah 220 orang, namun pada bulan April tingkat kepuasan konsumen mengalami penurunan dari bulan-bulan sebelumnya menjadi 159 orang. Pada bulan Mei lebih jauh menurun dari 159 orang menjadi 78 orang, sedangkan bulan Juni tingkat kepuasan konsumen meningkat lagi hingga mencapai 112 orang dan akhirnya pada bulan Juli hingga Agustus penurunan kembali terjadi dengan jumlah 104 sampai 98 orang. Pada bulan September tingkat kepuasan meningkat kembali hingga 111 orang, tetapi pada bulan Oktober, November dan Desember mengalami penurunan kembali dengan jumlah 95 dan 97 orang.

Selanjutnya wajib pajak yang merasa cukup atas pelayanan yang diberikan dilihat dari bulan Januari berjumlah 2 orang, bulan Februari meningkat sedikit menjadi 4 orang, bulan Maret mengalami penurunan dengan jumlah 2 orang, pada bulan April dan Mei kembali meningkat 1 angka dengan jumlah yang sama yakni 3 orang. Sedangkan pada bulan Juni peningkatan kembali dengan jumlah 8 orang dan akhirnya pada bulan Juli hingga Desember mengalami penurunan kembali dengan jumlah 5, 4, 4, 3, 2, dan 2 orang. Sedangkan wajib pajak yang merasa kurang dengan pelayanan terlihat tidak ada seperti yang ada pada tabel tersebut.

Adapun keluhan-keluhan wajib pajak pada saat dilayani tidak berupa tulisan ataupun daftar hasil kotak keluhan wajib pajak seperti pada kotak kepuasan, melainkan secara langsung ataupun lisan.⁶ Seperti yang penulis lihat, masih banyak konsumen yang mengeluh saat mengurus SPT (surat pemberitahuan tahunan). Keluhan-keluhan yang penulis dengar dari beberapa konsumen seperti terhapusnya SPT dari pusat, ataupun SPT yang tidak terdaftar lagi, sehingga harus didaftar ulang yang membuat para konsumen meluangkan banyak waktu.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dari bulan Februari 2016 bahwa kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan masih belum maksimal, karena dapat dilihat dari kurangnya ketanggapan dari petugas untuk menanyakan kebutuhan dari konsumen yang datang, serta kurangnya keramahan dari *customer service* untuk melayani konsumen. Jika ini dibiarkan terus-menerus maka akan

⁶Bapak Budi, Hasil wawancara dengan pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Padangsidimpuan (Padangsidimpuan: Rabu 30 Maret 2016, Pukul 14.45).

menimbulkan ketidakpuasan yang dirasakan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak instansi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA KOTA PADANGSIDIMPUAN”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berdampak pada kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Rendahnya rasa kepedulian menanyakan keperluan konsumen,
2. Kurangnya sifat keramah-tamahan, dan
3. Pelayanan yang kurang baik.

C. Batasan Masalah

Penulis tidak akan mengungkapkan semua faktor-faktor yang disebutkan penulis di atas, sehingga penulis hanya membatasi satu faktor yang akan diteliti penulis, karena keterbatasan waktu dan kemampuan penulis, maka dari itu masalah yang akan dibatasi sebagai berikut. Apakah dengan pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan ketidakpuasan yang dirasakan konsumen.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah karakteristik yang akan diobservasi dari satuan pengamatan. Karakteristik yang dimiliki satuan pengamatan itu berbeda-beda, sekurang-kurangnya dua buah klasifikasi yang berbeda. Dalam

definisi operasional variabel ada beberapa indikator yang dibuat untuk mendukung variabel peneliti. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1. Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	<i>Tangible</i> adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar.	<ul style="list-style-type: none"> a. Bangunan dan interior yang bagus dan menarik. b. Kebersihan dan kenyamanan kantor. c. Kebersihan dan kerapian pegawai 	Skala Interval
	<i>Reliability</i> (kehandalan)	<i>Reliability</i> merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kecepatan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen b. Prosedur pelayanan atau pendaftaran yang tidak berbelit-belit. c. Pelayanan yang memuaskan. 	
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<i>Responsiveness</i> adalah kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> a. Tanggap dalam keluhan konsumen. b. Kesiediaan pegawai dalam membantu konsumen. c. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah. 	

	<i>Assurance</i> (jaminan)	<i>Assurance</i> adalah kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada perusahaan.	a. Keramahan dalam melayani konsumen. b. Pengetahuan yang luas.	
	<i>Emphaty</i> (empati)	<i>Emphaty</i> merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.	a. Mengetahui keinginan konsumen. b. Mampu berkomunikasi dengan baik.	

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah “Bagaimana kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah.
2. Bagi kantor/instansi, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh instansi untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

3. Bagi sarana perpustakaan, penelitian ini akan berguna untuk menambah sumber referensi pembaca dalam melakukan penelitian yang sama atau yang berhubungan dengan judul penelitian ini.
4. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau literatur untuk penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

- I. BAB I PENDAHULUAN:** Pada bagian pendahuluan yang di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.
- II. BAB II PEMBAHASAN:** Pada bagian ini definisi kualitas pelayanan, dasar-dasar pelayanan, sikap-sikap untuk melayani, ciri-ciri pelayanan yang baik, sifat-sifat konsumen, rantai kualitas pelayanan, definisi kepuasan konsumen, teori kepuasan, pengukuran kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dalam perspektif Islam, penelitian terdahulu, kerangka berpikir.
- III. BAB III METODELOGI PENELITIAN:** Terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data dan teknik pengumpulan data.
- IV. BAB IV HASIL PENELITIAN:** Yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian dan penyajian hasil penelitian data.
- V. BAB V PENUTUP:** Terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Definisi Kualitas

Garvin dan David menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.¹ Sedangkan kualitas menurut Kotler adalah “kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.² Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah ciri-ciri suatu produk maupun jasa yang secara langsung mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Definisi Pelayanan

Philip Kotler mendefinisikan pelayanan atau *service* adalah sikap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan satu pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.³

Kualitas pelayanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi masyarakat. Kualitas pelayanan pegawai sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang hemat, ketepatan waktu

¹M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 41.

²Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Op, Cit.*, hlm. 121.

³Malayu S.P, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen.⁴

Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan pegawai untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh konsumen atau yang tersirat dalam diri konsumen.⁵ Karena pegawai merupakan kunci untuk menentukan kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas operasional maupun kualitas kinerja instansi.⁶

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau instansi kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:⁷

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 103.

⁵*Ibid.*, hlm. 91.

⁶*Ibid.*, hlm. 93.

⁷M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2012), hlm. 211.

Dalam proses layanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:⁸

a) Penyedia Layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.

b) Penerima Layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan.

c) Jenis dan Bentuk Layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan pemberian jasa, layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang dan layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari kalangan masyarakat. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya instansi harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang berkualitas, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi masyarakat, adapun kriteria kualitas pelayanan sebagai berikut:⁹

⁸*Ibid.*, hlm 213-214.

⁹*Ibid.*, hlm. 221.

a) *Reliability* (keandalan)

Reliability (keandalan), yaitu kemampuan instansi untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

b) *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap), adalah kemampuan instansi untuk menolong konsumen dan ketersediaan untuk melayani konsumen dengan baik.

c) *Assurance* (jaminan)

Assurance (jaminan), yaitu kemampuan pegawai instansi untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen pada instansi.

d) *Emphaty* (empati)

Emphaty (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para konsumen dengan berupa memahami keinginan konsumen.

e) *Tangible* (bukti fisik)

Tangible (bukti fisik), yaitu kemampuan instansi dalam menunjukkan eksistensinya pada konsumen. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik instansi dan lingkungan sekitarnya.

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry.¹⁰ *Service*

¹⁰Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, hlm. 107.

quality adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.

Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan konsumen merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, baik sebelum transaksi, saat transaksi dan sesudah transaksi. Adapun pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:¹¹

- (1) *Core service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya.
- (2) *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. *Facilitating service* ini merupakan pelayanan tambahan tetapi sifatnya wajib.
- (3) *Supporting service* merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak “pesaingnya”.

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (instansi) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas

¹¹M. Nur Rianto Al Arif, *Op, Cit.*, hlm. 213.

pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Adapun kualitas pelayanan terbagi atas:¹²

a) Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jaringan pegawai instansi dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah pola manajemen umum instansi, penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan sumber daya manusia, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja dan pola insentif.

b) Kualitas layanan eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada konsumen eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu yang berkaitan dengan penyedia jasa dan penyediaan barang.

3. Dasar-dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung pada latar belakang pegawai tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap pegawai perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu sesuai yang diinginkan instansi.

¹²*Ibid.*, hlm 220-221.

Tanpa standar tertentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.¹³ Agar pelayanan yang diberikan instansi dapat memuaskan masyarakat, maka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami yaitu:¹⁴

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika mengenal konsumen.
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- 6) Bergairah dalam melayani konsumen serta menunjukkan kemampuannya.
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
- 8) Mampu meyakinkan konsumen serta memberikan kepuasan.
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan melayani.

¹³Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 18.

¹⁴Kasmir, *Pemasaran Bank, Op, Cit.*, hlm. 182-183.

4. Sikap-sikap untuk Melayani

Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Demikian pula sikap yang semestinya yang diberikan kepada konsumen akan membuat konsumen senang. Sikap dalam melayani konsumen terkadang timbul dalam naluri diri sendiri. Kebiasaan berhubungan dengan konsumen akan memudahkan untuk berinteraksi langsung.¹⁵ Menurut Kasmir sikap-sikap yang terdapat untuk melayani konsumen ada beberapa macam yaitu:¹⁶

- 1) Beri kesempatan kepada konsumen berbicara untuk mengemukakan keinginannya,
- 2) Dengarkan baik-baik,
- 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum konsumen selesai berbicara,
- 4) Ajukan pertanyaan setelah konsumen selesai berbicara,
- 5) Jangan marah dan mudah tersinggung,
- 6) Jangan mendebat konsumen,
- 7) Jaga sikap, sopan, ramah dan selalu berlaku tenang,
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, dan tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

¹⁵Kasmir, *Etika Customer Service, Op. Cit.*, hlm. 67.

¹⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 231-232.

5. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Pelayanan yang baik adalah kemampuan instansi dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.¹⁷ Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik sebagai berikut:¹⁸

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik,
- 2) Tersedia personil yang baik,
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai,
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat,
- 5) Mampu berkomunikasi,
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi,
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik,
- 8) Berusaha memahami kebutuhan konsumen, dan
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen.

¹⁷Kasmir, *Etika Customer Service, Op, Cit.*, hlm. 31.

¹⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op, Cit.*, hlm. 232-234.

6. Sifat-sifat Konsumen

Dalam melayani konsumen, sebaiknya seorang pegawai mampu memahami dan mengerti akan sifat masing-masing konsumen. Hal ini disebabkan masing-masing sifat konsumen yang berbeda. Perbedaan sifat-sifat konsumen disebabkan misalnya karena perbedaan pada daerah asal (suku), agama, pendidikan, pengalaman, adat istiadat, perilaku dan budaya.

Untuk lebih jelas, berikut sifat-sifat konsumen yang harus dikenal agar mampu memberikan pelayanan yang baik yaitu:¹⁹

- 1) Konsumen mau dianggap sebagai raja.
- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- 4) Konsumen mau diperhatikan.
- 5) Konsumen ingin selalu dipuji.
- 6) Konsumen merupakan sumber pendapatan instansi.

7. Rantai kualitas pelayanan

Untuk mewujudkan kualitas pelayanan konsumen tentu adanya kualitas pelayanan karyawan. Pelayanan kepada konsumen merupakan kualitas pelayanan eksternal, sedangkan pelayanan kepada karyawan merupakan kualitas pelayanan internal. Untuk menciptakan kualitas pelayanan internal pimpinan instansi hendaknya memberikan kompensasi yang lebih efektif kepada para karyawan. Kompensasi

¹⁹Kasmir, *Etika Customer Service, Op, Cit.*, hlm. 47-51.

yang efektif memotivasi karyawan dalam meningkatkan produktivitas karyawan dan akan menciptakan karyawan yang memberikan kualitas pelayanan yang efektif pada konsumen.²⁰

8. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.²¹ Konsumen merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan instansi.²²

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.²³

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen diperoleh jika kinerja suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapan

²⁰M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 223.

²¹Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 177.

²²Philip Kotler A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 52.

²³Ali Hasan, *Op. Cit.*, hlm. 85.

konsumen dan konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja suatu produk kurang dari yang diharapkan.

9. Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*)

Teori ini menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.²⁴

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila konsumen yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat.

Kondisi ini dapat menyebabkan konsumen berprasangka buruk dan sakit hati, yang terpenting bagi konsumen adalah pihak instansi harus menunjukkan prihatin dan penyesalannya terhadap kecewanya konsumen. Oleh karena itu, para pegawai harus dilatih dan diberi wewenang untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu.

²⁴Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 322.

Di samping keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan konsumen, juga dapat memberikan dampak positif. Karena konsumen lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka.²⁵

Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka konsumen akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh di bawah *expectations* maka konsumen akan merasa tidak puas. Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai dari produsen, nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nilai bagi konsumen adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen terasa nyaman.²⁶

10. Pengukuran Kepuasan Konsumen²⁷

Sebuah instansi dikatakan bijaksana jika mengukur kepuasan konsumennya secara teratur.²⁸ Agar tahu bahwa konsumen puas atau tidak puas berhubungan dengan instansi, perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan konsumen. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan konsumen terhadap suatu instansi dapat dilakukan dengan berbagai cara.

²⁵M. Nur. Nasution, *Op. Cit.*, hlm. 117-118.

²⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 193-194.

²⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op, Cit.*, hlm. 240.

²⁸Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Op, Cit.*, hlm. 179.

Menurut Kotler, pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui 4 (empat) sarana, yaitu:²⁹

- a. Sistem keluhan dan usulan, yang artinya seberapa banyak keluhan yang dilakukan konsumen dalam suatu periode. Makin banyak, berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem keluhan dan usulan.
- b. Survei kepuasan konsumen, dalam hal ini instansi perlu secara berkala melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan instansi tempat konsumen melakukan transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepuasan konsumen.
- c. Konsumen samaran, instansi dapat mengirim pegawainya untuk berpura-pura menjadi konsumen guna melihat pelayanan yang diberikan oleh pegawai instansi secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana pegawai melayani konsumen sesungguhnya.
- d. Analisis mantan konsumen, dengan melihat catatan konsumen yang pernah menjadi pelanggan guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi konsumen instansi tersebut.

Tetapi halnya, pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan dalam mengukur kepuasan konsumen hanya memakai 2 (dua) sarana dalam mengukur kepuasan konsumen. Karena

²⁹Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management* (Yogyakarta: ANDI, 2003), hlm. 104.

pada dasarnya kantor pajak merupakan instansi yang tidak memiliki pesaing untuk mengejar laba sebesar-besarnya, seperti halnya perusahaan yang terus mengejar laba dan terus berusaha mempertahankan konsumen.

11. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun instansi wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan konsumen.³⁰

Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tenteram dan bahagia yang memberikan implikasi bagi terbangunnya hubungan untuk mempererat tali silaturahmi di antara kedua belah pihak.³¹ Seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an surah *Al-Anfaal* ayat 27:³²

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَتَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa setiap orang dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sebaiknya dilakukan dengan sepenuh hati untuk membantu konsumen dalam memenuhi

³⁰Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (UIN-Maliki Press: Malang, 2011), hlm. 93.

³¹*Ibid.*, hlm. 95.

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Karya Agung, 2002), hlm. 163.

kebutuhannya, tanpa adanya paksaan. Pelayanan yang baik, ramah, sopan dan membuat mereka merasa nyaman akan membuat konsumen senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Dengan adanya keinginan untuk membantu konsumen melayani kebutuhannya, diharapkan pegawai dapat melayani konsumen dengan mengutamakan kepentingan konsumennya. Sedangkan dalam Al-Qur'an surah Ali-Imran ayat 159:³³

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ

فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

Berdasarkan ayat di atas, bahwasanya setiap manusia harus bersikap lemah lembut agar orang lain bisa merasakan kenyamanan. Jika kita bersikap keras kepada orang lain, maka orang-orang akan menjauh dari kita, apalagi dalam melayani masyarakat yang berbagai macam karakteristik, kebutuhan, dan pilihannya, bila instansi tidak mampu memberikan rasa aman dengan sikap lemah lembutnya maka masyarakat enggan untuk datang ke instansi tersebut. Maka dari

³³*Ibid.*, hlm. 118.

itu, seorang pegawai instansi dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan sikap keras hati dan memiliki sifat pemaaf kepada semua orang yang datang ke instansi tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu dalam memperkuat penelitian ini, maka penulis mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis kualitas pelayanan yang terdapat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lydia Magdalena, Ambar Harsono, Sugih Ariyanto (Jurnal Tahun 2014 Institut Teknologi Nasional, Bandung)	Analisis kualitas pelayanan Jasa Pembuatan Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Dengan Menggunakan Metode <i>Service Quality</i>	Rata-rata <i>servqual score</i> terbobot pada Gap 5 didapatkan hasil sebesar -0,082. Terdapat 14 atribut pelayanan yang memiliki nilai negatif yang terjadi pada Gap 5. Untuk usulan peningkatan kualitas pelayanan diberikan untuk pihak manajemen, spesifikasi kualitas jasa, penyampaian jasa dan janji pelayanan.
2	Pranedo Adhi Kusumo (Skripsi, 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro).	Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) Pada AHASS 01108 Anugrah Jaya Semarang.	Perhitungan tingkat kesesuaian dari keseluruhan dimensi Kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik (<i>tangible</i>), keandalan (<i>reliability</i>), ketanggapan (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>), empati (<i>empathy</i>) diperoleh rata-rata sebesar 93,33%. Pada diagram kartesius, berdasarkan jarak terjauh dari garis prioritas menunjukkan bahwa Tangible 3 (fasilitas ruang tunggu dan lainlain) menjadi prioritas yang besar dan utama untuk ditingkatkan menghasilkan kinerja bengkel yang lebih baik.

3	Rizal Nugraha, Ambar Harsono, Hari Adianto (Jurnal 2014, Institut Teknologi Nasional, Bandung).	Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel "X" Berdasarkan Hasil Matrix <i>Importance Performance Analysis</i> (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang).	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> adalah 70,979%, dan atribut yang menjadi usulan perbaikan adalah atribut yang berada pada kuadran pertama matrix <i>Importance Performance Analysis</i> , yaitu ketersediaan ruang tunggu, ruang resepsionis yang nyaman, ketersediaan kipas angin, tersedia sarana hiburan, tersedia.
4	Sandika Saputra (Jurnal, 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu)	Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Metro Bengkulu.	Hasil penelitian rata-rata dan distribusi frekuensi pada dimensi <i>Reliability</i> 73,0%, <i>Responsiveness</i> 70,2%, <i>Emphaty</i> 61,4%, <i>Tangible</i> 75,4% dan <i>Assurance</i> 73,8%. Secara keseluruhan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Metro dari dimensi kualitas jasa mendapatkan skor rata-rata total 70,8% termasuk dalam kategori baik.

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini adalah:

- a. Lydia Magdalena, Ambar Harsono dan Sugih Arijanto membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pembuatan Paspor dengan menggunakan metode penelitian Service Quality. Sedangkan peneliti membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index, sebagai teknik analisa data dan angket sebagai teknik pengumpulan data. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini membahas tentang analisis kualitas pelayanan.
- b. Pranedo Adhi Kusumo membahas tentang Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa sedangkan penelitian ini membahas tentang analisis kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota

Padangsidempuan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah memiliki 5 dimensi kualitas yang sama. Analisa IPA sebagai teknik analisa data dan angket sebagai teknik pengumpulan data.

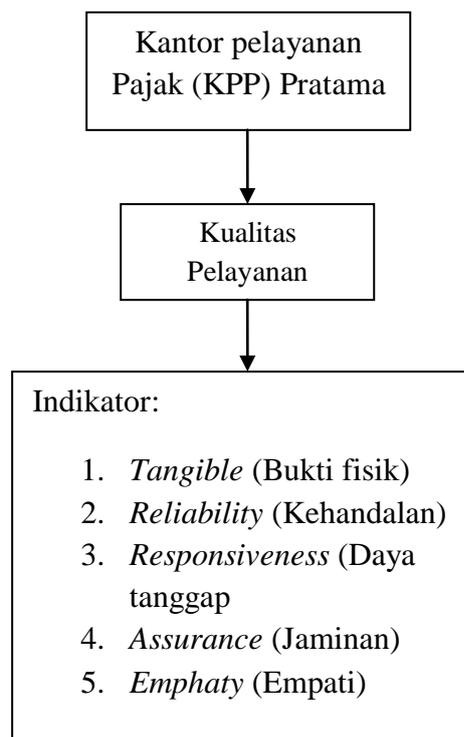
- c. Rizal Nugraha, Ambar Harsono, Hari Adianto membahas tentang Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” sedangkan penelitian ini membahas tentang analisis kualitas pelayanan pada kantor pelayanan pajak pratama kota padangsidempuan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas tentang kualitas pelayanan, dan teknik analisa data yakni IPA dan CSI, dan angket sebagai teknik pengumpulan data.
- d. Sandika Saputra membahas tentang analisis kualitas pelayanan pada rumah makan metro sedangkan penelitian ini membahas tentang analisis kualitas pelayanan pada kantor pelayanan pajak pratama kota padangsidempuan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sam-sama meneliti tentang kualitas pelayanan. Teknik analisa memakai IPA dan angket sebagai teknik pengumpulan data.

C. Kerangka Berpikir

Pelayanan merupakan cara seseorang yang bekerja pada instansi dalam memberikan bantuan kepada konsumen yang memiliki keperluan/kebutuhan pada instansi tersebut. Pelayanan yang diberikan harus benar-benar baik agar konsumen tidak merasakan kecewa, pelayanan yang berkualitas memberikan dampak kesenangan bagi konsumen.

Pelayanan yang diberikan disini tidak berbentuk benda, melainkan tidak memiliki wujud apapun. Pelayanan yang memiliki mutu yang baik seharusnya menyambut konsumen dengan ramah dan sopan, mendengarkan kebutuhannya dan menyelesaikan keinginan/kebutuhan konsumen dengan baik. Berikut ini penulis akan menggambarkan bagaimana kerangka berpikir kualitas pelayanan pada gambar 2.1 sebagai berikut.

Gambar 2.1
Model Konseptual Kualitas Pelayanan



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi/tempat penelitian ini adalah Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan. Beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Kota Padangsidempuan. Lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa adanya masalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2016 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.¹ Proses penelitiannya bersifat linier, dengan langkah-langkah yang jelas mulai dari perumusan masalah, tujuan penelitian, konsep atau landasan teoritis, hipotesis, metode penelitian yang dipergunakan, teknik mengumpulkan data, analisis data, serta menarik kesimpulan dan saran yang diajukan peneliti.²

Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan pada bentuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis

¹Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 5.

²Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), hlm. 253.

fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.³ Data yang deskriptif biasanya langsung digunakan sebagai dasar untuk membuat keputusan-keputusan.⁴

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan yang berjumlah 112.000 orang.

b. Sampel

Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan, adapun teknik dalam pengambilan sampel adalah *accidental sampling*.

Accidental sampling merupakan metode dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan (spontanitas). Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti pada saat penelitian, maka itulah yang

³Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 157.

⁴Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 34

⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 102.

menjadi sampelnya.⁶ Berdasarkan rumus Slovin, jumlah sampel yang mewakili populasi penelitian sebagai berikut:⁷

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

Dimana: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel adalah 10% = 0,1).

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel adalah } n &= \frac{112.000}{1 + 112.000 (0,1)^2} \\ n &= \frac{112.000}{1121} \\ n &= 99,91 \\ n &= 100 \end{aligned}$$

D. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam kegiatan mengumpulkan data, peneliti mengumpulkan data dari data primer. Sumber data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.⁸ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), yang merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung.⁹

⁶Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (UIN-Maliki Press: Malang, 2011), hlm. 130.

⁷Husein Umar, *Op, Cit.*, hlm. 49.

⁸*Ibid.*, hlm. 42.

⁹Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 219.

Instrumen datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden penelitian yang berkenaan dengan pelayanan yang ada di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan. Instrumen pengumpulan data berupa angket atau skala likert didesain untuk menilai sejauh mana subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan yang diajukan.

Skala likert digunakan untuk respon subjek yang berupa sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian yang ada.¹⁰ Adapun skala likert tingkat kepentingan terdapat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert Kepentingan

No	Indikator	Skor
A	Sangat Penting	5
B	Penting	4
C	Kurang Penting	3
D	Tidak Penting	2
E	Sangat Tidak Penting	1

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.¹¹ Apabila pelayanan yang diterima melebihi harapan maka konsumen merasa puas, tetapi jika pelayanan yang diterima jauh dari yang diharapkan maka konsumen tidak akan merasa puas. Adapun skala likert kepuasan konsumen terdapat pada Tabel 3.2 sebagai berikut.

¹⁰Erlina, *Metodologi Penelitian* (Medan: Usu Perss, 2011), hlm. 51.

¹¹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 103.

Tabel 3.2 Skala Likert Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Skor
A	Sangat puas	5
B	Puas	4
C	Kurang puas	3
D	Tidak puas	2
E	Sangat tidak puas	1

E. Kisi-kisi Angket

Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.¹² Angket tingkat kepentingan disusun menurut skala likert yang dinyatakan dengan tingkat tidak sangat penting (STP), tidak penting (TP), kurang penting (KP), penting (P), dan sangat penting (SP). Sedangkan angket tingkat kepuasan konsumen disusun menurut skala likert yang juga dinyatakan dengan tingkat sangat tidak puas (STP), tidak puas (TP), kurang puas (KP), puas (P), dan sangat puas (SP). Berikut penulis akan memaparkan kisi-kisi angket atau kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

¹²Suharsimi Arikunto, *Op, Cit.*, hlm. 151.

Tabel 3.3
Kisi-kisi Angket atau Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	No Kuesioner
1	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Bangunan dan interior.	1	1
		Kebersihan dan kenyamanan.	4	2 s/d 5
		Kebersihan dan kerapian pegawai.	1	6
2	<i>Reliability</i> (kehandalan)	Kecepatan CS dalam pelayanan.	1	7
		Tata cara pelayanan atau pendaftaran yang tidak berbeli-belit.	1	8
		Pelayanan yang memuaskan.	1	9 s/d 10
3	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Tanggap dalam keluhan.	2	11 s/d 12
		Kesediaan dalam membantu.	2	13 s/d 14
		Kecepatan menyelesaikan masalah.	1	15
4	<i>Assurance</i> (jaminan)	Keramahan dalam melayani konsumen.	1	16
		Pengetahuan yang luas.	2	17 s/d 19
5	<i>Emphaty</i> (empati)	Mengetahui keinginan konsumen.	1	20
		Berkomunikasi dengan baik.	1	21 s/d 22

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

F. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas & Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang sebenarnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak

bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.¹³

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil perhitungan reliabilitas dikonsultasikan dengan r_{tabel} *product momen* dengan taraf signifikan 5%.¹⁴

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel.¹⁵ Sedangkan menurut Sugiyono, analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹⁶

c. Importance Performance Analysis (IPA)

Konsep ini mengukur tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) yang diukur dalam kaitannya dengan apa yang

¹³Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

¹⁴Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 132.

¹⁵Ikbil Hasan, *Analisis Data Penelitian Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 185.

¹⁶Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 30.

seharusnya dikerjakan oleh suatu instansi agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi.¹⁷

Langkah pertama untuk menganalisis IPA adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:¹⁸

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana:

Tk_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor rata-rata penilaian kinerja

Y_i = Skor rata-rata penilaian harapan.

$$X_l = \frac{Xi}{n} \qquad X_i = \frac{\sum_{i=1}^N Xi}{k}$$

$$Y_l = \frac{Yi}{n} \qquad Y_i = \frac{\sum_{i=1}^N Yi}{k}$$

Dimana:

X₁ = Skor rata-rata persepsi/kinerja

Y₁ = Skor rata-rata harapan/kepentingan

n = Jumlah responden

X_i = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

Y_i = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut

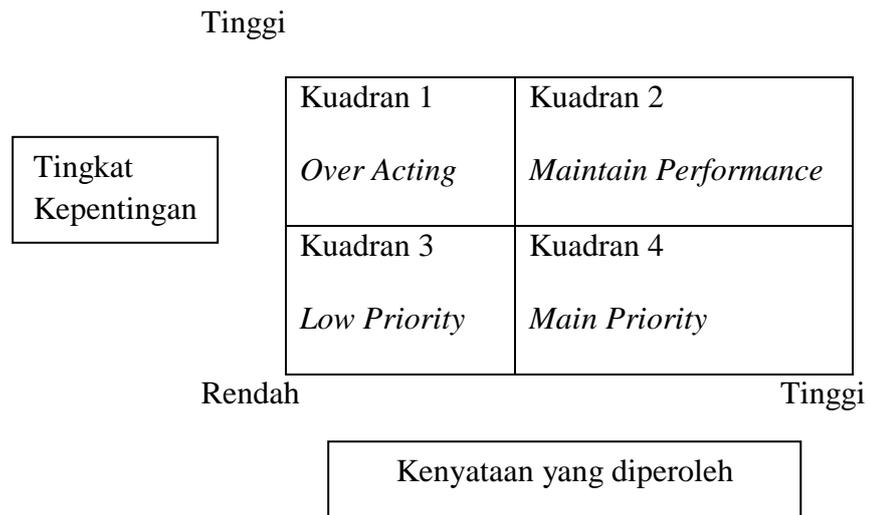
k = Jumlah atribut

¹⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op, Cit.*, hlm. 238.

¹⁸M. Nur Nasution, *Op, Cit.*, hlm. 125-126.

Setelah melakukan perhitungan dengan kedua rumus di atas, maka plotkan ke dalam diagram kartesius, sebagai berikut:¹⁹

Gambar 3.1
Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja



1. Kuadran A

Kuadran A merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perusahaan tetap berkonsentrasi pada kuadran ini.

2. Kuadran B

Kuadran B merupakan wilayah faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang diharapkannya. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap

¹⁹Freddy Rangkuti, *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), hlm. 49.

dipertahankan, karena variabel ini yang menjadikan produk/jasa tersebut memiliki keunggulan di mata pelanggan.

3. Kuadran C

Kuadran C merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya biasa saja atau tidak terlalu istimewa. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dipertimbangkan untuk dihilangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan amat kecil.

4. Kuadran D

Kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya diterima atau dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya.²⁰

d. Indeks Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*)

Indeks kepuasan konsumen merupakan suatu ukuran keterkaitan konsumen kepada suatu merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang kemungkinan seorang pelanggan beralih ke merek produk lain, terutama jika pada merek tersebut didapati adanya perubahan, baik mengenai harga maupun atribut lainnya. Metode ini digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen (*Indeks*

²⁰*Ibid.*, hlm. 50-52.

Satisfaction) dari tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Langkah-langkah menggunakan alat analisis CSI (*customer satisfaction index*) sebagai berikut:²¹

- 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS), nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \qquad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah konsumen

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

X_i = Nilai kepuasan atribut X ke-i

- 2) Membuat *Weight Factor* (WF), bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^P MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

P = atribut kepentingan ke-p

- 3) Membuat skor *Weight Score* (WS), bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

²¹Hedithya Novel, Humala L. Napitupulu, Dea, *Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor dengan Metode Servperf (Service Performance) dan Customer Satisfaction Index*, Jurnal Teknik Industri FT USU Vol.33, No.2, hlm. 21.

- 4) Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu total dari nilai WS keseluruhan.
- 5) Menghitung *Satisfaction Index* yaitu WS dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WSi}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

P = atribut kepentingan ke-p

HS = (*High Scale*) skala maksimum yang digunakan.

Adapun tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari tabel kriteria tingkat kepuasan konsumen, dengan Tabel 3.4 kriteria konsumen sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Tingkat Kepuasan

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	Sangat puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup puas
0,35 – 0,50	Kurang puas
0,00 – 0,34	Tidak puas

Sumber: Anggi Baginda Siregar, Analisis Kepuasan Konsumen di Popeyes Chicken and Seafood Mal Puri Indah Jakarta Barat, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian: Bogor, 2008.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan

Pada awal kemerdekaan, pemungutan pajak dikelola oleh satu lembaga bernama jawatan pajak yang bertanda di bawah koordinasi Direktur iuran Negara departemen keuangan. Tiga belas tahun kemudian tahun 1958, jawatan pajak berubah menjadi organisasi vertikal yang langsung di bawah Departemen keuangan. Jawatan pajak kemudian diubah menjadi Direktorat Jenderal Pajak pada tahun 1964 dan lembaga ini berada di bawah pimpinan pembantu menteri urusan pendapatan Negara.

Tanggal 27 Desember 1985 melalui undang-undang Republik Indonesia No. 12 tahun 1985 Direktorat IPEDA berganti nama menjadi Direktorat Jenderal Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Demikian juga unit Kantor di daerah yang semula bernama inspeksi IPEDA diganti menjadi inspeksi Pajak Bumi dan Bangunan dan Kantor Dinas luar IPEDA diganti menjadi Kantor Dinas luar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Untuk mengkoordinasikan pelaksanaan tugas di daerah, dibentuk beberapa kantor inspeksi daerah Pajak (ITDA) yaitu di Jakarta dan beberapa daerah lainnya seperti di Sumatera, Jawa, Kalimantan, dan Indonesia Timur.

Inspektorat daerah ini kemudian menjadi kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak (kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak) seperti yang ada sekarang ini. Kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak Sumatera Utara II berkedudukan di Jl. Jenderal Sudirman No. 6 kota Padangsidimpuan. Tiga belas tahun kemudian tahun 1958, jawatan Pajak berubah menjadi organisasi vertikal yang langsung di bawah Departemen keuangan. Jawatan Pajak kemudian diubah menjadi Direktorat Jenderal Pajak pada tahun 1964 dan lembaga ini berada di bawah pimpinan pembantu menteri usaha pendapatan Negara.

Pembentukan unit-unit vertikal Direktorat Jenderal Pajak pada dasarnya mengacu pada tiga pilar fungsi administrasi Pajak, yaitu: penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan. Ketiga pilar ini diwujudkan dengan pembentukan kantor penyuluhan, Kantor Pelayanan Pajak (KPP) dan unit pemeriksa dan penyidikan Pajak (kemudian menjadi kantor pemeriksa dan penyidikan pajak) pada tahun 1989. Pembentukan kantor-kantor ini adalah sebagai upaya lebih lanjut untuk membuat pajak semakin dekat dengan masyarakat.

Pembentukan unit-unit vertikal Direktorat Jenderal Pajak pada dasarnya mengacu pada tiga pilar fungsi administrasi Pajak, yaitu: penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan. Ketiga pilar ini diwujudkan dengan membentuk kantor penyuluhan, kantor pelayanan pajak (KPP), unit pemeriksa dan penyidikan Pajak (kemudian menjadi

kantor pemeriksaan dan penyidikan pajak) pada tahun 1989. Pembentukan kantor-kantor ini adalah sebagai upaya lebih lanjut untuk membuat pajak semakin dekat dengan masyarakat.

Kantor Pelayanan Pajak Padangsidimpuan sendiri terbentuk pada tahun 1990 dimana wilayah kerjanya meliputi Tapanuli Utara, Tapanuli Tengah, Sibolga, Nias, dan Tapanuli Selatan. Kantor Pelayanan Pajak Padangsidimpuan merupakan unit organisasi vertikal yang berada di wilayah naungan Kantor wilayah DJP Sumatera Utara II, di Sumatera Utara sendiri memiliki 2 kantor wilayah yaitu kantor wilayah DJP Sumatera Utara I dan kantor wilayah DJP Sumatera Utara II, namun oleh karena begitu luasnya cakupan wilayah kerjanya KPP Pratama Padangsidimpuan, KPP terpecah lagi menjadi 3 bagian yaitu KPP Pratama Kota Padangsidimpuan, KPP Pratama Sibolga, dan KPP Pratama Balige.

Unit KPP Pratama Padangsidimpuan Sekarang mempunyai tugas melaksanakan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan kepada wajib pajak di 5 wilayah, yang terdiri dari atas 1 kota administratif dan 4 kabupaten, yaitu:

- 1) Kota Padangsidimpuan
- 2) Kabupaten Tapanuli Selatan
- 3) Kabupaten Mandailing Natal
- 4) Kabupaten Padang Lawas
- 5) Kabupaten Padang Lawas Utara

Untuk menjangkau masyarakat yang tinggal di daerah-daerah terpencil dan mempermudah wajib pajak melaporkan SPT maka pelaksana pelayanan, penyuluhan, dan konsultasi perpajakan dilaksanakan oleh 2 unit kantor pelayanan, penyuluhan dan konsultasi perpajakan, yaitu KP2KP Panyabungan dan KP2KP Sibuhuan.

2. Visi dan Misi KPP Pratama Kota Padangsidempuan

Visi: “Menjadi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Penghimpun Pajak yang terbaik di Indonesia”.

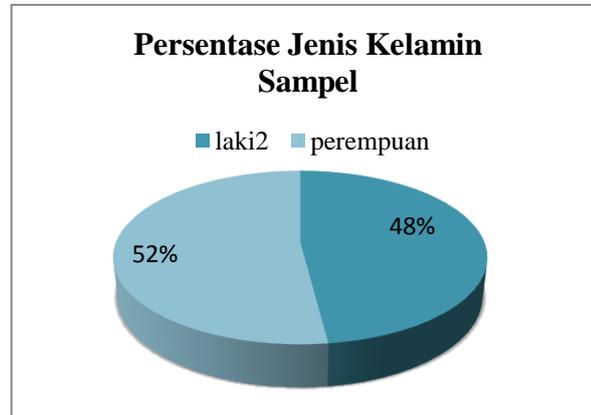
Misi: Menyelenggarakan pelayanan perpajakan kepada masyarakat di wilayah Tapanuli bagian Selatan dengan menerapkan UU perpajakan dalam rangka menciptakan masyarakat sadar dan peduli pajak.

B. Karakteristik Sampel

1. Jenis Kelamin Sampel

Selanjutnya adalah *pie chart* persentase jenis kelamin sampel/wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan yang menjadi responden dalam penelitian ini. Berikut lebih jelasnya dilihat pada gambar 4.1 tentang persentase dari jenis kelamin sampel di bawah ini.

Gambar 4.1
***Pie Chart* Persentase Jenis Kelamin Sampel**



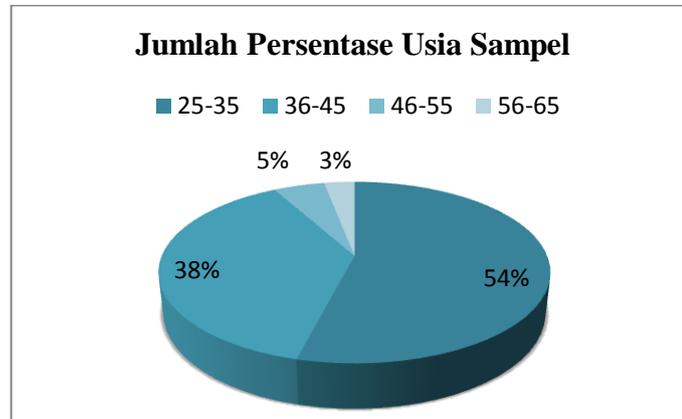
Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat dipahami responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang dengan persentase untuk jenis kelamin laki-laki adalah 48%. Sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 52 orang dengan persentase jenis kelamin perempuan adalah 52%.

2. Usia Sampel

Berikut ini untuk mengetahui persentase dari usia responden dapat dilihat pada gambar 4.2 di bawah ini.

Gambar 4.2
***Pie Chart* Persentase Usia Sampel**



Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Telah diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang, terdiri dari usia 25-35 adalah 54 orang, usia 36-45 berjumlah 38 orang, usia 46-55 berjumlah 5 orang, sedangkan usia 56-65 berjumlah 3 orang. Berdasarkan *Pie Chart* di atas terlihat jelas bahwa responden yang berusia 25-35 adalah 54%, dari usia 36-45 38%, dari usia 46-55 adalah 5%, dan dari usia 56-65 hanya 3%.

3. Individu/perusahaan

Untuk mengetahui jumlah persentase individu atau perusahaan sampel/responden, maka dapat dilihat pada gambar 4.3 di bawah ini.

Gambar 4.3
Pie Chart Persentase Individu/perusahaan



Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Setelah penulis melakukan penelitian, maka dapat diketahui bahwa responden yang mengurus pajak untuk perusahaan tempat ia bekerja berjumlah 72 orang dengan persentase 72%, sedangkan responden yang mengurus pajak untuk tempat usaha sendiri (individu) berjumlah 28 orang dengan persentase 28%.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kecermatan atau keabsahan dan kekonsistenan data dalam melakukan penelitian yang bisa memperkuat jawaban yang akan diperoleh dengan benar. Dalam penelitian ini penulis mengambil 100 wajib pajak sebagai responden dengan jumlah pernyataan 22 butir untuk variabel kepentingan dan kepuasan dengan tingkat signifikan 5%, sehingga r_{tabel} diperoleh 0,195. Selanjutnya untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan dapat

dilihat pada Tabel 4.1 hasil uji validitas kepentingan dan Tabel 4.2 hasil uji validitas kepuasan yang diambil dari output SPSS 22 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kepentingan

No Item Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interprestasi
1	0.323	Instrument dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,195	Valid
2	0.030		Tidak Valid
3	0.532		Valid
4	0.687		Valid
5	0.742		Valid
6	0.636		Valid
7	0.377		Valid
8	0.383		Valid
9	0.270		Valid
10	0.567		Valid
11	0.572		Valid
12	0.437		Valid
13	0.656		Valid
14	0.690		Valid
15	0.523		Valid
16	0.544		Valid
17	0.328		Valid
18	0.464		Valid
19	0.445		Valid
20	0.636		Valid
21	0.069		Tidak Valid
22	0.581		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Berdasarkan hasil tabel uji validitas di atas, dilihat bahwa pada butir soal 2 dan 21 mempunyai nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} diperoleh dari tabel *Product moment*. Karena nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka disimpulkan pada butir soal 2 dan 21 untuk kepentingan adalah tidak valid. Sedangkan pada butir soal yang lain mempunyai nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$. Maka pada butir soal 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 dan 22 dikatakan valid karena mempunyai nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$,

untuk analisis selanjutnya butir soal yang dipakai hanya butir soal yang valid saja.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kepuasan

No Item Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interprestasi
1	0.429	Instrument dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,195	Valid
2	0.090		Tidak Valid
3	0.252		Valid
4	0.232		Valid
5	0.669		Valid
6	0.320		Valid
7	0.556		Valid
8	0.284		Valid
9	0.616		Valid
10	0.512		Valid
11	0.716		Valid
12	0.531		Valid
13	0.457		Valid
14	0.788		Valid
15	0.431		Valid
16	0.693		Valid
17	0.533		Valid
18	0.266		Valid
19	0.312		Valid
20	0.738		Valid
21	0.148		Tidak Valid
22	0.285		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (Dat Diolah 2016)

Pada hasil uji validitas butir soal kepuasan dilihat pada tabel di atas, terdapat butir soal 2 dan 21 mempunyai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ yang diperoleh dari tabel *product moment*. Karena nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa butir soal 2 dan 21 untuk kepuasan adalah tidak valid. Sedangkan butir soal yang lain mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dinyatakan valid. Selanjutnya untuk mengetahui pernyataan-pernyataan reliabel atau tidak, dapat dilihat dari Tabel 4.3 output hasil uji reliabilitas

kepentingan dan Tabel 4.4 output hasil uji reliabilitas kepuasan di bawah ini.

Tabel 4.3
Output Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	22

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2016)

Tabel 4.4
Output Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.822	22

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Dapat dilihat dari kedua output hasil uji Reliabilitas di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk kepentingan sebesar 0,838, sedangkan untuk kepuasan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,822. Jadi, karena nilai *Cronbach Alpha* dari kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,6, maka semua butir pernyataan dapat dikatakan reliabel karena telah memperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

D. Analisis Deskriptif

Telah dijelaskan sebelumnya pada Bab II dalam landasan teori bahwa kualitas pelayanan merupakan ciri-ciri dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan pegawai untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan konsumen. Jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas.

Berdasarkan pengamatan, penulis menemukan sebuah masalah mengenai pelayanan yang masih kurang efisien di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan, seperti kurangnya ketanggapan dari petugas untuk menanyakan kebutuhan dari konsumen serta kurangnya keramahan dari *customer service* dalam melayani konsumen.

1. Statistik Deskriptif

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, analisis deskriptif juga digunakan untuk gambaran tentang statistik data seperti minimum, maximum, mean, standar deviasi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari kuesioner yang sudah disebarkan kepada wajib pajak yang menjadi responden di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan, tentang analisis kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan, maka pada bab ini penulis akan memaparkan hasil penelitian serta analisisnya. Berikut ini Tabel 4.5 output hasil dari analisis deskriptif kepentingan dan kepuasan di bawah ini.

Tabel 4.5**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan	100	67	103	82.32	7.513
Kepentingan	100	61	103	88.24	7.683
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Berdasarkan tabel 4.5 output dari hasil analisis deskriptif di atas telah diperoleh gambaran tentang kepentingan dan kepuasan, untuk kepentingan jumlah data (N) adalah 100, nilai minimum adalah 61, nilai maximum adalah 103, nilai mean adalah 88.24 dengan standar deviasi 7.683. Sedangkan untuk kepuasan jumlah data (N) adalah 100, nilai minimum adalah 67, nilai maximum adalah 103, nilai mean adalah 82,32 dengan standar deviasi 7.513.

E. Importance Performance Analysis (IPA)

Untuk mengetahui hasil dari mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang diharapkan oleh konsumen dari suatu instansi, maka di bawah ini langkah untuk menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut, sebagai berikut:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

Tk_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor rata-rata penilaian kinerja

Y_i = Skor rata-rata penilaian harapan.

$$X_l = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \qquad X_i = \frac{8077}{100} = 80.77$$

$$Y_l = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \qquad Y_i = \frac{7497}{100} = 74.97$$

$$X_i = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{k} \qquad X = \frac{80.77}{20} = 4.03$$

$$Y_i = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{k} \qquad Y = \frac{74.97}{20} = 3.74$$

Tabel 4.6 Nilai Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan Atribut

No	Atribut	Bobot atribut	Kepentingan	Bobot atribut	Kepuasan	Tingkat Kesesuaian %
1	bangunan dan interior kantor sudah bagus dan menarik.	380	3.80	372	3.72	97.89
2	Kenyamanan kantor terjaga.	427	4.27	415	4.15	97.18
3	Ruang tunggu kantor terasa nyaman.	419	4.19	412	4.12	98.32
4	Sigap dalam membersihkan kantor.	384	3.84	357	3.57	92.96
5	Para pegawai berpenampilan rapi dan bersih.	430	4.30	398	3.98	92.55
6	Pelayanan <i>costumer service</i> .	380	3.80	370	3.70	97.36
7	Prosedur administrasi.	415	4.15	399	3.99	96.14
8	Kepuasan dalam pelayanan.	390	3.90	375	3.75	96.15

No	Atribut	Bobot Atribut	Kepentingan	Bobot Atribut	Kepuasan	Tingkat Kesesuaian %
9	Data yang diinformasikan bebas dari kesalahan.	412	4.12	362	3.62	87.86
10	Tanggap menangani keluhan konsumen.	415	4.15	349	3.49	84.09
11	Keluhan selalu ditanggapi.	396	3.96	380	3.80	95.95
12	Kesediaan para pegawai dalam membantu.	384	3.84	373	3.73	97.13
13	Berinisiatif menawarkan bantuan kepada konsumen.	382	3.82	318	3.18	83.24
14	Cepat dalam menyelesaikan masalah konsumen.	405	4.05	395	3.95	97.53
15	menerapkan sikap ramah dalam pelayanan.	434	4.34	324	3.24	74.65
16	Memiliki pengetahuan luas.	378	3.78	370	3.70	97.88
17	Informasi konsumen terjamin kerahasiaannya.	449	4.49	423	4.23	94.20
18	Kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan.	405	4.05	390	3.90	96.29
19	Memiliki rasa peduli yang kuat.	377	3.77	302	3.02	80.10
20	Bahasa yang digunakan mudah dipahami.	415	4.15	413	4.13	99.51
	Total		80.77		74.97	
	Rata-rata		4.03		3.74	

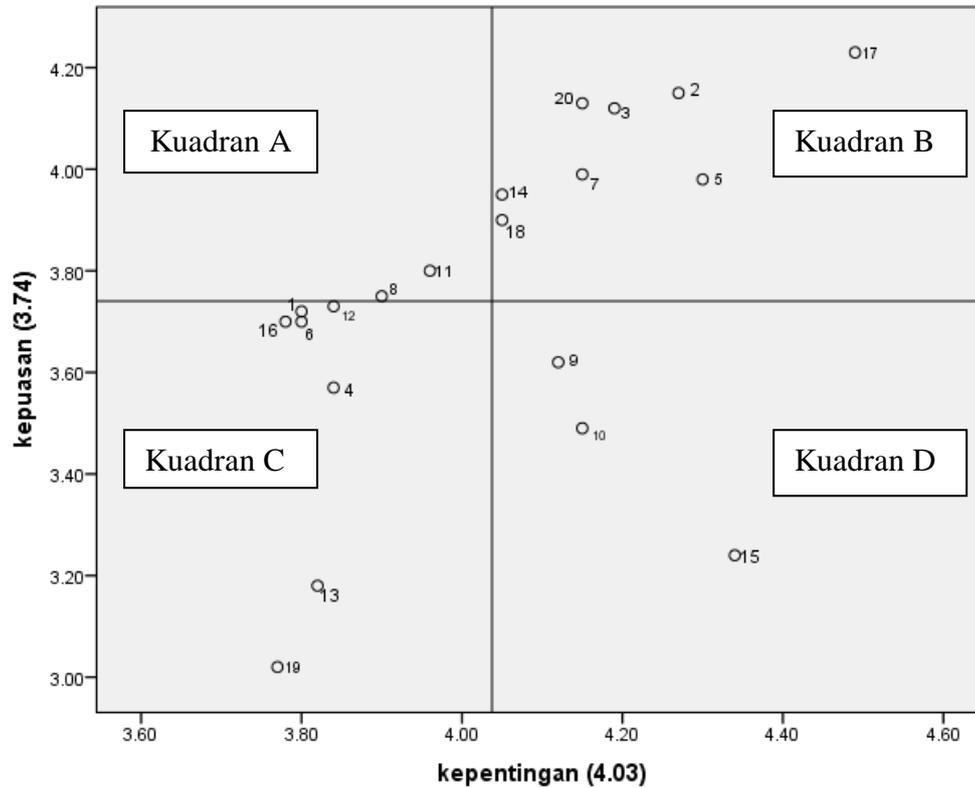
Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Dilihat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepentingan konsumen Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan dengan skor rata-rata tertinggi adalah tingkat informasi konsumen yang terjamin kerahasiaannya, yaitu sebesar 4.49, nilai ini berada di atas angka rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4.03. Sedangkan atribut yang memiliki nilai skor rata-rata terendah adalah pegawai KPP memiliki rasa peduli dengan mengetahui keinginan konsumen sebesar 3.77, nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kepentingan.

Adapun tingkat kepuasan konsumen KPP Pratama Kota Padangsidimpuan dengan skor rata-rata tertinggi yaitu sama dengan tingkat kepentingan yakni tingkat informasi konsumen yang terjamin kerahasiaannya sebesar 4.23, nilai ini berada di atas angka rata-rata tingkat kepuasan konsumen, yaitu 3.74. Sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah adalah pegawai KPP memiliki rasa peduli dengan mengetahui keinginan konsumen sebesar 3.02, nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kepuasan.

Selanjutnya untuk mengetahui secara jelas penempatan atribut-atribut yang telah dianalisis, maka keseluruhan atribut akan dikelompokkan dalam empat kuadran. Dengan menggunakan diagram kartesius, dapat mengaitkan pentingnya atribut-atribut kepentingan dengan kepuasan yang dirasakan. Adapun diagram kartesius terdapat pada gambar 4.3 di bawah ini sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kepuasan



Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Pada diagram di atas menunjukkan bahwa aspek-aspek yang dinilai berada pada semua kudran, yakni kuadran A (prioritas utama), Kuadran B (pertahankan prestasi), Kuadran C (prioritas rendah) dan Kuadran D (berlebihan).

Kuadran A

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi atau di atas rata-rata, akan tetapi tingkat kepuasan berada di bawah rata-rata. Wilayah ini membuat atribut-atribut yang penting dirasakan konsumen tetapi pelaksanaannya belum sesuai harapan. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran A yakni atribut nomor 8 (prosedur

pendaftaran tidak sulit), dan atribut nomor 11 (pegawai KPP Pratama tanggap dalam menangani keluhan konsumen).

Kuadran B

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang tinggi. Wilayah ini mencakup atribut-atribut yang dianggap penting dan kinerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan sudah sesuai dengan yang diharapkan. Kuadran ini merupakan prestasi KPP Pratama Kota Padangsidempuan dalam memberikan pelayanan, sehingga perlu dipertahankan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran B adalah atribut nomor 2 (kenyamanan tempat parkir dilingkungan instansi), atribut nomor 3 (kebersihan dan kenyamanan kantor), 5 (kesigapan dalam membersihkan kantor), atribut nomor 7 (senang dengan pelayanan *customer service*), atribut nomor 14 (para pegawai KPP Pratama berinisiatif menawarkan bantuan kepada konsumen), atribut nomor 17 (pegawai yang memiliki pengetahuan luas), atribut nomor 18 (informasi konsumen terjamin kerahasiaannya), dan atribut nomor 20 (pegawai KPP Pratama memiliki rasa peduli dengan mengetahui keinginan konsumen).

Kuadran C

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai biasa saja oleh konsumen. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran C adalah atribut nomor 1 (bangunan dan interior kantor) atribut nomor 4 (ruang tunggu kantor terasa nyaman), atribut

nomor 6 (para pegawai berpenampilan rapi), atribut nomor 12 (keluhan konsumen ditanggapi dengan baik), 13 (kesediaan pegawai dalam membantu konsumen sangat baik), atribut nomor 16 (menerapkan sikap ramah dalam melayani konsumen), dan atribut nomor 19 (percaya dengan kemampuan pegawai KPP Pratama dalam memberikan pelayanan).

Kuadran D

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut konsumen tetapi kinerja KPP Pratama Kota Padangsidimpuan melebihi harapan dari konsumen. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran D adalah atribut nomor 9 (kepuasan pelayanan yang diberikan pegawai KPP Pratama Kota padangsidimpuan), atribut nomor 10 (data yang diinformasikan KPP Pratama bebas dari kesalahan), dan atribut nomor 15 (cepat dalam menyelesaikan masalah konsumen).

Dari analisis kuadran disimpulkan bahwa atribut-atribut yang memiliki kualitas pelayanan terletak pada kuadran yang berbeda-beda. Satu atribut yang masuk ke dalam kuadran A berasal dari atribut *reliability* (kehandalan) dan satu atribut lagi berasal dari atribut *responsiveness* (daya tanggap). Untuk Kuadran B dari delapan atribut, tiga diantaranya berasal dari atribut *tangible* (bukti fisik), satu atribut berasal dari atribut *reliability* (kehandalan), satu lagi berasal dari atribut *responsiveness* (daya tanggap) dua atribut berasal dari atribut *assurance* (jaminan), dan satu atribut lagi berasal dari atribut *emphaty* (empati).

Untuk kuadran C, tiga atribut berasal dari atribut *tangible* (bukti fisik), dua diantaranya berasal dari atribut *responsiveness* (daya tanggap) dan dua atribut lagi berasal dari atribut *assurance* (jaminan). Untuk kuadran D, dua atribut diantaranya berasal dari atribut *reliability* (kehandalan), dan satu atribut berasal dari atribut *responsiveness* (daya tanggap).

Berdasarkan pada Tabel 4.6 diketahui bahwa tidak ada tingkat kesesuaian yang nilainya mencapai 100% atau lebih. Maka dari itu kinerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan masih belum sesuai dengan tingkat harapan konsumen. Akan tetapi secara umum kinerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan relatif baik, terlihat dari nilai kesesuaian rata-rata diatas 70%. Tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada atribut bahasa yang digunakan KPP Pratama dalam memberi informasi mudah dipahami sebesar 99.51%. Sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut penerapan sikap ramah dalam pelayanan sebesar 74.65%.

F. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Dalam mengukur indeks kepuasan konsumen, dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang berguna dalam mengembangkan program pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Di bawah ini beberapa cara dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS), nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen dan *Mean Satisfaction Index* (MSS), nilai ini berasal dari rata-rata kepuasan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \qquad MIS = \frac{7497}{100} = 74.97$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \qquad MSS = \frac{80.77}{100} = 80.77$$

2. Membuat *Weight Factor* (WF), bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

3. Membuat skor *Weight Score* (WS), bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$WS_i = WFi \times MSS$$

4. Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu total dari nilai WS keseluruhan.
5. Menghitung *Satisfaction Index* yaitu WS dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Tabel 4.7
Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No Atribut	Rata-rata Kepentingan	WF	Rata-rata Kepuasan	WS
1	3.80	0.047	3.72	0.175
2	4.27	0.053	4.15	0.220
3	4.19	0.052	4.12	0.214
4	3.84	0.047	3.57	0.168
5	4.30	0.053	3.98	0.210
6	3.80	0.047	3.70	0.174
7	4.15	0.051	3.99	0.203
8	3.90	0.048	3.75	0.180
9	4.12	0.051	3.62	0.185
10	4.15	0.051	3.49	0.178
11	3.96	0.049	3.80	0.186
12	3.84	0.048	3.73	0.179
13	3.82	0.047	3.18	0.149
14	4.05	0.050	3.95	0.197
15	4.34	0.054	3.24	0.175
16	3.78	0.047	3.70	0.174
17	4.49	0.055	4.23	0.233
18	4.05	0.050	3.90	0.195
19	3.77	0.047	3.02	0.142
20	4.15	0.051	4.13	0.211
Total	80.77		74.97	
Weighted Total				3.748
Satisfaction Index				74.96%

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah 2016)

Dilihat dari Tabel 4.7 di atas diketahui tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan sudah tinggi. Hal ini dapat dilihat dari *Customer Satisfaction Index* sebesar 74.96%, yang artinya tingkat kepuasan total terletak diantara 0.66 – 0.80 yang berarti konsumen KPP Pratama telah puas terhadap kinerja dari pegawai KPP Pratama. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidimpuan telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen. Meski

demikian, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan masih dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100%.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian penulis, bahwa terdapat kinerja pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan secara umum relatif baik, sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan yang diberikan pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan dirasakan puas oleh konsumen. Dari perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) dilihat dari rata-rata tingkat kesesuaian tingkat kepentingan dan kepuasan di atas 70%, sehingga dikategorikan penting/puas oleh konsumen. Walaupun masih ada beberapa atribut yang harus ditingkatkan atau dipertimbangkan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan

Sedangkan dari hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan sudah tinggi. Karena terdapat nilai CSI sebesar 74.96% yang artinya tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen sudah puas terhadap kinerja dari pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan.

Jika hasil penelitian penulis ini dikaitkan dengan beberapa penelitian terdahulu salah satunya pada Jurnal oleh Sandika Saputra dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Metro Bengkulu ternyata

menghasilkan kesimpulan yang sama dari perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) yaitu terdapat kinerja pegawai/ karyawan Rumah Makan Metro secara umum relatif baik, dilihat dari dimensi kualitas jasa mendapatkan skor rata-rata 70.8% yang termasuk dalam kategori baik, walaupun masih ada beberapa atribut yang harus ditingkatkan maupun dipertimbangkan oleh Rumah Makan Metro Bengkulu.

Selain dari jurnal Sandika Saputra, terdapat juga pada jurnal oleh Rizal Nugraha dengan judul Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matrix *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Kotor Karawang), ternyata menghasilkan kesimpulan yang sama dari perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Dari perhitungan CSI terdapat hasil sebesar 70.979%, yang artinya konsumen dapat merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Bengkel AHASS tersebut.

Tidak hanya itu, hasil penelitian penulis juga berkaitan dengan teori yang telah penulis cantumkan dalam pembahasan landasan teori sebelumnya mengenai variabel penelitian ini. Kesimpulan dari hasil teori kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*) yaitu kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen. Hasil dari penelitian ini juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu dengan melihat perhitungan IPA (*Importance*

Performance Analysis) dengan rata-rata di atas 70% yang dikategorikan baik/penting bagi konsumen. Sedangkan hasil dari perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) sebesar 74.96% yang artinya tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen sudah puas terhadap kinerja dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen. Meski demikian, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan masih dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100% seperti yang telah penulis jelaskan di atas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sesuai dengan hasil IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Berdasarkan hasil perhitungan dari IPA menunjukkan bahwa tingkat kepentingan diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4.49, sedangkan skor rata-rata terendah sebesar 3.77. Untuk tingkat kepuasan diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4.23, sedangkan skor rata-rata terendahnya sebesar 3.02.

Dilihat dari tingkat kesesuaian bahwasanya tidak ada tingkat kesesuaian yang mencapai 100% atau lebih. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya kinerja dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan dikatakan masih belum sepenuhnya sesuai dengan tingkat harapan konsumen, karena dilihat dari diagram kartesius masih ada beberapa atribut yang penting bagi konsumen ternyata terletak pada kuadran yang kurang penting bagi konsumen. Dari itu instansi harus dapat lebih meningkatkan kinerja pegawainya. Akan tetapi secara umum kinerja Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidimpuan sudah relatif baik, terlihat dari nilai tingkat kesesuaian mencapai rata-rata di atas 70%.

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) juga memperoleh kesimpulan yang sama, yang memperoleh nilai sebesar 74.96% yang artinya tingkat kepuasan total terletak diantara 0.66 – 0.80, yang menunjukkan nilai puas yang dirasakan konsumen. Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas, akan tetapi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan masih dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100%.

B. Saran- saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil melalui hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis menyarankan beberapa hal, yaitu:

1. Pihak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padangsidempuan harus lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan terhadap konsumen, peningkatan pelayanan sebaiknya segera dilakukan agar konsumen dapat lebih merasa puas akan pelayanan yang diberikan.
2. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen tetapi kenyataannya tidak sesuai dengan yang diharapkan harus ditingkatkan oleh instansi yang terdapat pada kuadran A.
3. Atribut-atribut yang harus diperbaiki oleh instansi terdapat pada kuadran C dan D. Pada kuadran tersebut instansi dapat melihat mana yang harus dikurangi ataupun dihilangkan karena pengaruh

manfaatnya terhadap konsumen sangat kecil, dan bagi instansi dapat menghemat biaya untuk keperluan yang lebih penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Surabaya: Karya Agung, 2002.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Erlina, *Metodologi Penelitian*, Medan: USU Perss, 2011.
- Fandy Tjiptono, *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* Yogyakarta: ANDI, 2007.
- Hedithya Novel, dkk., “*Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor dengan Metode Servperf (service performance) dan Customer Satisfaction Index*”, dalam *Jurnal Teknik Industri FT USU*, Volume 33, No. 2, Oktober 2013.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008.
- , *Manajemen Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004.

- , *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi ke dua belas jilid I*, Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Malayu, S.P, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- M. Nur, Al Arif Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: ALFABETA, 2012.
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Nasution, M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.
- Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2008.
- Philip Kotler, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Rangkuti, Freddy, *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2007.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta:

Rineka Cipta, 2006.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta:

PT. Bumi Aksara, 2008.

Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam*

Pemasaran, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Kiki Vinni Wulandari

Tempat/Tgl. Lahir : Palopat Pijorkoling

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Palopat Pijorkoling

Nama Ayah : Ngatijan

Nama Ibu : Astrina

Alamat : Palopat Pijorkoling

Latar Belakang Pendidikan :

1. Tahun 2006 tamat dari SDN 200501 Salambue Padangsidempuan
2. Tahun 2009 tamat dari SMPN 8 Padangsidempuan
3. Tahun 2012 tamat dari SMKS PANCA DHARMA Padangsidempuan
4. Tahun 2012 melanjutkan pendidikan Strata I (SI) Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidempuan.

Lampiran 1: Pengantar Kuesioner

PENGANTAR KUESIONER

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan yang sedang menyusun tugas proposal penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan”.

Berkenaan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/I untuk bersedia mengisi kuesioner yang telah tersedia, dalam pengisian kuesioner tidak ada penilaian benar atau salah. Bapak/Ibu/Sdra/I dipersilahkan bebas menjawab sesuai dengan kenyataan yang Bapak/Ibu/Sdra/I ketahui. Jawaban yang diberikan tidak ada risiko apapun terhadap kepentingan Bapak/Ibu/Sdra/i. data yang didapatkan dari penelitian ini hanya dipergunakan untuk penelitian penulis semata. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdra/I dalam mengisi kuesioner ini, terlebih dahulu saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Kiki Vinni Wulandari

Lampiran 2: Kuesiner Penelitian

Identitas Responden

Nama Responden : _____

Jenis Kelamin : _____

Usia : _____

Individu/ Perusahaan : _____

Petunjuk pengisian

1. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang dipilih.
2. Kuesioner ini ditujukan untuk konsumen Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Padangsidempuan.
3. Bapak/Ibu/Sdra/I diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi masing-masing terhadap penelitian ini.
4. Pilihan jawaban untuk kepentingan yaitu sangat tidak penting (STP) diberi skor 1, tidak penting (TP) diberi skor 2, kurang penting (KP) diberi skor 3, penting (P) diberi skor 4, dan sangat penting (SP) diberi skor 5. Sedangkan untuk jawaban kepuasan yaitu sangat tidak puas (STP) diberi skor 1, tidak puas (TP) diberi skor 2, kurang puas (KP) diberi skor 3, puas (P) diberi skor 4, dan sangat puas (SP) diberi skor 5.

1. Kepentingan

Bagian A: *Tangible* (bukti fisik)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa bangunan dan interior kantor sudah bagus dan menarik.					
2	Saya merasa nyaman dengan adanya tempat parkir di lingkungan instansi.					
3	Kebersihan dan kenyamanan kantor terjaga dengan baik.					
4	Ruang tunggu Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama terasa nyaman.					
5	Saya senang melihat para pegawai yang selalu sigap dalam membersihkan kantor.					
6	Saya melihat para pegawai yang bekerja dengan berpenampilan rapi dan bersih.					

Bagian B: *Reliability* (kehandalan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya senang dengan pelayanan <i>customer service</i> .					
2	Saya merasa proses pelayanan atau pendaftaran tidak sulit dan sesuai dengan prosedur administrasinya.					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama.					
4	Saya merasa sampai saat ini data yang diinformasikan oleh pegawai kantor pelayanan pajak bebas dari kesalahan.					

Bagian C: *Responsiveness* (daya tanggap)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama tanggap dalam menangani keluhan konsumen.					
2	Keluhan saya selalu ditanggapi dengan baik oleh para pegawai.					
3	Saya merasa kesediaan para pegawai dalam membantu konsumen sangat baik.					
4	Pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama mampu berinisiatif menawarkan bantuan kepada konsumen.					
5	Saya senang dengan para pegawai yang cepat dalam menyelesaikan masalah konsumen dengan baik.					

Bagian D: *Assurance* (jaminan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para pegawai menerapkan sikap ramah dalam melayani konsumen.					
2	Saya senang dengan para pegawai yang memiliki pengetahuan luas.					
3	Informasi konsumen terjamin kerahasiaannya.					
4	Saya merasa percaya akan kemampuan pegawai pelayanan pajak dalam memberikan pelayanan.					

Bagian E: *Emphaty* (empati)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para pegawai memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan konsumennya.					
2	Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan para pegawai.					
3	Bahasa yang digunakan pegawai kantor pelayanan pajak dalam member informasi mudah dipahami.					

2. Kepuasan

Bagian A: *Tangible* (bukti fisik)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa bangunan dan interior kantor sudah bagus dan menarik.					
2	Saya merasa nyaman dengan adanya tempat parkir di lingkungan instansi.					
3	Kebersihan dan kenyamanan kantor terjaga dengan baik.					
4	Ruang tunggu Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama terasa nyaman.					
5	Saya senang melihat para pegawai yang selalu sigap dalam membersihkan kantor.					
6	Saya melihat para pegawai yang bekerja dengan berpenampilan rapi dan bersih.					

Bagian B: *Reliability* (kehandalan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya senang dengan pelayanan <i>customer service</i> .					
2	Saya merasa proses pelayanan atau pendaftaran tidak sulit dan sesuai dengan prosedur administrasinya.					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama.					
4	Saya merasa sampai saat ini data yang diinformasikan oleh pegawai kantor pelayanan pajak bebas dari kesalahan.					

Bagian C: *Responsiveness* (daya tanggap)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama tanggap dalam menangani keluhan konsumen.					
2	Keluhan saya selalu ditanggapi dengan baik oleh para pegawai.					
3	Saya merasa kesediaan para pegawai dalam membantu konsumen sangat baik.					
4	Pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama mampu berinisiatif menawarkan bantuan kepada konsumen.					
5	Saya senang dengan para pegawai yang cepat dalam menyelesaikan masalah konsumen dengan baik.					

Bagian D: *Assurance* (jaminan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para pegawai menerapkan sikap ramah dalam melayani konsumen.					
2	Saya senang dengan para pegawai yang memiliki pengetahuan luas.					
3	Informasi konsumen terjamin kerahasiaannya.					
4	Saya merasa percaya akan kemampuan pegawai pelayanan pajak dalam memberikan pelayanan.					

Bagian E: *Emphaty* (empati)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para pegawai memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan konsumennya.					
2	Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan para pegawai.					
3	Bahasa yang digunakan pegawai kantor pelayanan pajak dalam member informasi mudah dipahami.					

Lampiran 3

Output Hasil Validitas Kepentingan

Correlations

	soal _1	soal _2	soal _3	soal _4	soal _5	soal _6	soal _7	soal _8	soal _9	soal _10	soal _11	soal _12	soal _13	soal _14	soal _15	soal _16	soal _17	soal _18	soal _19	soal _20	soal _21	soal _22	total		
soal_1																									
Pearson Correlation	1	.315*	.115	.206*	.208*	.294*	.000	.184	-.060	.116	.018	.171	.167	.047	.115	.061	.142	.037	.157	.092	-.078	.177		.323**	
Sig. (2-tailed)		.001	.253	.040	.038	.003	1.000	.068	.553	.251	.858	.090	.097	.643	.256	.547	.160	.715	.119	.363	.440	.077		.001	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_2																									
Pearson Correlation	.315*	1	-.151	.005	.025	-.110	.019	.030	-.052	.014	-.213*	-.005	-.085	-.097	-.090	-.165	.046	-.075	.103	.011	.058	-.162		.030	
Sig. (2-tailed)	.001		.134	.961	.802	.277	.853	.767	.605	.889	.034	.957	.403	.336	.374	.101	.648	.458	.310	.912	.568	.107		.770	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_3																									
Pearson Correlation	.115	-.151	1	.565*	.349*	.519*	.149	.198*	.142	.309*	.313*	.131	.387*	.322*	.275*	.400*	.072	.121	.016	.324*	-.133	.307*		.532**	
Sig. (2-tailed)	.253	.134		.000	.000	.000	.138	.049	.160	.002	.002	.194	.000	.001	.006	.000	.476	.229	.876	.001	.189	.002		.000	

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_4	Pearson Correlation	.206*	.005	.565*	.575*	.472*	.266*	.105	.197*	.375*	.363*	.202*	.340*	.494*	.255*	.518*	.052	.333*	.262*	.323*	-.059	.435*	.687**	
	Sig. (2-tailed)	.040	.961	.000	.000	.000	.007	.297	.049	.000	.000	.044	.001	.000	.010	.000	.608	.001	.009	.001	.561	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_5	Pearson Correlation	.208*	.025	.349*	.575*	.471*	.173	.160	.215*	.340*	.194	.085	.328*	.585*	.341*	.357*	.354*	.306*	.421*	.504*	.101	.541*	.742**	
	Sig. (2-tailed)	.038	.802	.000	.000	.000	.086	.112	.032	.001	.053	.398	.001	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.317	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_6	Pearson Correlation	.294*	-.110	.519*	.472*	.471*	.262*	.182	-.024	.296*	.408*	.132	.453*	.360*	.406*	.525*	.119	.333*	.084	.313*	-.209*	.530*	.636**	
	Sig. (2-tailed)	.003	.277	.000	.000	.000	.008	.070	.809	.003	.000	.191	.000	.000	.000	.000	.239	.001	.407	.002	.037	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_7	Pearson Correlation	.000	.019	.149	.266*	.173	.262*	.172	.017	.292*	.255*	.055	.266*	.234*	.095	.322*	-.042	.235*	-.049	.064	-.150	.177	.377**	

soal_11	Pearson Correlation	.018	-	.313*	.363*	.194	.408*	.255*	.259*	.052	.327*	1	.558*	.579*	.415*	.198*	.385*	.020	.294*	.026	.338*	.017	.219*	.572**
	Sig. (2-tailed)	.858	.034	.002	.000	.053	.000	.010	.009	.604	.001		.000	.000	.000	.048	.000	.843	.003	.799	.001	.867	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_12	Pearson Correlation	.171	-.005	.131	.202*	.085	.132	.055	.460*	.014	.338*	.558*	1	.501*	.221*	.144	.114	-.069	.197*	.099	.348*	-.060	.120	.437**
	Sig. (2-tailed)	.090	.957	.194	.044	.398	.191	.585	.000	.886	.001	.000		.000	.027	.153	.257	.495	.049	.325	.000	.554	.235	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_13	Pearson Correlation	.167	-.085	.387*	.340*	.328*	.453*	.266*	.417*	.107	.464*	.579*	.501*	1	.478*	.245*	.289*	.080	.179	.093	.302*	.123	.182	.656**
	Sig. (2-tailed)	.097	.403	.000	.001	.001	.000	.007	.000	.290	.000	.000	.000		.000	.014	.004	.429	.075	.357	.002	.223	.069	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_14	Pearson Correlation	.047	-.097	.322*	.494*	.585*	.360*	.234*	.123	.259*	.306*	.415*	.221*	.478*	1	.273*	.315*	.024	.276*	.297*	.629*	.052	.350*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.643	.336	.001	.000	.000	.000	.019	.223	.009	.002	.000	.027	.000		.006	.001	.812	.005	.003	.000	.604	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_15	Pearson Correlation	.115	-.090	.275*	.255*	.341*	.406*	.095	.130	.227*	.154	.198*	.144	.245*	.273*	1	.385*	.316*	.206*	.229*	.308*	.015	.431*	.523**
	Sig. (2-tailed)	.256	.374	.006	.010	.001	.000	.345	.198	.023	.125	.048	.153	.014	.006		.000	.001	.040	.022	.002	.885	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_16	Pearson Correlation	.061	-.165	.400*	.518*	.357*	.525*	.322*	.026	.035	.250*	.385*	.114	.289*	.315*	.385*	1	.046	.423*	.206*	.178	-.175	.401*	.544**
	Sig. (2-tailed)	.547	.101	.000	.000	.000	.000	.001	.797	.727	.012	.000	.257	.004	.001	.000		.648	.000	.040	.077	.081	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_17	Pearson Correlation	.142	.046	.072	.052	.354*	.119	-.042	-.014	-.038	.056	.020	-.069	.080	.024	.316*	.046	1	.119	.220*	.282*	.217*	.217*	.328**
	Sig. (2-tailed)	.160	.648	.476	.608	.000	.239	.680	.892	.710	.577	.843	.495	.429	.812	.001	.648		.238	.028	.005	.030	.030	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_18	Pearson Correlation	.037	-.075	.121	.333*	.306*	.333*	.235*	.209*	-.074	.110	.294*	.197*	.179	.276*	.206*	.423*	.119	1	.480*	.124	-.146	.351*	.464**

soal_22	Pearson Correlation	.177	-.162	.307*	.435*	.541*	.530*	.177	.018	.155	.209*	.219*	.120	.182	.350*	.431*	.401*	.217*	.351*	.247*	.346*	-.158	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.077	.107	.002	.000	.000	.000	.078	.861	.125	.037	.029	.235	.069	.000	.000	.000	.030	.000	.013	.000	.116		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.323*	.030	.532*	.687*	.742*	.636*	.377*	.383*	.270*	.567*	.572*	.437*	.656*	.690*	.523*	.544*	.328*	.464*	.445*	.636*	.069	.581*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.770	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.498	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

soal_2	Pearson Correlation	.053	1	.080	-.021	.095	-.061	.096	-.062	.069	-.032	.202*	-.130	-.213*	-.060	-.143	-.040	.090	-.011	-.072	.057	.047	-.030	.090
	Sig. (2-tailed)	.599		.431	.838	.347	.544	.343	.540	.494	.755	.044	.196	.034	.550	.155	.692	.375	.914	.476	.572	.644	.764	.374
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_3	Pearson Correlation	.223*	.080	1	.412*	.251*	.033	.060	.043	.106	.101	.109	.088	.081	.042	.180	-.010	.056	.097	.081	.012	-.035	.002	.252*
	Sig. (2-tailed)	.026	.431		.000	.012	.743	.555	.669	.294	.317	.280	.385	.421	.677	.074	.918	.581	.338	.423	.905	.729	.986	.011
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_4	Pearson Correlation	.324*	-.021	.412*	1	.218*	.005	-.137	.105	.000	.038	.023	.141	.125	.096	.425*	-.122	.152	.249*	.150	-.081	-.147	.046	.232*
	Sig. (2-tailed)	.001	.838	.000		.030	.957	.176	.299	1.000	.707	.817	.162	.216	.344	.000	.227	.132	.012	.135	.422	.144	.649	.020
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_5	Pearson Correlation	.279*	.095	.251*	.218*	1	.210*	.178	.016	.276*	.336*	.417*	.246*	.244*	.551*	.358*	.503*	.398*	.078	.160	.536*	.059	.042	.669**
	Sig. (2-tailed)	.005	.347	.012	.030		.036	.076	.876	.005	.001	.000	.014	.015	.000	.000	.000	.000	.439	.112	.000	.557	.678	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_6	Pearson Correlation	-.161	-.061	.033	.005	.210*	1	.251*	.088	.255*	.091	.092	.037	.051	.063	.205*	.170	.270*	.138	.046	.150	.143	.120	.320**
	Sig. (2-tailed)	.110	.544	.743	.957	.036		.012	.384	.010	.368	.364	.717	.611	.535	.041	.091	.007	.170	.651	.135	.156	.235	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_7	Pearson Correlation	.092	.096	.060	-.137	.178	.251*	1	.378*	.508*	.072	.443*	.279*	.233*	.490*	.097	.448*	.197*	-.042	.095	.416*	.064	.129	.556**
	Sig. (2-tailed)	.364	.343	.555	.176	.076	.012		.000	.000	.475	.000	.005	.020	.000	.336	.000	.049	.678	.346	.000	.525	.201	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_8	Pearson Correlation	.180	-.062	.043	.105	.016	.088	.378*	1	.253*	.083	.040	.162	.208*	.131	.173	.105	.070	.007	.258*	.101	-.036	.005	.284**
	Sig. (2-tailed)	.074	.540	.669	.299	.876	.384	.000		.011	.413	.689	.106	.038	.194	.086	.298	.490	.943	.009	.319	.719	.958	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_9	Pearson Correlation	.165	.069	.106	.000	.276*	.255*	.508*	.253*	1	.463*	.413*	.280*	.122	.326*	.123	.437*	.262*	.207*	.267*	.460*	.061	.101	.616**

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_17 Pearson Correlation	.161	.090	.056	.152	.398*	.270*	.197*	.070	.262*	.143	.334*	.201*	.053	.345*	.247*	.396*	1	.111	.223*	.341*	.024	.071	.533**	
Sig. (2-tailed)	.111	.375	.581	.132	.000	.007	.049	.490	.008	.156	.001	.045	.599	.000	.013	.000		.273	.026	.001	.812	.480	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_18 Pearson Correlation	-.081	-.011	.097	.249*	.078	.138	-.042	.007	.207*	.154	.172	.309*	-.018	.059	.322*	.080	.111	1	.035	-.079	.065	.181	.266**	
Sig. (2-tailed)	.423	.914	.338	.012	.439	.170	.678	.943	.038	.125	.087	.002	.861	.557	.001	.431	.273		.727	.432	.523	.072	.007	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_19 Pearson Correlation	.086	-.072	.081	.150	.160	.046	.095	.258*	.267*	.305*	.068	-.058	.194	.142	.132	.249*	.223*	.035	1	.228*	.227*	.118	.312**	
Sig. (2-tailed)	.392	.476	.423	.135	.112	.651	.346	.009	.007	.002	.503	.565	.053	.158	.191	.013	.026	.727		.022	.023	.243	.002	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_20 Pearson Correlation	.327*	.057	.012	-.081	.536*	.150	.416*	.101	.460*	.492*	.539*	.334*	.378*	.750*	.103	.615*	.341*	-.079	.228*	1	-.013	.129	.738**	

	Sig. (2-tailed)	.001	.572	.905	.422	.000	.135	.000	.319	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.308	.000	.001	.432	.022		.897	.201	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_21	Pearson Correlation	.009	.047	-.035	-.147	.059	.143	.064	-.036	.061	.112	.003	.079	-.080	.053	.020	-.035	.024	.065	-.227*	-.013	1	-.185	.148
	Sig. (2-tailed)	.931	.644	.729	.144	.557	.156	.525	.719	.547	.268	.980	.436	.426	.598	.841	.726	.812	.523	.023	.897		.065	.141
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
soal_22	Pearson Correlation	.229*	-.030	.002	.046	.042	.120	.129	.005	.101	-.002	.301*	.116	.309*	.236*	.194	.131	.071	.181	.118	.129	-.185	1	.285**
	Sig. (2-tailed)	.022	.764	.986	.649	.678	.235	.201	.958	.316	.986	.002	.250	.002	.018	.053	.192	.480	.072	.243	.201	.065		.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.429*	.090	.252*	.232*	.669*	.320*	.556*	.284*	.616*	.512*	.716*	.531*	.457*	.788*	.431*	.693*	.533*	.266*	.312*	.738*	.148	.285*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.374	.011	.020	.000	.001	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.002	.000	.141	.004	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 5

Tabel untuk Perhitungan Statistik

Tabel Nilai – nilai r Product Moment

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148

18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Lampiran 6

Tabel untuk Perhitungan Statistik
Tabel Distribusi - t

	α					α			
df	0.10	0.05	0.02	0.01	df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	6.314	12.706	31.821	63.657	51	1.675	2.008	2.402	2.676

2	2.920	4.303	6.965	9.925	52	1.675	2.007	2.400	2.674
3	2.353	3.182	4.541	5.841	53	1.674	2.006	2.399	2.672
4	2.132	2.776	3.747	4.604	54	1.674	2.005	2.397	2.670
5	2.015	2.571	3.365	4.032	55	1.673	2.004	2.396	2.668
6	1.943	2.447	3.143	3.707	56	1.673	2.003	2.395	2.667
7	1.895	2.365	2.998	3.499	57	1.672	2.002	2.394	2.665
8	1.860	2.306	2.896	3.355	58	1.672	2.002	2.392	2.663
9	1.833	2.262	2.821	3.250	59	1.671	2.001	2.391	2.662
10	1.812	2.228	2.764	3.169	60	1.671	2.000	2.390	2.660
11	1.796	2.201	2.718	3.106	61	1.670	2.000	2.389	2.659
12	1.782	2.179	2.681	3.055	62	1.670	1.999	2.388	2.657
13	1.771	2.160	2.650	3.012	63	1.669	1.998	2.387	2.656
14	1.761	2.145	2.624	2.977	64	1.669	1.998	2.386	2.655
15	1.753	2.131	2.602	2.947	65	1.669	1.997	2.385	2.654
16	1.746	2.120	2.583	2.921	66	1.668	1.997	2.384	2.652
17	1.740	2.110	2.567	2.898	67	1.668	1.996	2.383	2.651
18	1.734	2.101	2.552	2.878	68	1.668	1.995	2.382	2.650
19	1.729	2.093	2.539	2.861	69	1.667	1.995	2.382	2.649
20	1.725	2.086	2.528	2.845	70	1.667	1.994	2.381	2.648
21	1.721	2.080	2.518	2.831	71	1.667	1.994	2.380	2.647
22	1.717	2.074	2.508	2.819	72	1.666	1.993	2.379	2.646
23	1.714	2.069	2.500	2.807	73	1.666	1.993	2.379	2.645
24	1.711	2.064	2.492	2.797	74	1.666	1.993	2.378	2.644
25	1.708	2.060	2.485	2.787	75	1.665	1.992	2.377	2.643

26	1.706	2.056	2.479	2.779	76	1.665	1.992	2.376	2.642
27	1.703	2.052	2.473	2.771	77	1.665	1.991	2.376	2.641
28	1.701	2.048	2.467	2.763	78	1.665	1.991	2.375	2.640
29	1.699	2.045	2.462	2.756	79	1.664	1.990	2.374	2.640
30	1.697	2.042	2.457	2.750	80	1.664	1.990	2.374	2.639
31	1.696	2.040	2.453	2.744	81	1.664	1.990	2.373	2.638
32	1.694	2.037	2.449	2.738	82	1.664	1.989	2.373	2.637
33	1.692	2.035	2.445	2.733	83	1.663	1.989	2.372	2.636
34	1.691	2.032	2.441	2.728	84	1.663	1.989	2.372	2.636
35	1.690	2.030	2.438	2.724	85	1.663	1.988	2.371	2.635
36	1.688	2.028	2.434	2.719	86	1.663	1.988	2.370	2.634
37	1.687	2.026	2.431	2.715	87	1.663	1.988	2.370	2.634
38	1.686	2.024	2.429	2.712	88	1.662	1.987	2.369	2.633
39	1.685	2.023	2.426	2.708	89	1.662	1.987	2.369	2.632
40	1.684	2.021	2.423	2.704	90	1.662	1.987	2.368	2.632
41	1.683	2.020	2.421	2.701	91	1.662	1.986	2.368	2.631
42	1.682	2.018	2.418	2.698	92	1.662	1.986	2.368	2.630
43	1.681	2.017	2.416	2.695	93	1.661	1.986	2.367	2.630
44	1.680	2.015	2.414	2.692	94	1.661	1.986	2.367	2.629
45	1.679	2.014	2.412	2.690	95	1.661	1.985	2.366	2.629
46	1.679	2.013	2.410	2.687	96	1.661	1.985	2.366	2.628
47	1.678	2.012	2.408	2.685	97	1.661	1.985	2.365	2.627
48	1.677	2.011	2.407	2.682	98	1.661	1.984	2.365	2.627
49	1.677	2.010	2.405	2.680	99	1.660	1.984	2.365	2.626

50	1.676	2.009	2.403	2.678	100	1.660	1.984	2.364	2.626
					10000	1.645	1.960	2.327	2.576

Lampiran 6

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepentingan

No	Soal 1	Soal 2	Soal 3	Soal 4	Soal 5	Soal 6	Soal 7	Soal 8	Soal 9	Soal 10	Soal 11	Soal 12	Soal 13	Soal 14	Soal 15	Soal 16	Soal 17	Soal 18	Soal 19	Soal 20	Soal 21	Soal 22	Total
1	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	79
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
3	5	4	4	3	2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	87
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	82
5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	100
6	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	103
7	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	95
8	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	94
9	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
10	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	87
11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	82
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
14	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
15	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	85
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
17	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	84
18	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	81
19	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	85
20	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	87
21	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	92
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	5	103
23	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	84
24	1	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	3	3	4	75
25	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	3	4	4	83

26	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	82
27	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	80
28	3	5	5	4	4	5	2	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	89
29	3	3	5	4	2	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	1	3	4	1	74
30	3	5	2	1	1	2	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	61
31	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	2	4	5	5	5	4	2	4	3	83
32	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	90
33	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	83
34	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	76
35	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	81
36	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	2	4	3	81
37	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	3	81
38	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	92
39	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	71
40	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	80
41	5	5	4	4	4	5	3	4	2	5	4	5	3	2	3	4	5	4	3	4	4	4	86
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	90
43	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	4	4	5	4	5	3	5	80
44	3	4	5	3	4	5	3	3	4	2	2	1	3	2	4	4	5	3	2	2	3	5	72
45	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3	86
46	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	83
47	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	5	92
48	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	94
49	5	4	4	5	5	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	94
50	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	96
51	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	2	3	4	73
52	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	78
53	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	2	5	4	2	3	4	80
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	2	4	3	1	2	4	73
55	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	87
56	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	5	3	5	4	3	3	4	82
57	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	2	4	95

58	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	3	4	95
59	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	95
60	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	2	5	95
61	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	92
62	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	96
63	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	95
64	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	2	5	92
65	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	94
66	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	2	3	4	80
67	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	96
68	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	5	95
69	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	2	5	96
70	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	4	93
71	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	96
72	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	92
73	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	2	5	91
74	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	2	5	4	4	5	5	98
75	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	94
76	4	3	5	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	91
77	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	96
78	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	96
79	5	5	3	4	3	5	5	5	2	5	5	4	5	3	4	5	3	5	4	1	2	4	87
80	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	92
81	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	5	4	4	1	4	5	5	5	4	1	4	4	86
82	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	5	97
83	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	2	4	96
84	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	2	5	94
85	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	97
86	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	90
87	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	93
88	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	2	5	94
89	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	97

90	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	3	90
91	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	2	5	93
92	4	5	5	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	92
93	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	88
94	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	87
95	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	101
96	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	5	96
97	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	88
98	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	92
99	4	5	3	5	4	3	5	2	4	2	3	2	1	5	4	5	4	5	5	4	4	3	82
100	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	2	2	1	1	5	5	5	4	5	3	3	5	83
Total	380	420	427	419	384	430	380	415	390	412	415	396	384	382	405	434	378	449	405	377	327	415	8824

Lampiran 7

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan

No	Soal 1	Soal 2	Soal 3	Soal 4	Soal 5	Soal 6	Soal 7	Soal 8	Soal 9	Soal 10	Soal 11	Soal 12	Soal 13	Soal 14	Soal 15	Soal 16	Soal 17	Soal 18	Soal 19	Soal 20	Soal 21	Soal 22	Total
1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	88
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	91
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
6	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
7	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	103
8	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	100
9	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	97
10	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
12	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	79
13	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	85
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
15	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	78
16	3	5	4	1	2	3	5	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	70
17	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	84
18	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	2	4	4	81
19	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	89
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	84
21	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	96
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	85
23	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	89
24	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	92
25	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	2	1	4	2	3	4	4	70

26	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	85
27	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	5	4	3	3	4	82
28	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	91
29	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	2	4	4	86
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	87
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
32	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	80
33	4	4	5	5	3	5	4	4	4	3	2	3	4	3	4	1	4	4	4	1	3	5	79
34	3	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	84
35	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87
36	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	90
37	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	82
38	2	3	4	3	4	4	3	4	2	4	2	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	71
39	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	90
40	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	1	2	4	4	5	4	5	4	3	4	85
41	3	4	3	3	5	5	4	5	3	3	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	2	5	84
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	90
43	3	5	4	4	5	5	4	3	3	2	4	5	2	3	4	4	3	5	1	2	5	4	80
44	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	79
45	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	84
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	91
47	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	74
48	2	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	5	4	2	5	4	78
49	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	83
50	4	3	4	4	3	4	1	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	5	4	2	4	4	76
51	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	75
52	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	84
53	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	81
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	2	4	82
55	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	4	4	72
56	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	3	83
57	4	5	5	5	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	1	4	78

58	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	2	4	4	3	2	3	4	74
59	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3	2	3	4	73
60	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	1	4	2	2	4	4	2	2	4	67
61	4	5	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	2	2	4	78
62	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4	2	4	2	1	4	4	2	4	4	69
63	2	5	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	2	4	1	3	4	4	2	4	4	72
64	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	1	4	5	3	2	4	4	74
65	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	88
66	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	1	2	4	4	2	3	4	71
67	4	4	4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	2	4	2	4	5	4	2	2	4	76
68	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	83
69	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	80
70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	80
71	4	5	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	1	5	77
72	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	2	4	84
73	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	2	4	83
74	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	1	1	5	71
75	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	2	3	4	2	4	1	4	4	4	2	3	4	78
76	3	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	95
77	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	2	3	4	78
78	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	1	2	5	4	1	2	4	72
79	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	5	4	2	2	4	74
80	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	2	4	5	80
81	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	5	84
82	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	94
83	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	86
84	5	5	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	1	5	81
85	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	1	4	2	3	4	4	1	3	4	70
86	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	2	4	4	4	1	4	4	72
87	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	1	4	89
88	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	1	4	80
89	4	5	5	4	3	3	4	5	4	2	4	5	3	1	4	1	4	4	4	1	4	4	78

90	4	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	1	3	4	78
91	2	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	1	2	4	79
92	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	94
93	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	2	2	4	81
94	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	78
95	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	1	5	88
96	4	3	5	5	3	3	3	4	3	3	2	4	4	2	4	1	3	4	4	3	2	4	73
97	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2	4	4	80
98	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	1	2	4	4	2	4	4	75
99	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	5	82
100	4	4	5	5	3	3	4	4	2	2	5	5	5	5	4	4	4	5	3	2	5	5	88
Total	372	415	415	412	357	398	370	399	375	362	349	380	373	318	395	324	370	423	390	302	320	413	8232

Lampiran 8

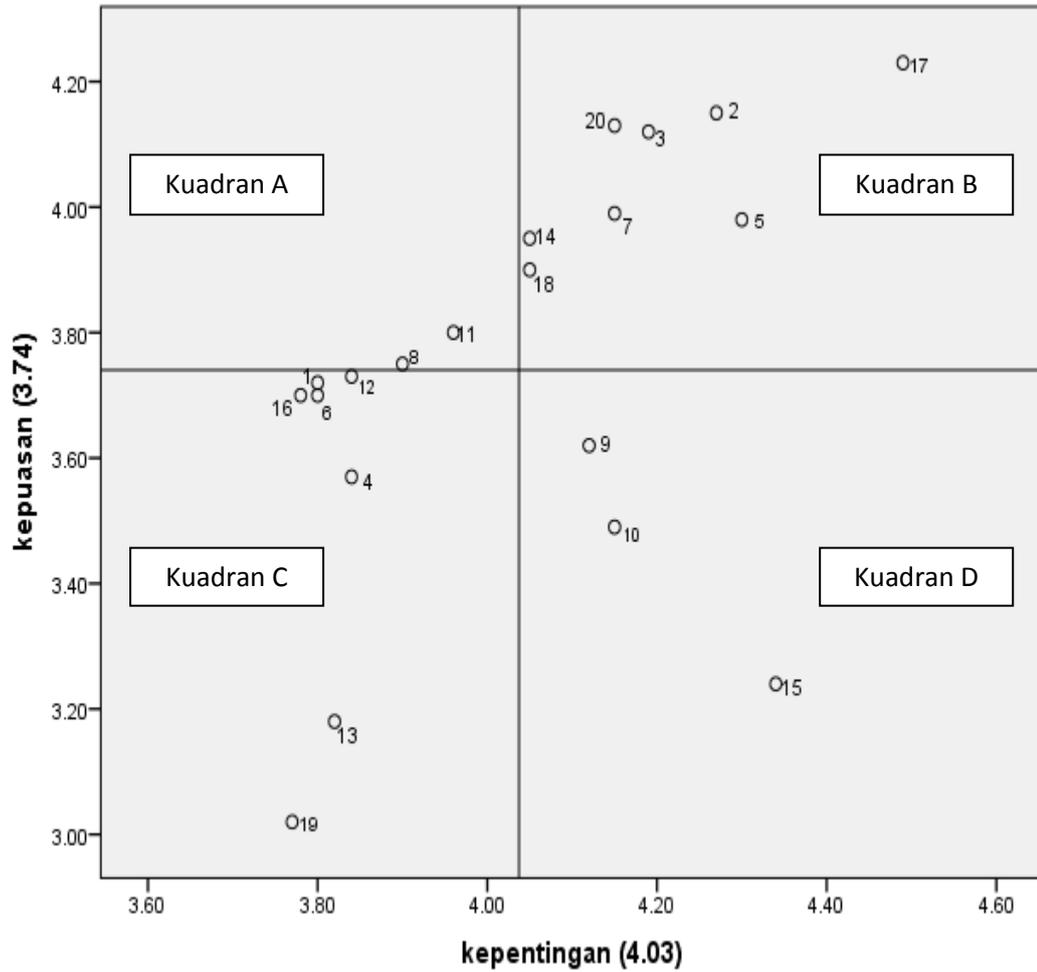
Output Hasil *Descriptive Statistic*

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kepuasan	100	67	103	82.32	7.513
kepentingan	100	61	103	88.24	7.683
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 9

Output Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kepuasan





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B.55/In.14/G.1/G.4b/TL.00/05/2016 Padangsidimpuan, 10 Mei 2016
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

Kepada
Yth. Pimpinan Kantor Pelayanan Pajak Pratama
Kota Padangsidimpuan
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Kiki Vinni Wulandari
NIM : 12 230 0063
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul
"Analisis Kualitas Pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Kota
Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin
riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima
kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH DJP SUMATERA UTARA II

JALAN KAPT.M.H SITORUS NO.2, PEMATANG SIANTAR 21116
TELEPON (0622) 27388, 27594, FAKSIMILE (0622) 432466; SITUS : <http://www.pajak.go.id>
LAYANANA INFORMASI DAN KELUHAN KRING PAJAK (021) 500200
EMAIL pengaduan@pajak.go.id

Nomor : S- **02** /WPJ.26/BD.05/2016
Sifat : Biasa
Hal : Pemberian Izin Riset

13 Juni 2016

Yth. Kepala KPP Pratama Padang Sidempuan
Jl. Jend. Sudirman No. 6
Padang Sidempuan

Sehubungan dengan surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor :
B-8541/In.14/G.1/G.4b/TL.00/05/2016 hal Permohonan Izin Riset tanggal 10 Mei 2016 yang

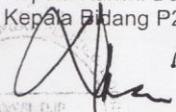
Saudara setuju atas:

Nama/NPM : Kiki Vinni Wulandari
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan
Judul Skripsi : "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak
(KPP) Pratama Kota Padang Sidempuan"

dengan ini Kanwil DJP Sumatera Utara II memberikan izin untuk membantu memberikan kesempatan penelitian dan/atau memberikan bahan-bahan keterangan/data untuk keperluan akademis yang tidak untuk dipublikasikan dan tidak menyangkut rahasia jabatan/negara sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 34 UU KUP.

Selanjutnya setelah selesai melaksanakan riset penelitiannya, agar kepada mahasiswa yang bersangkutan diminta untuk memberikan satu *soft-copy* hasil riset/penelitian tersebut sebagai bahan masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak. *Soft-copy* dapat dikirim melalui email ke alamat sebagai berikut: perpustakaan@pajak.go.id.

a.n. Kepala Kanwil DJP Sumatera Utara II
Kepala Bidang P2 Humas,


Mohammad Nthai
NIP 195812141980031001



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDERAL PAJAK SUMATERA UTARA II
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA PADANG SIDEMPUNAN

JALAN JEND. SUDIRMAN NO. 6, PADANG SIDEMPUNAN
TELEPON (0634) 26138, 26141; FAKSIMILE (0634) 22626; SITUS www.pajak.go.id
LAYANAN INFORMASI DAN KELUHAN KRING PAJAK (021) 500200
EMAIL Pengaduan@pajak.go.id

SURAT KETERANGAN
KET- 41 /WPJ.26/KP.05/2016

Menerangkan bahwa Mahasiswi Program Studi S1 Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempunan, yang namanya sebagai berikut:

1. Nama/ NPM : Kiki Vinni Wulandari
NIM : 12 230 0063
Fakultas : FEBI
Jurusan : Ekonomi Syariah

telah selesai melakukan riset/penelitian dengan judul skripsi "Analisis Kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Padang Sidempunan", yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2016 sampai dengan 19 Agustus 2016 di KPP Pratama Padang Sidempunan.

Selanjutnya kepada mahasiswi yang bersangkutan diminta untuk memberikan satu *soft-copy* hasil riset/penelitian tersebut sebagai bahan masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak. *Soft-copy* dapat dikirim melalui email ke alamat sebagai berikut: perpustakaan@pajak.go.id.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Padang Sidempunan, 29 Agustus 2016
Kepala KPP Pratama Padang Sidempunan



Iman Pinem
NIP 196809161993101001



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : In. 19/G.4a/PP/099^h₅/2016

Padangsidempuan, 10 Februari 2016

Aspiran : -

: **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

Bapak /Ibu :

1. Rukiah Lubis, S.E., M.Si
2. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M

Di

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkaji Penerimaan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini sebagai berikut:

Nama : KIKI VINNI WULANDARI
NIM : 12 230 0063
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah-4
Sem/Thn. Akademik : VIII/2015-2016
Judul Skripsi : **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR
PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA KOTA
PADANGSIDIMPUAN**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi pembimbing I dan pembimbing II dalam penelitian dan penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian disampaikan dan atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Ditgetahui :

dan,

M. Atahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP.19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan

Rukiah SE, M.Si
NIP.19760324 20004 2 002

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

SEDIYA/TIDAK BERSEDIA
SEBAGAI PEMBIMBING I

Rukiah Lubis, SE., M.Si
NIP.19760324 20004 2 002

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
SEBAGAI PEMBIMBING II

Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004