

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KENYAMANAN PELANGGAN PADA KANTOR SAMSAT KOTA MEDAN

Ernita Siagian¹, Marupa Siregar²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara
Indonesia

Email: ernita14@gmail.com

ABSTRAK

terhadap kenyamanan pelanggan pada Kantor Samsat Kota Medan. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 2,926 lebih besar nilai t tabel sebesar 1.98422. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variabel fasilitas diperoleh nilai t hitung 5,472 lebih besar nilai t tabel sebesar 1. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 45,919 lebih besar nilai F tabel = 2.70. Supaya para pelanggan menikmati kenyamanan diperlukan penambahan fasilitas secara online yang bisa diakses oleh pelanggan dari rumah melalui fasilitas internet. Pelanggan dengan segala keterbatasan bisa bekerjasama dengan pihak lembaga terkait seperti kantor pos dan indomaret sebagai tempat tambahan dalam penyediaan tempat pembayaran.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kenyamanan Pelanggan

PENDAHULUAN

Memberikan pelayanan dengan skala prioritas kepada pelanggan memberikan nilai tambah tersendiri yang dapat dirasakan secara langsung agar pemenuhan kebutuhan dan hasrat untuk mendapatkan pelayanan dapat dipenuhi. Pelayanan yang dapat menjangkau semua pelanggan atau dengan mendengarkan aspirasi dari pelanggan termasuk digolongkan juga sebagai sumber informasi untuk memberikan pembaharuan. Organisasi dengan tingkat kepedulian yang tinggi terhadap masukan dari pelanggan biasanya juga diolah dengan sumber daya yang baik akan memberikan dampak positif terhadap organisasi. Pemberian pelayanan dengan antusias yang tinggi membuktikan kinerja dari setiap indikator telah memenuhi syarat keandalan dibandingkan dengan organisasi yang lain. Nilai lebih yang diberikan berupa pelayanan dibandingkan dengan

yang lain merupakan perwujudan atas jaminan pelayanan yang dapat dinikmati oleh pelanggan. Organisasi dengan kualitas pelayanan prima lebih disukai dengan oleh masyarakat dengan kesan diperlakukan secara wajar. Kesiapan pelanggan diperlakukan menjadi informasi yang beredar dimasyarakat artinya penerimaan terhadap orang lain hal yang menjadi diluar ekspektasi. Sarana mendukung dalam melaksanakan tugas dimulai dari tersedianya fasilitas kerja yang dapat digunakan membantu proses kerja. Dengan adanya fasilitas kerja akan merasakan kenyamanan dalam bekerja termasuk percayaan dalam ruang kerja yang ditujukan meningkatkan kenyamanan kerja. Kenyamanan lingkungan disekitar ruang kerja sangat berhubungan dengan prestasi kerja dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan yang melakukan transaksi dikantor Samsat Medan.

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam (Maulana, 2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Meskipun terjadi perbedaan terhadap pengertian jasa pelayanan. ___Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2016:157). Kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu jasa atau layanan secara menyeluruh sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. kualitas pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:248) mengemukakan terdapat lima indikator Kualitas Pelayanan sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reability*)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan.
2. Ketangkapan (*Responsiveness*)
Suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan.
3. Jaminan (*Assurance*)
Mengukur kemampuan dan kesepanan karyawan serta sifat yang terdapat di percaya yang dimiliki karyawan.
4. Empati (*Empathy*)
Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

5. Berwujud (*Tangibles*)

Menampilkan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Fasilitas

Menurut Pratama (2012) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut kemulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu jasa atau layanan secara menyeluruh sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. kualitas pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Bila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas.

Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2016:46) dalam mewujudkan fasilitas terdapat enam indikator untuk mengevaluasi hal tersebut, yaitu :

1. Perencanaan Spasial, Berkaitan dengan unsure jarak, lokasi, bentuk, dan ukuran. Hal ini sangat berkaitan dengan pemanfaatan waktu.
2. Perencanaan Ruang, Faktor yang meliputi perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan, dan perlengkapan didalam ruangan.
3. Perlengkapan, Sebagai instrumen pelengkap yang dapat mempersembahkan kenyamanan, sebagai dekorasi atau sebagai

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

- infrastruktur pendukung didalam penggunaan barang para pelanggan.
4. Tata Cahaya dan Warna, Pengaturan pada cahaya dan warna ruangan yang sesuai aktivitas yang dilakukan serta suasana yang ingin dibangun dalam ruangan tersebut.
 5. Instruksi yang disampaikan secara grafis , Penampilan visual, penempatan, penentuan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambing yang ingin digunakan untuk maksud tertentu.

Kenyamanan Pelanggan

Menurut Setyaningsih Sri Utami (2016) Kenyamanan adalah perasaan aman para konsumen atas pelayanan yang baik kepada pelanggan yang diberikan oleh bandara, yang dapat berupa perasaan senang yang dirasakan para konsumen atas jasa yang mereka dapatkan berupa pendingin ruangan AC, lingkungan yang bersih, sejuk dan nyaman. Kolcaba (dalam Martin, dkk, 2018) menyatakan bahwa kenyamanan adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman, kelegaan dan transeden.

Indikator Kenyamanan Pelanggan

Indikator kenyamanan pelanggan terbagi menjadi sebagai berikut :

- a. Kenyamanan fisik, merupakan jenis kenyamanan yang dapat dirasakan langsung oleh sensasi tubuh setiap orang.
- b. Kenyamanan psikospiritual, merupakan jenis nyaman yang berkenaan dengan kesadaran internal diri, yang meliputi konsep diri, harga diri, makna kehidupan, seksualitas hingga hubungan yang sangat dekat dan lebih tinggi.

- c. Kenyamanan lingkungan berkenaan dengan lingkungan, kondisi dan pengaruh dari luar kepada manusia seperti temperatur, warna, suhu, pencahayaan, suara.
- d. Kenyamanan sosial kultural berkenaan dengan hubungan interpersonal, keluarga, dan sosial atau masyarakat

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian dengan menggunakan penelitan statistik deskriptif yang dengan menggunakan data kualitatif yang bersumber dari penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan akan diinterpretasikan dalam bentuk table atau diagram dalam mempermudah mengetahui pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat. Semua data yang dikumpulkan akan diidentifikasi untuk menghasilkan informasi melalui variable independen kualitas pelayanan dan fasilitas serta variable terikat adalah kenyamanan pelanggan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Samsat Medan adalah sebanyak 132 responden. Dengan jumlah sampel $n = 99,2$ atau 99 menggunakan rumus Slovin.

Tehnik Penumpulan Data

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert mempunyai gradasi positif sampai negative dimana responden memilih salah satu jawaban yang disediakan dalam daftar pertanyaan mlai dari 1-5.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Variable kualitas pelayanan dengan validitas keandalan 0,795. Ketangkapan

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

0,737. Jaminan 0,7589. Empati 0,747. Berwujud 0,681. Untuk variable. Variable fasilitas dengan validitas perencanaan spasial 0,650. Perencanaan ruangan 0,77. Perlengkapan 0,827. Tata cahaya 0,739. Warna 0,647. Pesan disampaikan 0,609 . dengan demikian dapat disimpulkan bahwa validitas dari setiap variable lebih besar dari r tabel 0.1975 maka dinyatakan valid..

Uji Reliabilitas

Syarat reliabilitas Cronbach Alpha > 0,60. Variable kualitas pelayanan dengan reliabilitas 0,791 dan reliabilitas fasilitas 0,777 serta reliabilitas kenyamanan pelanggan 0,800. Dari hasil reliabilitas menunjukkan angka reliabilitas lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 berarti data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui apakah terdapat multikolinieritas atau tidak dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Hasil pengolahan diperoleh bahwa nilai VIF $1,584 \leq 10,00$ dan nilai Tolerance $0,631 \geq 0,10$, maka tidak terjadi multikolinieritas..

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Gletser dengan syarat nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan menggunakan uji Gletser menunjukkan signifikansi kualitas pelayanan 0,100 dan fasilitas 0,421 > 0,05 maka tidak terjadi kesamaan dari satu pengamatan dan pengamatan lainnya

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi: $Y = 2,776 + 0,236 X_1 + 0,271 X_2$ yaitu

1. Nilai konstanta 2,776 artinya kenyamanan pelanggan sebesar 27,76% jika kualitas pelayanan dan fasilitas sama dengan nol.
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,236 artinya kenyamanan pelanggan naik dan variabel lainnya tetap akibat kualitas pelayanan sebesar 23,6%.
3. Nilai koefisien regresi fasilitas sebesar 0,271 artinya kenyamanan pelanggan akan naik dan variabel lainnya tetap akibat fasilitas sebesar 27,1%.

Uji-t

Hasil uji-t Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 2,926 dan nilai variable fasilitas nilai t hitung 5,472 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802 berarti H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kenyamanan pelanggan secara parsial.

Uji-F

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 45,919 lebih besar nilai F tabel = 2.70 maka H_a diterima berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kenyamanan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,497. Hal ini berarti 49,7% kenyamanan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas sedangkan sisanya sebesar 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kenyamanan Pelanggan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kenyamanan pelanggan dibuktikan dengan hasil uji-t nilai t hitung 2,926 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kenyamanan pelanggan secara parsial.

Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jamilan tahun 2015. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kenyamanan Pelanggan

Pengaruh fasilitas terhadap kenyamanan pelanggan dengan hasil uji-t dan nilai variabel fasilitas nilai t hitung 5,472 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak artinya ada pengaruh fasilitas terhadap kenyamanan pelanggan secara parsial.

Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardi tahun 2013. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kenyamanan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 45,919 lebih besar nilai F tabel = 2.70 maka H_0 diterima berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kenyamanan pelanggan.

Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roni Saputra tahun 2015. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan pelanggan.

Kesimpulan

Dengan menggunakan pengujian diperoleh variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 2,926 lebih besar nilai t tabel sebesar 1.98422. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variabel fasilitas diperoleh nilai t hitung 5,472 lebih besar nilai t tabel sebesar 1. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 45,919 lebih besar nilai F tabel = 2.70

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Ghozali, I., 2005, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kelima, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta
- Lamb, CW., Joseph F., Hair Carl McD., 2006, *Pemasaran, Salemba Empat*, Jakarta.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Selatan: Salemba Empat.
- Nirwana (2004), *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, Penerbit Dioma, Malang
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

Sekaran, U., 2011, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.

Simamora, B., 2008, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Edisi ketiga. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono., 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, Alfabeta, Bandung

Swastha, B. Handoko, H., 2011, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta