

ANALISIS KUALITAS LAYANAN E-GOVERNMENT MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (STUDI KASUS KANTOR SAMSAT KOLAKA)

Article history
Received
3 Oktober 2020

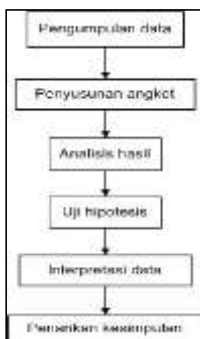
Accepted
6 Mei 2021

Nurfitria Ningsi^{a*}, Gusnawati^b, Noorhasanah. Z^c

*Corresponding author
nurfitrianingsi35@gmail.com

^{abc}Program Studi Sistem Informasi Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Sulawesi Tenggara Indonesia

Graphical abstract



Abstract

The objective of this study is to find out the service quality of the motor vehicle tax information system at the SAMSAT Kolaka Office, where the analysis model used is five-dimensional SERVQUAL with a total of 100 respondents. Based on the results of statistical calculations there is a gap between perceptions and expectations of the service quality of the vehicle tax information system for each of the dimensions of Servqual, where the tangibels variable there is an average gap of (-0.415), reability (-0.19), responsiveness (-0.28667), assurance (-0.26667), empathy (-0.17), and Y variable (-0.36571). From the multiple regression calculations using SPSS, there are several variables that have no effect on customer satisfaction because a significant level value greater than 0.05 includes assurance variable with a significant value of 0.590 and empathy variable with a significant value of 0.113. the addition of other variables in exploring consumer satisfaction with the quality of motor vehicle tax information system services.

Keywords: service quality, e-government, SIZ, Vehicle Tax

Abstrak

Objektif dari studi ini adalah Untuk mengetahui kualitas pelayanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada Kantor SAMSAT kolaka, dimana model analisis yang digunakan adalah lima dimensi SERVQUAL dengan total Responden 100 orang. Berdasarkan hasil perhitungan statistik terdapat *gap* antara persepsi dan harapan dari kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan untuk masing-masing dimensi Servqual, dimana pada variabel *tangibels* terdapat rata-rata *gap* sebesar (-0.415), *reability* (-0.19), *responsiveness* (-0.28667), *assurance* (-0.26667), *empathy* (-0.17), dan variabel Y sebesar (-0.36571). Dari perhitung regresi berganda yang menggunakan SPSS ada beberapa variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai taraf signifikan yang lebih besar dari 0.05 diantaranya variabel *assurance* dengan nilai signifikan sebesar 0.590 dan variabel *empathy* yang nilai signifikan sebesar 0.113. penambahan variabel lain dalam menggali kepuasan konsumen atas kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor.

Kata kunci: kualitas layanan, e-government, SIZ, Pajak Kendaraan Bermotor

© 2021 Penerbit Fakultas Teknik Unkhair. All rights reserved

1.0 INTRODUCTION

Pajak sebagai sumber pendapatan potensial bagi pemerintah. Dalam Undang-Undang No.28 tahun 2007 menjelaskan terkait ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pajak didefinisikan pula sebagai kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Sehingga pajak merupakan iuran yang balas jasanya tidak dapat dirasakan secara langsung oleh wajib pajak. Hal tersebut dikarenakan pajak yang dibayarkan langsung masuk ke kas Negara dan dipergunakan dalam rangka kegiatan pembangunan Indonesia dan pembiayaan lainnya, [1].

Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) sebagai institusi yang memberikan pelayanan jasa pembayaran pajak kendaraan bermotor yang didalamnya melibatkan tiga instansi yaitu Dispenda Provinsi, Polri, dan Jasa Rahaja. Saat ini Sistem informasi yang digunakan untuk melakukan pelayanan perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) pada kantor SAMSAT kolaka adalah Sistem Informasi Samsat *online* (SIZ). Dimana dalam penerapannya Sistem Informasi Samsat online (SIZ) masih kurang maksimal dimana sering ditemukannya keluhan terkait pelayanannya lama yang tidak sesuai dengan standar waktu yang ada.

Berdasarkan permasalahan di atas penting kiranya untuk mengetahui kualitas pelayanan sistem informasi SAMSAT Kabupaten Kolaka dengan menggunakan metode Servqual (*service quality*). Adapun Metode Servqual sendiri merupakan metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan karena frekuensi penggunaannya yang tinggi, Servqual memenuhi syarat validitas secara statistik [2], [3], [4], [5], [6]. Metode servqual terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *Tangible* (bukti terukur), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Studi ini dapat dijadikan sebagai rekomendasi bagi pihak SAMSAT kolaka tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen saat ini sehingga dapat mengembangkan pelayanan.

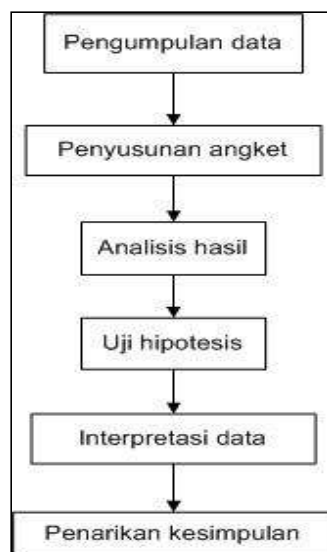
2.0 METODE

Penggunaan metode SERVQUAL dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan sistem informasi SIZ yang diterapkan kantor SAMSAT kabupaten kolaka dengan Variabel Independen (Xn) antara lain : tangibles (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance(X4), empathy (X5). Variabel dependen (Y) = Kepuasan penerima layanan sistem. Dengan Responden 100 orang yang terdiri dari 50 orang pegawai SAMSAT yang menggunakan sistem dan 50 masyarakat yang menerima pelayanan dari sistem tersebut. Skala likert menggunakan ukuran data ordinal selanjutnya skor jawaban responden di jumlahkan dan dirata-ratakan menjadi skor rata-rata, skor inilah yang kemudian ditafsirkan sebagai posisi penilaian dalam skala likert. Kuesioner dengan skala likert (1-5) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Samsat. Kepuasan konsumen menentukan adanya gap antara harapan konsumen dan tingkat layaknya yang diterima. Berikut tabel skala likert yang digunakan dalam studi ini:

Tabel 1 Ukuran Skala Likert

No	<i>Expectation</i>	<i>Perception</i>
1	Sangat tidak setuju : 1	Sangat tidak setuju : 1
2	Tidak setuju : 2	Tidak setuju : 2
3	Netral : 3	Netral : 3
4	Setuju : 4	Setuju : 4
5	Sangat setuju :5	Sangat setuju :5

Hasil analisis dari pengolahan kuesioner dijadikan rekomendasi yang dapat dinyatakan dalam nilai numerik yang mencerminkan tingkat kepentingan variabel. Penetapan besarnya nilai hasil ini didasarkan pada kesenjangan antara kepuasan harapan dan kepuasan yang diterima saat ini. Nilai kesenjangan negatif berarti lebih rendah dari yang diharapkan. Dan untuk mengidentifikasi pengaruh variable bebas terhadap variable terikat digunakan persamaan regresi linear berganda. Variable terikat (dependent variabel) dan sebagai variable bebas (independent variabel). desain kausal yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variable terikat. variabel bebas terdiri dari Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Empathy (X5). Dan variabel terikat dari usulan penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Tahapan studi ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Tahapan Penelitian

2.1 pengumpulan data

Observasi dilakukan untuk menentukan tempat penelitian dan melakukan survey terhadap tempat dalam hal ini yaitu pada kantor SAMSAT Kolaka, proses wawancara pegawai dan konsumen yang menggunakan jasa pelayanan untuk memperoleh keterangan dan data-data yang diperlukan yang berkaitan dengan penelitian.

2.2 Penyusunan Angket

Penyusunan angket dengan yang bersumber dari studi kepustakaan yang nantinya akan diikutsertakan dalam analisis maupun sebagai dasar untuk menyusun kuesioner. Penyebaran kuisisioner dengan cara mengedarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang telah ditetapkan. Penggunaan skala likert untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Samsat. Kepuasan konsumen menentukan adanya gap antara harapan konsumen dan tingkat layaknya yang diterima.

2.3 Analisis hasil

Analisis hasil menggunakan metode SERVQUAL [3] dengan cara menganalisis gap antara tingkat harapan dan persepsi kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan Masing-masing responden diberikan dua jenis pertanyaan. Pertanyaan pertama mengenai tingkat harapan terhadap kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan. Pertanyaan kedua mengenai tingkat persepsinya terkait dengan kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan. Dari hasil yang diperoleh, maka bisa diketahui tingkat kualitas layanan system informasi pajak kendaraan dengan membandingkan hasil dari kedua pertanyaan tersebut [7]. Analisis hasil menggunakan:

2.3.1 Uji Validitas

Uji validitas untuk menguji apakah instrumen penelitian layak dijadikan alat ukur penelitian [7].

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

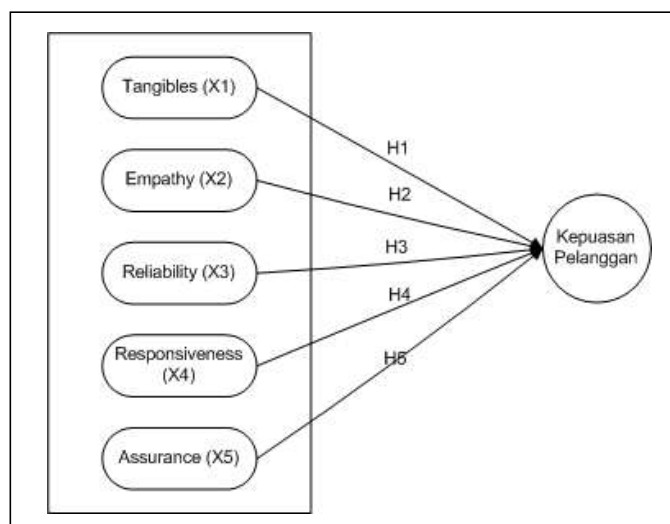
2.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas menggunakan teknik belah dua (split half) yang dianalisis dengan rumus Sperman Brown [7].

$$r_1 = \frac{2.r_b}{1+r_b}$$

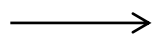
2.4 Uji Hipotesis

Selanjutnya Uji hipotesis menggunakan asumsi regresi yang memberikan hasil yang representative. Uji asumsi yang digunakan dalam studi ini menggunakan software SPSS (Statistical Product and Service Solutions) [8]. Berikut kerangka konseptual yang diajukan merujuk pada [9] dalam studi ini:

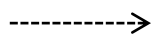


Gambar 2 Kerangka Konseptual

Keterangan :



: Parsial



: Simultan

Hipotesis yang diajukan

H1 : *Tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Kolaka.

H2 : *Tangible* diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Kolaka.

H3 : *Empathy* diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Kolaka.

H4 : *Reliability* diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Kolaka.

H5 : *Responsiveness* diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Kolaka.

H6 : *Assurance* diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor Samsat Kolaka.

2.5 Proses Interpretasi data

Interpretasi data dengan menterjemahkan data kedalam bahasa yang mudah dipahami oleh orang lain.

2.6 Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan berisi deskripsi singkat terkait hasil interpretasi data.

3.0 Hasil dan Pembahasan

Pengisian angket yang melibatkan 100 orang yang terdiri dari 50 orang pihak karyawan SAMSAT dan 50 orang masyarakat yang menerima layanan dari aplikasi SIZ dengan skala pengukuran menggunakan skala likert. Untuk menganalisis gap antara tingkat harapan dan persepsi kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan, maka digunakan uji *f* berpasangan. Masing-masing responden diberikan dua jenis pertanyaan. Pertanyaan pertama mengenai tingkat harapan terhadap kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan. Pertanyaan kedua mengenai tingkat persepsinya terkait dengan kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan.

3.1 Uji Validitas

Dari pengujian validitas diatas dapat dilihat bahwa dari 13 butir soal yang mewakili variabel *x* (variabel bebas) yaitu Kualitas Layanan Pajak Kendaraan terlihat nilai-nilai validitasnya, adapun dasar pengambilan keputusan yaitu apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir soal dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian, sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir soal dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam penelitian. Nilai r_{tabel} dapat dicari pada tabel nilai-nilai r product moment dengan ketentuan $r_{tabel} = N=50$ dan taraf signifikan yaitu 5% jadi nilai $r_{tabel} = 0,27$ dengan demikian butir soal pada variabel *X* dapat dinyatakan bahwa semuanya valid dengan melihat nilai r_{hitung} dari semua item soal lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Dari hasil pengujian validitas pada variabel *y* diperoleh nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} . Nilai r_{hitung} di peroleh dari hubungan antara jawaban responden dengan skor total jawaban responden dengan menggunakan perintah *correl* pada excel sedangkan untuk nilai r_{tabel} di peroleh dari nilai product moment. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa variabel *Y* yang butir soalnya berjumlah 7 item semuanya valid karena nilai r_{hitung} tiap butir pertanyaan yaitu $p1(0,540)$, $p2(0,541)$, $p3(0,435)$, $p4(0,679)$, $p5(0,62)$, $p6(0,627)$, $p7(0,54)$ lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang berjumlah $(0,279)$.

3.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai koefisien korelasi dan dalam penelitian ini diperoleh angka sebesar = 0,663. Koefisien korelasi ini kemudian dimasukkan dalam rumus Spearman Brown seperti dibawah ini:

$$r_1 = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

$$r_1 = \frac{2 \cdot 0,663}{1 + 0,663}$$

$$r_1 = 0,797$$

Berdasarkan perhitungan yang telah di lakukan dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* diperoleh nilai reabilitas dari seluruh instrument variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,797 dan dapat di katakan realibel karena memiliki koefisien Crombach Alpha di atas 0,60. Pernyataan ini sesuai dengan [9] yang mensyaratkan bahwa suatu instrument yang reliabel jika memiliki koefisien Crombach Alpha di atas 0,60.

Berdasarkan perhitungan yang telah di lakukan terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y) dengan menggunakan rumus Spearman Brown diperoleh nilai reabilitas dari seluruh instrument sebesar 0,603 dan dapat di katakana reabil karena memiliki koefisien Crombach Alpha di atas 0,60.

3.3 Analisis SERVQUAL

Mengacu pada [9], [10] diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa tingkat kualitas layanan system informasi pajak kendaraan memperoleh gap sebagai berikut:

Tabel 2 Analisis SERVQUAL

Dimensi	No	Perception	expectation	Gap (P-H)
<i>Tangibels</i>	1	4.24	4.7	-0.46
	2	4.24	4.68	-0.44
	3	4.68	4.36	-0.34
	4	4.34	4.76	-0.42
Rata-rata		-0.415		
<i>Reliability</i>	5	4.56	4.76	-0.2
	6	4.58	4.76	-0.18
Rata-rata		-0.19		
<i>Responsiveness</i>	7	4.36	4.74	-0.38
	8	4.5	4.8	-0.3
	9	4.6	4.78	-0.18
Rata-rata		-0.28667		
<i>Assurance</i>	10	4.34	4.82	-0.48
	11	4.68	4.84	-0.16
	12	4.52	4.68	-0.16
Rata-rata		-0.26667		
<i>Empathy</i>	13	4.6	4.94	-0.34
Rata-rata		-0.17		
Variabel Y	1	4.24	4.76	-0.52
	2	4.24	4.7	-0.46
	3	4.36	4.74	-0.38
	4	4.34	4.7	-0.36
	5	4.56	4.8	-0.24
	6	4.58	4.78	-0.2
	7	4.36	4.76	-0.4
Rata-rata		-0.36571		

Berdasarkan hasil perhitungan statistik seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2 diatas diketahui gap antara harapan dan persepsi dari kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan untuk masing-masing dimensi Servqual dan variabel Y dari kepuasan konsumen. Berikut ini adalah hasil dari analisis gap untuk masing-masing dimensi.

Pertanyaan 1 sampai 4 mengacu pada variabel tangibels dengan rata-rata gap yang diperoleh sebesar -0.415. Tingkat harapan para pengguna terhadap variabel tangibels pada layanan sistem informasi pajak kendaraan dapat dikatakan tinggi

karena rata-rata responden memberikan penilaian “setuju” dan “sangat setuju”. Dan pada tingkat persepsi, rata-rata responden juga menjawab “setuju” dan “sangat setuju” namun ada beberapa responden yang merasa belum puas dengan layanan yang diberikan sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan gap. Hal ini berarti memang terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan terkait kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada Kantor Samsat.

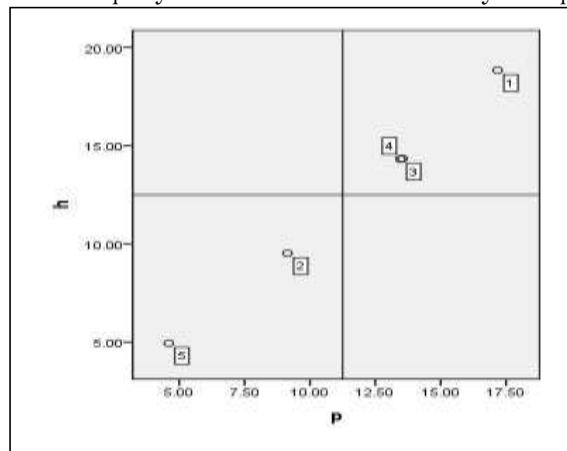
Pertanyaan 5 sampai 6 mengacu pada variabel reliability dengan rata-rata gap yang diperoleh sebesar -0.19. Tingkat harapan para pengguna terhadap variabel reliability pada layanan sistem informasi pajak kendaraan dapat dikatakan tinggi karena rata-rata responden memberikan penilaian “setuju” dan “sangat setuju”. Dan pada tingkat persepsi, rata-rata responden juga menjawab “setuju” dan “sangat setuju” namun ada beberapa responden yang merasa belum puas dengan layanan yang diberikan sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan gap. Hal ini berarti memang terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan terkait kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada Kantor Samsat.

Pertanyaan 7 sampai 9 mengacu pada variabel responsiveness dengan rata-rata gap yang diperoleh sebesar -0.28667. Tingkat harapan para pengguna terhadap variabel responsiveness pada layanan sistem informasi pajak kendaraan dapat dikatakan tinggi karena rata-rata responden memberikan penilaian “setuju” dan “sangat setuju”. Dan pada tingkat persepsi, rata-rata responden juga menjawab “setuju” dan “sangat setuju” namun ada beberapa responden yang merasa belum puas dengan layanan yang diberikan sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan gap. Hal ini berarti memang terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan terkait kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada Kantor Samsat.

Pertanyaan 10 sampai 12 mengacu pada variabel assurance dengan rata-rata gap yang diperoleh sebesar -0.26667. Tingkat harapan para pengguna terhadap variabel assurance pada layanan sistem informasi pajak kendaraan dapat dikatakan tinggi karena rata-rata responden memberikan penilaian “setuju” dan “sangat setuju”. Dan pada tingkat persepsi, rata-rata responden juga menjawab “setuju” dan “sangat setuju” namun ada beberapa responden yang merasa belum puas dengan layanan yang diberikan sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan gap. Hal ini berarti memang terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan terkait kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada Kantor Samsat.

Pertanyaan 13 mengacu pada variabel empathy dengan rata-rata gap yang diperoleh sebesar -0.34. Tingkat harapan para pengguna terhadap variabel empathy pada layanan sistem informasi pajak kendaraan dapat dikatakan tinggi karena rata-rata responden memberikan penilaian “setuju” dan “sangat setuju”. Dan pada tingkat persepsi, rata-rata responden juga menjawab “setuju” dan “sangat setuju” namun ada beberapa responden yang merasa belum puas dengan layanan yang diberikan sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan gap. Hal ini berarti memang terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan terkait kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada Kantor Samsat.

Pertanyaan 1 sampai 7 mengacu pada variabel Y dengan rata-rata gap yang diperoleh sebesar -0.36571. Tingkat harapan para pengguna terhadap variabel Y pada kepuasan konsumen dapat dikatakan tinggi karena rata-rata responden memberikan penilaian “setuju” dan “sangat setuju”. Dan pada tingkat persepsi, rata-rata responden juga menjawab “setuju” dan “sangat setuju” namun ada beberapa responden yang merasa belum puas dengan layanan yang diberikan sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan gap. Hal ini berarti memang terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan terkait kepuasan konsumen yang menerima pelayanan dari sistem informasi layanan pajak pada Samsat Kolaka.

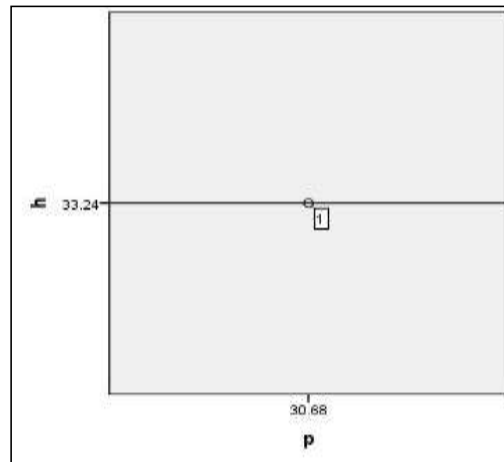


Gambar 3 Gap SERVQUAL pada dimensi Kualitas Pelayanan (X)

Adapun interpretasi dari gambar di atas yaitu :

1) Dimensi 1, 4, dan 3 merupakan golongan variabel yang perlu diperbaiki dan perlu dipertahankan karena pengguna yang menggunakan sistem telah puas dengan layanan dari pajak kendaraan tersebut yaitu (SIZ Online). 2) Dimensi 2 dan 5 merupakan daerah prioritas yang rendah karena variabel yang terdapat pada variabel ini (variabel reliability dan variabel empathy) dianggap kurang atau tidak penting oleh pengguna dan pelayannya kurang memuaskan akan tetapi bukan

berarti variabel ini tidak menjadi hal yang harus diperhatikan karena dimasa yang akan datang pernyataan atau atribut tersebut bisa menjadi hal yang dibutuhkan dalam menjalankan kualitas pelayanannya.



Gambar 4 Gap SERVQUAL pada dimensi Kepuasan Pengguna (Y)

Berdasarkan Gambar diatas terdapat faktor-faktor yang tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan ataupun kantor tersebut lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut pada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas yang lebih tinggi.

3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Table 1 Summary Model

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,867 ^a	0,752	0,723	0,09862

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4
b. Dependent Variable: Y

Tabel ini menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,867 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,752 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 75,2% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Table 2 Uji ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,295	5	0,259	26,626	0,000
	Residual	0,428	44	0,010		
	Total	1,723	49			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X3, X4

Tabel uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Hasil dari uji F pada gambar menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 26,626 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Dan dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Table 3 Uji Koefisien

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
	Std. Error			

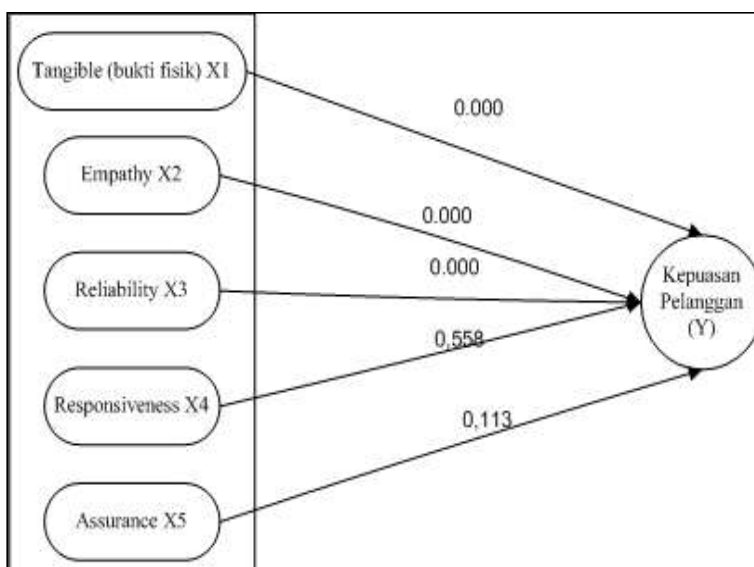
1	(Constant)	1.091	0,389		2,802	0,008
	X1	0,381	0,076	0,426	5,040	0,000
	X2	0,234	0,040	0,462	5,851	0,000
	X3	0,265	0,065	0,333	4,104	0,000
	X4	0,042	0,071	0,052	0,590	0,558
	X5	-0,067	0,041	-0,131	-1.617	0,113

a. Dependent Variable: Y

Uji koefisien dilakukan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel terikat kepada variabel bebas [8] tabel 3 menunjukkan hal sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel *tangibels* terhadap kepuasan konsumen
Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 16 diperoleh hasil uji t hitung untuk variabel *tangibels* sebesar 5.040 dengan tingkat signifikan 000 yang lebih kecil dari 0.05. berdasarkan kriteria tersebut *tangibels* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen
Nilai t hitung pada variabel *reliability* sebesar 5.851 dengan tingkat signifikan 0,00 yang lebih kecil 0.05 berdasarkan kriteria tersebut *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen
Nilai t hitung pada variabel *responsiveness* sebesar 4.104 dengan tingkat signifikan 0,00 yang lebih kecil 0.05 berdasarkan kriteria tersebut *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen
Nilai t hitung pada variabel *assurance* sebesar 0.590 dengan tingkat signifikan 0.558 yang lebih besar dari 0.05 berdasarkan kriteria tersebut *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5. Pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan konsumen
Nilai t hitung pada variabel *empathy* sebesar dengan tingkat signifikan 0.113 yang lebih besar dari 0.05 berdasarkan kriteria tersebut *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.5 Uji Hipotesis



Gambar 5 Uji Hipotesis

Berdasarkan Gambar diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa garis yang berbeda. Pada variabel tangibels, reability, responsiveness terdapat garis yang tidak terputus yang berarti bahwa ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan pada variabel assurance dan empathy terdapat garis putus yang berarti bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun pengujian yang dilakukan secara serentak (simultan) terdapat pengaruh pada kepuasan konsumen.

4.0 CONCLUSION

berdasarkan hasil perhitungan statistik ditemukan kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan bermotor pada kantor samsat kolaka masih kurang memuaskan terutama dimensi 2 dan 5 merupakan daerah prioritas yang rendah karena variabel yang terdapat pada variabel ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pengguna dan pelayanannya kurang memuaskan akan tetapi bukan berarti variabel ini tidak menjadi hal yang harus diperhatikan karena dimasa yang akan datang pernyataan atau atribut tersebut bisa menjadi hal yang dibutuhkan dalam menjalankan kualitas pelayanannya.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik terdapat gap antara persepsi dan harapan dari kualitas layanan sistem informasi pajak kendaraan untuk masing-masing dimensi Servqual, dimana pada variabel tangibles terdapat rata-rata gap sebesar (-0.415), reliability (-0.19), responsiveness (-0.28667), assurance (-0.26667), empathy (-0.17), dan variabel Y sebesar (-0.36571).

Dari perhitungan regresi berganda yang menggunakan SPSS ada beberapa variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai taraf signifikan yang lebih besar dari 0.05 diantaranya variabel assurance dengan nilai signifikan sebesar 0.590 dan variabel empathy yang nilai signifikan sebesar 0.113.

References

- [1] ani. (2019, april) <https://etalasepustaka.blogspot.com/2016/05/pengertian-pajak-menurut-uu-nomor-28-tahun-2007.html>. [Online]. <https://etalasepustaka.blogspot.com>
- [2] Dewi A, Febi S.N, "Analisis Kualitas Layanan E-commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-servqual," *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2016.
- [3] Fathoni, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan Metode Servqual," in *Konferensi Nasional Sistem dan Informatika*, Palembang, 2009.
- [4] Marlindawati, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan Servqual Method," in *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, 2013.
- [5] G,S Melia, "Analisis Sistem Informasi Aplikasi Online Kartu Kredit Menggunakan Metode Servqual," *Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, 2015.
- [6] Wahyu, P.H. Leon, A.B. Fatmasari, "Analisis Kualitas Tokopedia Menggunakan Metode ServQual," universitas binadarma, Palembang, skripsi 2016.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [8] spssindonesia. (2019, juni) <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>. [Online]. <https://www.spssindonesia.com>
- [9] Zeithaml et. al, *Service Marketing Avenue Of The Americas*, Fifth Edition ed. Newyork, USA: The Mc Graw-Hill Companies, 2009.
- [10] Zeithaml, L. Valerie A., Parasuraman, A., Berry, Leonardo L, ""Servqual; A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", " *Journal and Retailing, Springer page*, vol. Vol. 64, pp. 12-40, 1988.