

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(STUDI KASUS DALAM PELAYANAN PEMBUATAN SIM
DI SATLANTAS MEDAN)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

NILA SARI YUNITA

NIM. 51143053

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2018 M / 1439 H

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

**(STUDI KASUS DALAM PELAYANAN PEMBUATAN SIM
DI SATLANTAS MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Disusun Oleh:

NILA SARI YUNITA

NIM. 51143053

Program Studi

EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2018 M / 1439 H

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)**

Oleh:

NILA SARI YUNITA

Nim. 51143053

**Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam**

Medan, 23 Oktober 2018

Pembimbing I



Dr. M. Ridwan, MA
NIP. 197608202003121004

Pembimbing II



Annio Indah Lestari, SE, MSi
NIP. 197403092011012003

Mengetahui

Kepala Jurusan Ekonomi Islam



Dr. Marliah, MA
NIP. 197601262003122003

Skripsi berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS DALAM PELAYANAN PEMBUATAN SIM DI SATLANTAS MEDAN)” an. Nila Sari Yunita, NIM 51143053 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU Medan pada tanggal 02 November 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 30 November 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UIN SU

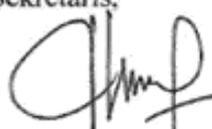
Ketua,



(Dr. Marliyah, MA)

NIP. 197601262003122003

Sekretaris,



(Imsar M. Si)

NIP. 198703032015031004

Anggota

1. (Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag)

NIP. 197604232003121002

2. (Dr. Marliyah, MA)

NIP. 197601262003122003

3. (Annio Indah Lestari, SE, M. Si)

NIP. 197403092011012003

4. (Imsar, M. Si)

NIP. 198703032015031004

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SU Medan



Dr. Andri Soemitra, MA

NIP. 197605072006041002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nila Sari Yunita
NIM : 51143053
Tempat/ Tgl Lahir : Medan, 08 April 1996
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Datuk Kabu No. 20B Medan Denai

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS DALAM PELAYANAN PEMBUATAN SIM DI SATLANTAS MEDAN)” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 30 November 2018



Yang Membuat Pernyataan

Nila Sari Yunita
Nila Sari Yunita

ABSTRAK

Nilai Sari Yunita, NIM 51143053. “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)*”. Dibawah bimbingan Pembimbing I Bapak Dr. M. Ridwan, MA dan Pembimbing II Ibu Annio Indah Lestari, SE, MSi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan, yang terdiri dari aspek bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan instrumen angket. Nilai r tabel validitas intrumen sebesar 0,344 dan semua pernyataan valid karena $> 0,344$ dan nilai reliabilitas sebesar 0,917. Subjek penelitian yang digunakan adalah pelanggan yang mendapatkan pelayanan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan yang berjumlah 35 orang. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan rumus persentase. Hasil penelitian menunjukkan dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pelayanan pembuatan SIM di Satlantas Medan sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 22,9%, sikap Puas sebesar 17,1%, sikap Cukup Puas sebesar 20,0%, sikap Tidak Puas sebesar 20,0%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 20,0%. Dapat disimpulkan Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus Dalam Pembuatan SIM di Satlantas Medan) adalah sangat puas dengan persentase 22,9%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diartikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan adalah Sangat Puas.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya skripsi yang berjudul “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)*” Ini dapat diselesaikan. Shalawat berangkaikan salam keharibaan Nabi besar Muhammad Saw. Mudah-mudahan kita mendapat syafaatnya di yaumul akhir kelak, Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penulisan maupun dari segi materi. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Binis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Marliyah, MA selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati, MA selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan sekaligus pembimbing akademik.
5. Bapak Dr. M. Ridwan, MA selaku pembimbing I dan Ibu Anio Indah Lestari, SE, MA selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahannya dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
6. Ibu dan Bapak Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang memberikan pelajaran dari semester awal sampai akhir perkuliahan.

7. Seluruh pegawai dan staf pembuatan SIM di Satlantas Medan yang telah membantu dalam penelitian ini.
8. Orang tuaku yang tercinta dan tersayang, Ayahanda Amrizal Koto, Ibunda Lianita Chaniago, Abangda Bripda Ilham Nofriandi CHN, adik-adikku Nirma Julianti dan Zulaika Putri, seluruh keluarga besarku yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan dukungannya selalu kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga besar Ekonomi Manajemen Syariah B Stambuk 2014 (muas, hasbi, auliya, aisyah, ayu, bella, candra, ridho, dio, faqih, finky, filza, fima, gilang, intan, Irma, isma, nisa, khoiriyah, kiki, lia, yoga, fadli, robby, patma, rani raudhoh, roma, daulay, dani, yanti, sulastri, ningsih, hafni, datin, ummi, yuhanna) terima kasih untuk kebersamaanya selama 4 tahun ini.
10. Teman-teman KKN 70 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2017 (husnul, ibnu, kiki, ayu, rukmana, hayati, fadel, supratman, rusdi, yulinda, nasriyah, lili, arum, mukhsin, yoga, rafiq, dicky, reza, elis, izuanda, awa, dedek, rasyid) Desa Sidodadi Ramunia 2017 terima kasih untuk kebersamaanya walau hanya 30 hari.
11. Keluarga Besar KSEI Universal Islamic Economic (rani, widya, nabila, ibnu, amin, ripai, cr, delima, deni, anwar, luthfi, irul, intan, ayu, yuli) terima kasih untuk kebersamaanya.
12. Sahabat-sahabatku Desna Sasmita Sari, Amd, Shanty Ria Kristina Silalahi, S.Pd, Lidya Nova Sianipar c. S.Pd, Suci Rahmadani c. S.Pd, Lusi Tania terima kasih untuk supportnya.
13. Dan untuk semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya dapat berdoa semoga kebaikan yang telah diberikan akan dibalas Allah dengan yang lebih baik.

Diharapkan tulisan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan

kekurangan. Kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Medan, 28 November 2018

Penulis

Nilu Sari Yunita

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah.....	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori.....	7
1. Pengertian Kualitas, Pelayanan dan Kualitas Pelayanan.....	7
a. Kualitas.....	7
b. Pelayanan.....	9
c. Kualitas Pelayanan	11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2. Konsep Kualitas Pelayanan	13
3. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2. Pengertian Jasa, Kepuasan, Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan	18
a. Jasa	18

b. Kepuasan	19
c. Pelanggan	20
d. Kepuasan Pelanggan	20
B. Penelitian Sebelumnya	24
C. Kerangka Teori	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	31
B. Subjek dan Lokasi Penelitian	31
C. Jenis dan Sumber Data	32
1. Jenis Data.....	32
2. Sumber Data	32
D. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi	32
2. Sampel	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Defenisi Operasional	35
G. Uji Instrumen Pengumpulan Data	35
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji Reliabilitas.....	36
H. Teknik Analisa Data	37

BAB IV TEMUAN DAN PENELITIAN

A. Surat Izin Mengemudi	39
1. Pengertian Surat Izin Mengemudi	39
2. Bentuk dan Penggolongan SIM.....	39
3. Fungsi Surat Izin Mengemudi	45
B. Karakteristik Responden.....	45
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47

1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	48
D. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	49
E. Pembahasan	56

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
3	Uji Validitas.....	48
4	Hasil Output Reliabilitas.....	49
5	Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	50
6	Distribusi Frekuensi Faktor Bukti Langsung (<i>Tangible</i>).....	52
7	Distribusi Frekuensi Faktor Keandalan (<i>Reliability</i>).....	53
8	Distribusi Frekuensi Faktor Daya Tanggap (<i>Responsive</i>).....	54
9	Distribusi Frekuensi Faktor Jaminan (<i>Assurance</i>).....	55
10	Distribusi Frekuensi Empati (<i>Emphaty</i>).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	Kerangka Teori.....	31
2	Diagram Kualitas Pelayanan.....	51
3	Diagram Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	52
4	Diagram Keandalan (<i>Reliability</i>).....	53
5	Diagram Daya Tanggap (<i>Responsive</i>).....	54
6	Diagram Jaminan (<i>Assurance</i>).....	55
7	Diagram Empati (<i>Emphaty</i>).....	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dengan kondisi persaingan yang cukup ketat dan penuh tantangan aparatur pemerintah dituntut untuk bisa memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada masyarakat dan berorientasi kepada kebutuhan masyarakat. Kualitas pelayanan kepada masyarakat ini menjadi salah satu indikator dari keberhasilan penyelenggara pemerintah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan¹. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap pelanggan/konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap pelanggan/konsumen.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai² sedangkan Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.³ Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik

¹ Azrul Azwar, *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996) hal. 55

² Tjiptono, Fandy dan G. Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005) hal. 195

³ Armstrong dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan* (Jakarta: PT.Indeks Gramedia, 2003) hal. 61

merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh pelanggan/konsumen.

Negara sebagai organisasi publik, pada dasarnya dibentuk untuk penyelenggaraan pelayanan masyarakat dan bukan dimaksudkan untuk berkembang menjadi besar sehingga mematikan organisasi publik lainnya. Meskipun organisasi publik memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan organisasi bisnis, akan tetapi tidak ada salahnya dalam operasionalnya menganut paradigma yang dianut dalam organisasi bisnis, yaitu : efisiensi, efektif, dan menempatkan masyarakat sebagai stakeholder yang harus dilayani sebaik-baiknya.

Fokus dari dinamika perbaikan kualitas pelayanan terletak pada kepuasan masyarakat yang disini berperan sebagai stakeholder, oleh karena itu perlu dipahami hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat.⁴ Pada dasarnya suatu organisasi yang bergerak dalam bidang jasa kunci keberhasilan terletak pada pelayanan yang diberikan kepada masyarakat (pengguna jasa). Haruslah disadari pula bahwa pelayanan dan kepuasan masyarakat sebagai pengguna jasa merupakan suatu aspek penting dalam rangka mempertahankan eksistensi suatu organisasi.

Meskipun demikian untuk mewujudkan kepuasan secara menyeluruh tidaklah mudah, apalagi masyarakat sekarang lebih terdidik dan betul-betul telah memahami haknya. Masyarakat akan selalu memperhatikan semua haknya dan dengan semaksimal mungkin akan menggunakannya untuk mendapatkan kepuasan kebutuhan. Dalam konteks *good governance*, pelayanan publik merupakan gerbang utama reformasi birokrasi instansi karena pelayanan publik adalah ruang dimana masyarakat dan aparatur negara berinteraksi secara langsung dengan masyarakat.

Disinilah pelayanan publik seharusnya menjadi lebih responsif terhadap kepentingan publik karena akan terpantau secara transparan kebijakan, prosedur dan perilaku yang menyimpang. Paradigma pelayanan publik berkembang dari

⁴ Abdul Talib Mustafa, *Kemitraan dalam Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Calpulis, 2017)

pelayanan yang sifatnya sentralistik ke pelayanan yang lebih memberikan fokus pada pengelolaan yang berorientasi kepuasan pelanggan.⁵

Kepolisian Republik Indonesia disini merupakan bagian fungsi pemerintahan Negara di bidang pemeliharaan dan keamanan, ketertiban masyarakat, penegak hukum, perlindungan, pengayom, dan pelayanan pada masyarakat. Secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa, polisi sangatlah lekat dengan pelayanan publik. Penerbitan administrasi lalu lintas pelayanan Surat Izin Mengemudi (SIM), pelayanan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), pelayanan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), dan pengaduan kehilangan, kecelakaan, kematian, keramaian dan lainnya adalah bentuk pelayanan dari instansi Kepolisian terhadap masyarakat.

Dalam suatu kenyataan di lapangan, tentang pengurusan SIM, STNK dan BPKB banyak masyarakat dalam mengurus pembuatan SIM cenderung menggunakan jasa "perantara", karena mereka merasa lebih cepat dan mudah untuk mendapatkan SIM tanpa harus menjalani berbagai prosedur. Tetapi tidak sedikit pula yang mengeluhkan keberadaan perantara pada Kantor Urusan SIM Satlantas Medan. Citra Polisi akan lebih baik lagi bila aparat Polri tidak mau menerima pemberian yang bersifat informal (pungli) sehingga masyarakat akan menghormati Polri sebagai aparat yang melayani dan mengayomi masyarakat.

Diharapkan dalam hal ini Polri dapat memberantas pencaloan untuk pengurusan SIM, STNK, dan BPKB. Beberapa keluhan dari masyarakat tentang pelayanan SIM diatas serta permintaan pembuatan SIM yang semakin meningkat di tiap tahunnya, membuat Polrestabes Medan khususnya Satlantas terus berupaya melakukan langkah-langkah baru dibidang pelayanan pembuatan SIM. Maka hal yang harus diingat bahwa pelayanan pada masyarakat merupakan tuntutan yang tidak bisa diabaikan, masyarakat merupakan bagian terpenting dari keberadaan dan kelangsungan suatu organisasi.

Kualitas pelayanan seringkali digunakan untuk melihat bagaimana kinerja pelayanan organisasi publik. Pelayanan umum di Kantor Urusan SIM

⁵ *Ibid*, h. 132

Satlantas Medan merupakan salah satu fungsi tugas pokok. Kualitas pelayanan tersebut mencerminkan kualitas dari instansi dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Melalui pelayanan publik yang dilaksanakan untuk masyarakat, maka instansi akan banyak dinilai oleh masyarakat. Kualitas pelayanan yang baik akan mencitrakan instansi pemerintah yang baik dimata masyarakatnya.

Pelayanan umum yang kurang baik tidak akan menciptakan suatu kepuasan pada masyarakat. Dari sinilah dapat disimpulkan dan dijadikan tolak ukur dimana dalam mewujudkan kepuasan pada masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, instansi maupun pemerintah haruslah mampu untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan mengevaluasi aspek-aspek kualitas pelayanan yang ada. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).⁶

Keberadaan Satlantas Medan sangatlah dibutuhkan masyarakat untuk menunjang kelancaran dalam pembuatan SIM, tuntutan masyarakat terhadap Satlantas Medan agar dapat meningkatkan pelayanan mereka merupakan keharusan bagi Satlantas Medan guna mewujudkan kualitas pelayanan yang baik, sehingga apa yang menjadi keinginan dan harapan pengguna jasa akan dapat tercapai.

Berdasarkan gambaran latar belakang masalah diatas, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah dari penelitian adalah Apakah pelayanan pengurusan SIM di Satlantas Medan sudah

⁶ Parasuraman, A. Valerie, (*Diterjemahkan oleh Sutanto*) *Delivering Quality Service*. (New York: The Free Press, 2001) h.133

berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan tidak meninggalkan dimensi kualitas pelayanan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan. Batasan masalah dalam penulisan ini adalah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka masalah yang diteliti sebagai berikut:

Bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan.

Kegunaan Penelitian ini adalah:

a. Bagi Peneliti

Dapat digunakan untuk memenuhi tugas akhir untuk mendapat gelar strata satu dan untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan.

b. Bagi Pengembangan Ilmu

Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dalam menyebarkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan kepada masyarakat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan, wawasan, dan referensi bagi yang ingin mengembangkan penelitian ini.

d. Bagi Kepolisian

Dapat digunakan sebagai ukuran untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dari langkah-langkah yang diambil selama ini, sehingga dimasa datang Satlantas Medan dapat menentukan kebijakan khususnya mengenai pelayanan dalam pembuatan SIM.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Kualitas, Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

a. Kualitas

Menurut Fandy Djiptono beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/pelanggan.⁷ Menurut Zulian Yamit menyatakan “kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan”. Kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.⁸

Nurhasyimad menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.⁹ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk/jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Selera atau harapan pelanggan pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus disesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja,

⁷ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2005) h. 2

⁸ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2010) h. 7

⁹ Nurhasyimad, *Bab 2 Tujuan Pustaka 2.1 Pengertian Pelayanan*, <http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf>, diakses tanggal 30 Agustus 2018

perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Perusahaan tentunya akan saling berkompetisi untuk meningkatkan kualitas produk/jasa yang ditujukan untuk pemenuhan dan dalam rangka memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan sasaran. Menurut Kotler dan Keller ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa yaitu sebagai berikut:¹⁰

1. Berinvestasi dalam prosedur ketenaga kerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah hal yang sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu:
 - a) Kompetensi: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan,
 - b) Kesopanan: ramah, sopan, dan menghargai orang lain,
 - c) Kredibilitas: dapat dipercaya,
 - d) Keandalan: melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat,
 - e) Responsifitas: merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat,
 - f) Komunikasi: berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.
2. Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi
3. Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan system saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

Selanjutnya, perusahaan semakin menyadari dan mengakui bahwa organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Setiap organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Semua ini mengarahkan pengertian baru mengenai kualitas, yaitu tingkat dimana produk sesuai dengan

¹⁰ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Cetakan ke-13*, (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 41

spesifikasi dan harapan pelanggan. Jadi, kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

b. Pelayanan

Fandy Tjiptono jasa (*service*) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.¹¹ Menurut kotler yang dikutip Toni Wijaya “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.¹²

Sedangkan menurut Swasta pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu.¹³ Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang di sebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang di kemukakan oleh Barata adalah “kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaanya”.¹⁴

Membuat analisis pelayanan pelanggan merupakan langkah yang vital karena ini akan mendongkrak kinerja dari sebuah perusahaan. Analisis yang di maksud yaitu sebagai berikut:

1. Siapa pelanggan anda.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2005) h. 23

¹² Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa Cetakan Ke-1*, (Jakarta Barat: PT. Indeks, 2011) h. 150

¹³ Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Liberti, 1993) h. 342

¹⁴ Atep Brata Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003) h. 27

2. Bagaimana anda memenuhi atau belum memenuhi pengharapan pelanggan.
3. Langkah apa yang dapat anda lakukan untuk memenuhi pengharapan-pengharapan itu.
4. Seberapa besar biaya untuk memenuhi pengharapan itu.

Memberikan pelayanan terbaik adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Ada beberapa ayat al-Qur'an yang mendorong untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu ayat yang berbunyi :

..... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٥٥﴾

“..... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. al-Maidah : 2)¹⁵.

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi pelayanan itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

c. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

M Nur Nasution menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa merupakan tingkat

¹⁵ Al-quran Tajwid, *Surah Al-Maidah ayat 2*, (Bandung: PT. Sigma Examedia Arkanlemma, 2007)

keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁶ Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Zulian Yamit menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:¹⁷

- a) *Exellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
- b) *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).
- c) *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d) *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e) *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f) *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g) *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan member adalah kualitas pelayanan. Menurut Nasution "Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan".¹⁸ Secara garis besar

¹⁶ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004) h. 47

¹⁷ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2010) h.

¹⁸ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004) h. 49

menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.

Seperti dalam Surah Thaha Allah berfirman;

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.¹⁹

Dari ayat diatas dijelaskan, berkata lemah lembut termasuk dalam pelayanan yang baik.

Parasuraman dalam Nasution menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:²⁰

a) *Perceived Service*

Perceived service terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

b) *Expected service*

Expected Service terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Tjiptono menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan.²¹

¹⁹ Al-quran Tajwid, *Surah Thaha Ayat 44*, (Bandung: PT. Sigma Examedia Arkanlemma, 2007)

²⁰ *Ibid*, h. 60

²¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Pelanggan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001) h. 61

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen.

2. Konsep Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori "Quality" bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan.

Stemvelt menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi), agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan.²²

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang bersifat mengada-ngada. Hal ini sesuai yang dikemukakan Yong dan Loh bahwa kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*international standardization organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya,

²² Robert Stemvelt C, (*Diterjemahkan oleh Purwoko*) *Perception of Service Quality*. (Massachusetts: Allyn and Bacon, 2004) h. 210

membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.²³

Tinjauan mengenai konsep kualitas layanan sangat ditentukan oleh berapa besar kesenjangan antara persepsi pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang harus diterima. Menurut Parasuraman bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan.²⁴ Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan ($E_p = Expectation$) dan pelayanan yang dirasakan ($P_p = Perception$) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan.

Parasuraman menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan.²⁵ Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar dari pada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Berdasarkan pengertian di atas terdapat tiga konsep kualitas layanan yaitu:

- a) Bermutu (*Quality Surprise*), bila kenyataan layanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.

²³ Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, (Diterjemahkan oleh Sutanto). *The Quest for Global Quality*, (Jakarta: Pustaka Delapratasa, 2003) h. 146

²⁴ Parasuraman, A. Valerie, (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. (New York: The Free Press, 2001) h. 162

²⁵ *Ibid*, h. 165

- b) Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan pelanggan.
- c) Tidak bermutu (*unacceptable quality*) bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Parasuraman mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (*Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*).²⁶ Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman sebagai berikut:²⁷

- a) Bukti fisik (*tangibility*)

²⁶ *Ibid*, h. 26

²⁷ *Ibid*, h. 32

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.²⁸

b) Keandalan (*reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.²⁹

c) Daya tanggap (*responsiveness*)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.³⁰

²⁸ *Ibid*, h. 32

²⁹ *Ibid*, h. 48

³⁰ *Ibid*, h. 52

Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Sayangnya pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai alternatif kemudahan untuk mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

d) Jaminan (*assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.³¹

e) Empati (*empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.³²

³¹ *Ibid*, h. 69

³² *Ibid*, h. 40

2. Pengertian Jasa, Kepuasan, Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

a. Jasa

Menurut Philip Kotler jasa didefinisikan sebagai: “setiap perbuatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Sehingga semua bentuk barang bisa di tawarkan dari satu pihak ke pihak lain.³³ Jadi pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonommi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau kontruksi, yang umumnya di konsumsi pada saat yang sama pada waktu dihasilkan dan diberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

b. Kepuasan

Menurut J Supranto kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.³⁴ Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.³⁵

Jadi tingkat kepuasan pelanggan atau pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitiv terhadap harga dan member komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

³³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jllid I dan II*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005) h. 16

³⁴ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001) h. 233

³⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid II*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002) h. 42

c. Pelanggan

Pelanggan adalah orang atau seseorang yang menggunakan atau memakai hasil produksi baik barang atau jasa. Menurut kamus lengkap bahasa Indonesia Pelanggan adalah pemakai barang-barang produksi.³⁶ sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia Pelanggan adalah pemakai barang atau jasa.³⁷ Jadi dapat diartikan Pelanggan ialah seseorang atau kelompok yang menggunakan jasa layanan dengan tujuan agar memperoleh tingkat kebugaran yang lebih baik dan mendapatkan tingkat kepuasan yang diinginkan.

d. Kepuasan Pelanggan

Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan Pelanggan, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan/pelanggan, perusahaan memang di tuntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan/konsumen yang setiap saat berubah. pembelian akan bergerak setelah membentuk persepsi nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran di bandingkan dengan harapannya.

Menurut Danang Sunyoto definisi kepuasan pelanggan/konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.³⁸ Pelanggan bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira.

³⁶ Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 1997) h. 319

³⁷ <https://kbbi.web.id/pelanggan> diakses pada 30 Agustus 2018

³⁸ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2013) h.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto harapan pelanggan ialah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, dengan demikian harapan pelanggan/konsumenlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.³⁹

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Rambat Lupiyoadi dalam menentukan kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:⁴⁰

a) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

³⁹ *Ibid*, h. 36

⁴⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Jasa Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) h. 158

e) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat member umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai metode. Menurut Fandy Tjiptono, perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:⁴¹

a) Sitem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

b) Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirinkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-

⁴¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Pelanggan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001) h. 34

masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

c) Belanja Siluman (*gost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negatif (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*gost shopper*) ini dapat juga berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

d) Analisis Kehilangan Pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya.

Fandy Tjiptono menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah metode bertanya. Metode bertanya kepuasan pelanggan dapat menggunakan teknik pengukuran sebagai berikut:⁴²

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT Chandra pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga

⁴² *Ibid*, h. 35

diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).

4. Responden dapat meminta untuk meranking beberapa elemen atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance performance analysis*).

B. Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Moh Aris Pasigai, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara ⁴³	1. Kualitas Pelayanan 2. Kepuasan Pelanggan	Hasil analisis menunjukkan bahwa perbandingan antara nilai harapan dengan nilai kenyataan untuk setiap dimensi kualitas masih negatif, yang berarti harapan pelanggan yang tinggi terhadap setiap dimensi kualitas pelayanan

⁴³ Moh Aris Pasigai, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara" dalam Jurnal Studi Ekonomi Pembangunan, Volume 1 No. 2 Juli – Oktober 2009

			tersebut belum didapatkan dalam pelayanan yang nyata dari para karyawan kantor Samsat Kabupaten Luwu Utara. Nilai gap untuk setiap dimensi kualitas pelayanan adalah Responsiveness sebesar -0,86, Reliability sebesar -1,03, Emphaty sebesar -0,74, Assurance -0,99, dan Tangible sebesar -1,10
2	Hermansyah, Kualitas Pelayanan Surat Izin Mengemudi (SIM) Pada Kantor Satlantas Polresta Samarinda ⁴⁴	1. Kualitas Pelayanan	Dari hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan SIM

⁴⁴ Hermansyah, "Kualitas Pelayanan Surat Izin Mengemudi (SIM) Pada Kantor Satlantas Polresta Samarinda" dalam eJournal Administrasi Negara, 2013, 1 (2): 626-638

			<p>pada kantor Satlantas Polresta Samarinda sudah berjalan cukup baik, namun masih terkendala berbagai persoalan seperti kapasitas ruang tunggu dan ruang foto SIM yang masih minim dibanding jumlah pemohon SIM yang mencapai ratusan orang setiap harinya, jumlah mesin pencetak SIM yang hanya terdapat satu unit juga menjadi persoalan, kondisi tersebut diperparah masih ditemukannya oknum petugas layanan SIM yang memberikan pelayanan secara</p>
--	--	--	--

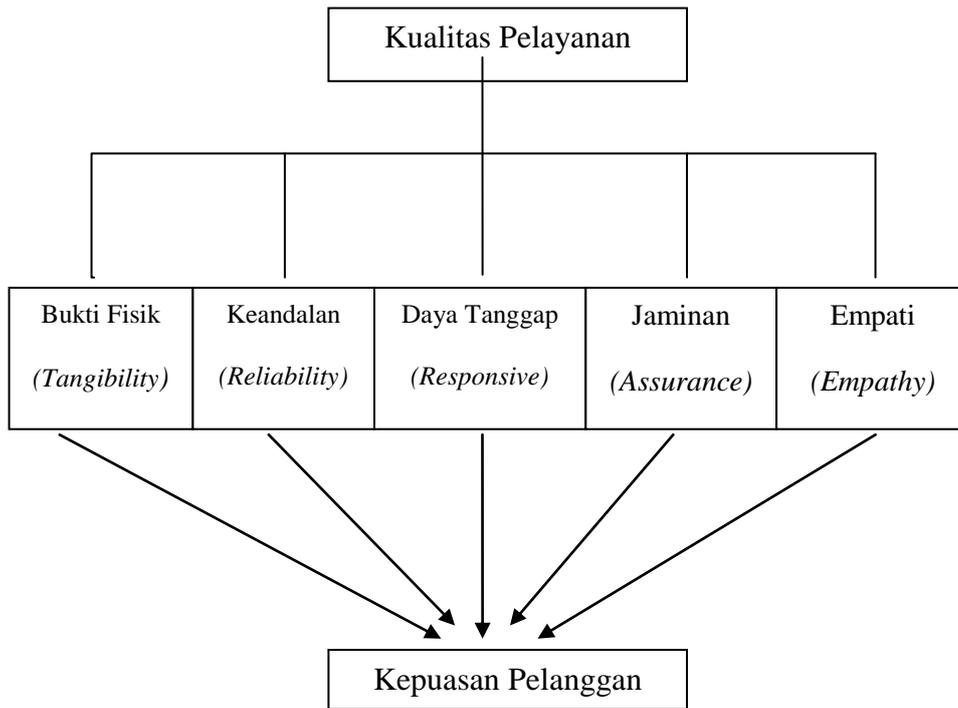
			arogan dan terkesan cuek kepada para pemohon SIM.
3	Lukita Permanasari, Analisis Kualitas Pelayanan SIM Pada Satuan penyelenggra Administrasi SIM (SATPAS) Satlantas Polres Jember ⁴⁵	1. Kualitas Pelayanan	Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan SIM pada Kantor Satpas Polres Jember dapat dikategorikan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari: 1) adanya kemudahan prosedur atau mekanisme pelayanan yang diberikan, 2) adanya ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan, 3) adanya kedisiplinan,

⁴⁵ Lukita Permanasari, "Analisis Kualitas Pelayanan SIM Pada Satuan penyelenggra Administrasi SIM (SATPAS) Satlantas Polres Jember" dalam Jurnal Public Administration, 2013

			<p>tanggung jawab dan kemampuan petugas dalam memberikan layanan, dan 4) sarana dan prasarana pelayanan SIM yang cukup memadai. Meskipun pelayanan SIM dapat dikategorikan cukup baik namun dalam pelaksanaan pelayanan juga masih ditemukan adanya hambatan, misalnya: masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat akan pentingnya pelaksanaan ujian teori maupun praktek untuk</p>
--	--	--	---

			mendapatkan SIM.
--	--	--	------------------

C. Kerangka Teori



Gambar 1 Kerangka Teori

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Nur Arifah penelitian dengan metode kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif-induktif, berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, atau pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan penelitian beserta pemecahan-pemecahan yang diajukan untuk memperoleh kebenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris dilapangan.⁴⁶

Pada penelitian ini meneliti tentang Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Terhadap Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan angket berupa pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk diisi dengan keadaan sebenarnya.

Metode analisis kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk mengajukan data dalam bentuk angka. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data skala likert.

B. Subjek Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kantor Satlantas Medan yang berada di jalan Adinegoro, Gaharu, Medan Tim, Kota Medan, Sumatera Utara 20233. Alasan penulis mengambil lokasi penelitian di kantor Satlantas Medan karena proses pembuatan dan pengurusan SIM dilakukan di kantor Satlantas Medan.

⁴⁶ Nur Arifah, *Panduan Muda Dan Praktis Menyusun Skripsi –Tesis dan Disertasi*, (Yogyakarta, Araska Publisher, 2016), h. 172.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data primer

Data yang peneliti peroleh dari lokasi penelitian pada Satlantas Medan. Data tersebut diambil berdasarkan hasil dari penyebaran kuisisioner.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh dari buku maupun internet yang memiliki hubungan pada objek penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini adalah :

a. Data internal

Data yang diperoleh dari tempat penelitian (melalui hasil kuisisioner), dimana data tersebut adalah data yang masih baku sehingga harus dilakukan pengolahan terlebih dahulu sebelum menjadi pelengkap tugas akhir.

b. Data eksternal

Data yang diperoleh dari luar sebagai alat pendukung penelitian seperti : buku-buku dan internet.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian.⁴⁷ Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian Pendekatan Suatu Proposal*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002) h.108

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴⁸ Adapun populasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat atau pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan.

2. Sampel

Sugiyono mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁹ Sukandar Rumidi “sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data”.⁵⁰ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*.

Menurut Sugiyono “*insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel”.⁵¹

E. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam kegiatannya oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen sebagai alat bantu dalam menggunakan metode pengumpulan data merupakan sarana yang dapat diwujudkan dalam benda, misalnya angket, perangkat tes, pedoman wawancara, pedoman observasi, skala dan sebagainya.

Pengumpulan data dapat dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban ini masih perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud inilah

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2011) h. 90

⁴⁹ *Ibid*, h. 91

⁵⁰ Rumidi Sukandar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pers UGM, 2006) h. 50

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2011) h. 60

dibutuhkan pengumpulan data. Data yang dikumpulkan ditentukan oleh variabel-variabel yang ada di hipotesis. Data itu dikumpulkan oleh sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Sampel tersebut terdiri dari atas sekumpulan unit analisis sebagai sasaran penelitian.

Variabel-variabel yang diteliti terdapat pada unit analisis yang bersangkutan dalam sampel penelitian. Data yang dikumpulkan dari setiap variabel ditentukan oleh definisi operasional variabel yang bersangkutan. Definisi operasional itu menunjuk pada dua hal yang penting dalam hubungannya dengan pengumpulan data, yaitu indikator empiris dan pengukuran.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner (angket).

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan kepada responden.

Pembagian kuesioner dilakukan pada Kuesioner yang dibagikan diukur dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dari pernyataan yang diberikan, masing-masing mempunyai bobot nilai 1 sampai dengan 5, dengan penjabaran skala seperti berikut :

1. Sangat Puas = diberi bobot 5
2. Puas = diberi bobot 4
3. Cukup Puas = diberi bobot 3
4. Tidak Puas = diberi bobot 2
5. Sangat Tidak Puas = diberi bobot 1

Instrumen penelitian ini diuji untuk memperoleh kesahihannya dengan uji validitas dan realibilitas data. Validitas berasal dari kata validity yang artinya sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi

ukurannya. Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

F. Defenisi Operasional

Operasional Variabel adalah suatu yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Dalam hal ini analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan yaitu Kualitas Pelayanan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

G. Uji Instrumen Pengumpulan Data

Uji coba penelitian dimaksudkan untuk mengetahui kesahihan (validitas) dan kehandalan (reliabilitas). Tingkat validitas dicari dengan mengadakan uji validitas oleh pakar ahli. Dalam angket ini ditetapkan skor yang akan diberikan pada tiap-tiap pilihan dengan menggunakan skala Linkert yang sudah didominasi dengan lima kategori jawaban. Angket yang telah disusun, sebelumnya digunakan untuk mengumpulkan data terlebih dahulu dilakukan uji validitas oleh pakar ahli. Uji validasi ahli dimaksudkan untuk mendapatkan instrumen yang benar-benar valid. Kemudian instrumen yang telah di validasi oleh pakar selanjutnya mengadakan uji coba penelitian kepada responden yang tidak dipakai dalam penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti. Atau dengan kata lain uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner. Suatu kuesioner disebut valid apabila

pertanyaan pada kuesioner mampu menguraikan hal yang akan diukur dari sebuah kuesioner tersebut.

Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakan tes tersebut.⁵² Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah. Kriteria penilaian pada uji validitas yaitu:

- a. Apabila r terhitung $> r$ tabel, maka item kuisisioner valid.
- b. Apabila r terhitung $< r$ tabel, maka item kuisisioner tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari reliabilitas adalah keajegan pengukuran. Sugiharto dan Situnjak menyatakan bahwa realibilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan. Menurut Nunnaly dalam Ghozali reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel yang merupakan indikator dari perubah atau seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki realibilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Dalam penelitian, realibilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes konsisten setelah dilakukan secara berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.⁵³

⁵² Ibid., hal 62

⁵³ Ibid., hal 69

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Mengukur reliabilitas dengan uji statistik Croanbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alpha Cronbach > 0.60 . Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angka dan skala bertingkat.

Jika nilai Alpha > 0.60 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika nilai Alpha > 0.70 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

H. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan untuk penelitian ini adalah **Analisis Kuantitatif Deskriptif**. Data dengan statistik deskriptif peneliti perlu memperhatikan terlebih dahulu jenis datanya. Jika peneliti mempunyai data diskrit, penyajian data yang dapat dilakukan adalah mencari *frekuensi mutlak*, *frekuensi relatif* (mencari *persentase*), serta mencari ukuran tendensi sentralnya yaitu: *mode*, *median* dan *mean*.

Ciri analisis kuantitatif adalah selalu berhubungan dengan angka, baik angka yang diperoleh dari pencacahan maupun penghitungan. Data yang telah diperoleh dari pencacahan selanjutnya diolah dan disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti oleh pengguna data tersebut. Sajian data kuantitatif sebagai hasil analisis kuantitatif dapat berupa angka-angka maupun gambar-gambar grafik.

Adapun yang akan dipakai pada penelitian ini adalah analisis frekuensi. Dimana analisis frekuensi digunakan untuk menghitung frekuensi data pada variabel. Untuk analisis statistik seperti *percentile value*, *central tendency*, *dispersion*, *distribution*, dan menampilkan grafik.⁵⁴

⁵⁴ Duwi Priyatno, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2017) hal. 29

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Surat Izin Mengemudi

1. Pengertian Surat Izin Mengemudi

Surat izin mengemudi adalah atau Diving License adalah bukti registrasi dan identifikasi yang diberikan oleh POLRI kepada seseorang yang telah memenuhi persyaratan administrasi, sehat jasmani dan rohani, memahami peraturan lalu lintas dan terampil mengemudi kendaraan bermotor. Setiap pengemudi kendaraan bermotor wajib memiliki SIM.⁵⁵

2. Bentuk dan Penggolongan SIM

Pasal 80

Surat Izin Mengemudi untuk Kendaraan Bermotor perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77 ayat (2) huruf a *digolongkan* menjadi:

- a. Surat Izin Mengemudi A berlaku untuk mengemudikan mobil penumpang dan barang perseorangan dengan jumlah berat yang diperbolehkan tidak melebihi 3.500 (tiga ribu lima ratus) kilogram;
- b. Surat Izin Mengemudi B I berlaku untuk mengemudikan mobil penumpang dan barang perseorangan dengan jumlah berat yang diperbolehkan lebih dari 3.500 (tiga ribu lima ratus) kilogram;
- c. Surat Izin Mengemudi B II berlaku untuk mengemudikan Kendaraan alat berat, Kendaraan penarik, atau Kendaraan Bermotor dengan menarik kereta tempelan atau gandengan perseorangan dengan berat yang diperbolehkan untuk kereta tempelan atau gandengan lebih dari 1.000 (seribu) kilogram;
- d. Surat Izin Mengemudi C berlaku untuk mengemudikan Sepeda Motor; dan
- e. Surat Izin Mengemudi D berlaku untuk mengemudikan kendaraan khusus bagi penyandang cacat.

Pasal 81

⁵⁵ Pasal 18 ayat 1 UU No. 14 Tahun 1992

1. Untuk mendapatkan *Surat Izin Mengemudi* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77, setiap orang harus memenuhi persyaratan usia, administratif, kesehatan, dan lulus ujian.
2. Syarat usia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditentukan paling rendah sebagai berikut:
 - a. usia 17 (tujuh belas) tahun untuk *Surat Izin Mengemudi A*, *Surat Izin Mengemudi C*, dan *Surat Izin Mengemudi D*;
 - b. usia 20 (dua puluh) tahun untuk *Surat Izin Mengemudi B I*; dan
 - c. usia 21 (dua puluh satu) tahun untuk *Surat Izin Mengemudi B II*
3. Syarat administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. identitas diri berupa Kartu Tanda Penduduk;
 - b. pengisian formulir permohonan; dan
 - c. rumusan sidik jari.
4. Syarat kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. sehat jasmani dengan surat keterangan dari dokter;
 - b. sehat rohani dengan surat lulus tes psikologis.
5. Syarat lulus ujian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. ujian teori;
 - b. ujian praktik; dan/atau
 - c. ujian keterampilan melalui simulator.
6. Selain persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ayat (3), ayat (4), dan ayat (5), setiap Pengemudi Kendaraan Bermotor yang akan mengajukan permohonan:
 - a. *Surat Izin Mengemudi B I* harus memiliki Surat Izin Mengemudi A sekurang-kurangnya 12 (dua belas) bulan; dan
 - b. *Surat Izin Mengemudi B II* harus memiliki Surat Izin Mengemudi B I sekurang-kurangnya 12 (dua belas) bulan.

Pasal 82

Surat Izin Mengemudi untuk Kendaraan Bermotor Umum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77 ayat (2) huruf b digolongkan menjadi:

- a. *Surat Izin Mengemudi A Umum* berlaku untuk mengemudikan kendaraan bermotor umum dan barang dengan jumlah berat yang diperbolehkan tidak melebihi 3.500 (tiga ribu lima ratus) kilogram;
- b. *Surat Izin Mengemudi B I Umum* berlaku untuk mengemudikan mobil penumpang dan barang umum dengan jumlah berat yang diperbolehkan lebih dari 3.500 (tiga ribu lima ratus) kilogram; dan
- c. *Surat Izin Mengemudi B II Umum* berlaku untuk mengemudikan Kendaraan penarik atau Kendaraan Bermotor dengan menarik kereta tempelan atau gandengan dengan berat yang diperbolehkan untuk kereta tempelan atau gandengan lebih dari 1.000 (seribu) kilogram.

Pasal 83

1. Setiap orang yang mengajukan permohonan untuk dapat memiliki *Surat Izin Mengemudi* untuk Kendaraan Bermotor Umum harus memenuhi persyaratan usia dan persyaratan khusus.
2. Syarat usia untuk mendapatkan *Surat Izin Mengemudi* Kendaraan Bermotor Umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditentukan paling rendah sebagai berikut:
 - a. usia 20 (dua puluh) tahun untuk *Surat Izin Mengemudi A Umum*;
 - b. usia 22 (dua puluh dua) tahun untuk *Surat Izin Mengemudi B I Umum*; dan
 - c. usia 23 (dua puluh tiga) tahun untuk *Surat Izin Mengemudi B II Umum*.

3. Persyaratan khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut:
 - a. lulus ujian teori yang meliputi pengetahuan mengenai:
 - i. pelayanan angkutan umum;
 - ii. fasilitas umum dan fasilitas sosial;
 - iii. pengujian Kendaraan Bermotor;
 - iv. tata cara mengangkut orang dan/atau barang;
 - v. empat penting di wilayah domisili;
 - vi. jenis barang berbahaya; dan
 - vii. pengoperasian peralatan keamanan.
 - b. lulus ujian praktik, yang meliputi:
 - i. menaikkan dan menurunkan penumpang dan/atau barang di Terminal dan di tempat tertentu lainnya;
 - ii. tata cara mengangkut orang dan/atau barang;
 - iii. mengisi surat muatan;
 - iv. etika Pengemudi Kendaraan Bermotor Umum; dan
 - v. pengoperasian peralatan keamanan.
4. Dengan memperhatikan syarat usia, setiap Pengemudi Kendaraan Bermotor yang akan mengajukan permohonan:
 - a. *Surat Izin Mengemudi A Umum* harus memiliki *Surat Izin Mengemudi A* sekurang-kurangnya 12 (dua belas) bulan;
 - b. untuk *Surat Izin Mengemudi B I Umum* harus memiliki *Surat Izin Mengemudi B I* atau *Surat Izin Mengemudi A Umum* sekurang-kurangnya 12 (dua belas) bulan; dan
 - c. untuk *Surat Izin Mengemudi B II Umum* harus memiliki *Surat Izin Mengemudi B II* atau *Surat Izin Mengemudi B I Umum* sekurang-kurangnya 12 (dua belas) bulan.
5. Selain harus memenuhi persyaratan usia dan persyaratan khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3),

setiap orang yang mengajukan permohonan untuk memperoleh *Surat Izin Mengemudi* Kendaraan Bermotor Umum harus memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 81 ayat (3) dan ayat (4)

Pasal 84

Surat Izin Mengemudi untuk Kendaraan Bermotor dapat digunakan sebagai *Surat Izin Mengemudi* Kendaraan Bermotor yang jumlah beratnya sama atau lebih rendah, sebagai berikut:

- a. *Surat Izin Mengemudi A Umum* dapat berlaku untuk mengemudikan Kendaraan Bermotor yang seharusnya menggunakan *Surat Izin Mengemudi A*;
- b. *Surat Izin Mengemudi B I* dapat berlaku untuk mengemudikan Kendaraan Bermotor yang seharusnya menggunakan *Surat Izin Mengemudi A*;
- c. *Surat Izin Mengemudi B I Umum* dapat berlaku untuk mengemudikan Kendaraan Bermotor yang seharusnya menggunakan *Surat Izin Mengemudi A*, *Surat Izin Mengemudi A Umum*, dan *Surat Izin Mengemudi B I*;
- d. *Surat Izin Mengemudi B II* dapat berlaku untuk mengemudikan Kendaraan Bermotor yang seharusnya menggunakan *Surat Izin Mengemudi A* dan *Surat Izin Mengemudi B I*; atau
- e. *Surat Izin Mengemudi B II Umum* dapat berlaku untuk mengemudikan Kendaraan Bermotor yang seharusnya menggunakan *Surat Izin Mengemudi A*, *Surat Izin Mengemudi A Umum*, *Surat Izin Mengemudi B I*, *Surat Izin Mengemudi B I Umum*, dan *Surat Izin Mengemudi B II*.

Pasal 85

1. *Surat Izin Mengemudi* berbentuk kartu elektronik atau bentuk lain.
2. *Surat Izin Mengemudi* berlaku selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang.

3. *Surat Izin Mengemudi* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
4. Dalam hal terdapat perjanjian bilateral atau multilateral antara Negara Kesatuan Republik Indonesia dan negara lain, *Surat Izin Mengemudi* yang diterbitkan di Indonesia dapat pula berlaku di negara lain dan *Surat Izin Mengemudi* yang diterbitkan oleh negara lain berlaku di Indonesia.
5. Pemegang *Surat Izin Mengemudi* sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dapat memperoleh *Surat Izin Mengemudi* internasional yang diterbitkan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia.

3. Fungsi Surat Izin Mengemudi

Pasal 86

1. *Surat Izin Mengemudi berfungsi* sebagai bukti kompetensi mengemudi.
2. *Surat Izin Mengemudi berfungsi* sebagai registrasi Pengemudi Kendaraan Bermotor yang memuat keterangan identitas lengkap Pengemudi.
3. Data pada registrasi Pengemudi dapat digunakan untuk mendukung kegiatan penyelidikan, penyidikan, dan identifikasi forensik kepolisian.

Pengemudi yang diatur dalam UU No.22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, pada BAB VIII Bagian Kedua mengenai Penerbitan dan Penandaan *Surat Izin Mengemudi (SIM)*.

B. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini terdapat 35 responden yang digunakan sebagai sampel untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Satlantas Medan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	10	28,6	28,6	28,6
Perempuan	25	71,4	71,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh jumlah responden yaitu sebanyak 35, responden laki-laki lebih sedikit dari pada responden perempuan dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 10 orang dengan persentase 28,6% dan wanita sebanyak 25 orang dengan persentase 71,4%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-30 tahun	31	88,6	88,6	88,6
30 tahun keatas	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh jumlah responden yaitu sebanyak 35, responden yang berusia 17-30 tahun lebih banyak dari pada responden yang berusia 31 tahun keatas. Jumlah responden berusia 17-30 tahun 31 orang dengan persentase 88,6% sedangkan jumlah responden berusia 31 tahun keatas sebanyak 4 orang dengan persentase 11,4%.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
P1	0.344	0.401	Valid
P2	0.344	0.477	Valid
P3	0.344	0.617	Valid
P4	0.344	0.645	Valid
P5	0.344	0.646	Valid
P6	0.344	0.734	Valid
P7	0.344	0.568	Valid
P8	0.344	0.605	Valid
P9	0.344	0.653	Valid
P10	0.344	0.604	Valid
P11	0.344	0.613	Valid
P12	0.344	0.744	Valid
P13	0.344	0.691	Valid
P14	0.344	0.658	Valid
P15	0.344	0.517	Valid
P16	0.344	0.823	Valid
P17	0.344	0.628	Valid
P18	0.344	0.673	Valid
P19	0.344	0.818	Valid

Tabel 3 Uji Validitas

Hasil perhitungan uji validitas terhadap angket menunjukkan bahwa seluruh butir angket semuanya valid. Item angket dinyatakan valid karena harga r hitung untuk semua item angket lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi

(0.05) = 5% yaitu sebesar 0.344. Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam angket dinyatakan dapat dipercaya untuk mengambil data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Scale: All Variables

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	35	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	19

Tabel 4 Hasil Output Uji Reliabilitas

Output pertama adalah *Case Processing Summary*, yaitu menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data yang dikeluarkan serta persentasenya. Dapat diketahui bahwa data atau case yang valid berjumlah 35 dengan persentase 100% dan tidak ada data yang dikeluarkan (*exclude*).

Output kedua adalah *Reliability Statistics*, ini adalah hasil dari analisis reliabilitas dengan teknik Cronbach Alpha. Dapat diketahui nilai Cronbach Alpha adalah 0.917. menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.⁵⁶ Karena nilai lebih dari 0,6 maka instrument kuisioner dinyatakan reliabel.

⁵⁶ Sekaran Uma, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4 Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat,1992) h.52

D. Deskripsi Data Hasil Penelitian

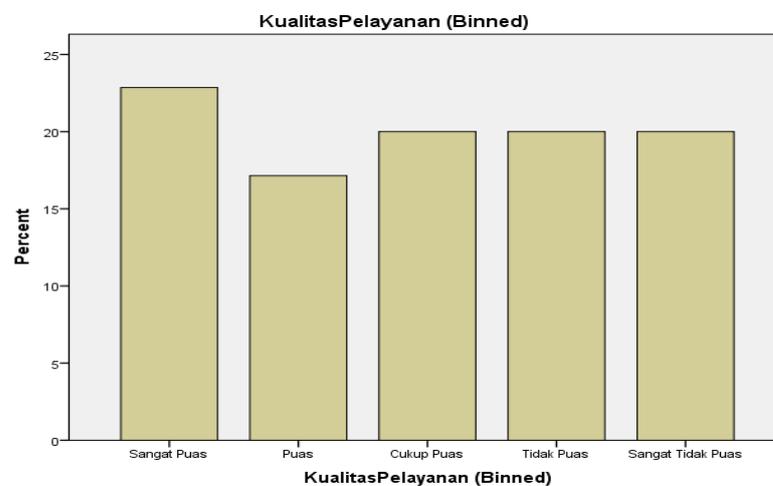
Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pelayanan pembuatan SIM di Satlantas Medan. Hasil Statistik Penelitian dapat dilihat Tabel distribusi data analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan adalah sebagai berikut:

KualitasPelayanan (Binned)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Puas	8	22,9	22,9	22,9
Puas	6	17,1	17,1	40,0
Cukup Puas	7	20,0	20,0	60,0
Tidak Puas	7	20,0	20,0	80,0
Sangat Tidak Puas	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 2 Diagram Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian tersebut dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan kualitas pelayanan sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 22,9%, sikap Puas sebesar 17,1, sikap Cukup Puas sebesar 20,0%, sikap Tidak Puas sebesar 20,0%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 20,0%.

Hasil penelitian didasarkan pada faktor yang mempengaruhi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

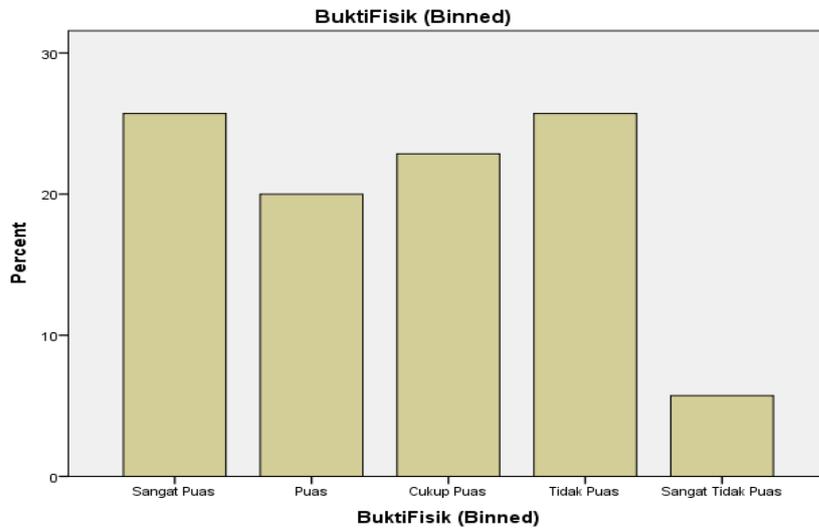
Secara terperinci deskripsi data kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pelayanan pembuatan SIM di Satlantas Medan diperoleh:

Bukti Fisik (Binned)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Puas	9	25,7	25,7	25,7
Puas	7	20,0	20,0	45,7
Cukup Puas	8	22,9	22,9	68,6
Tidak Puas	9	25,7	25,7	94,3
Sangat Tidak Puas	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Data Bukti Fisik (*Tangible*)

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 3 Diagram Bukti Fisik (*Tangible*)

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian tersebut dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan faktor bukti langsung sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 25,7%, sikap Puas sebesar 20,0%, sikap Cukup Puas sebesar 22,9%, sikap Tidak Puas sebesar 25,7%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 5,7%.

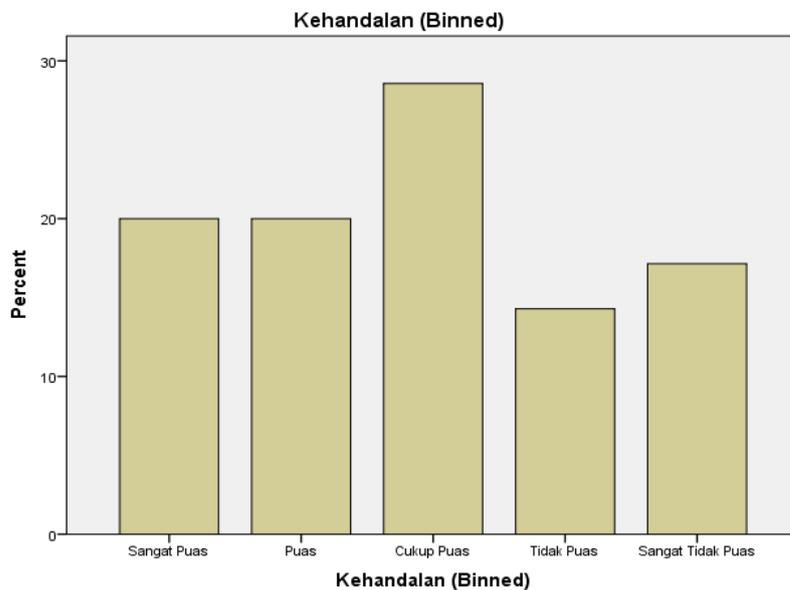
2. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan (Binned)

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Puas	7	20,0	20,0	20,0
Puas	7	20,0	20,0	40,0
Cukup Puas	10	28,6	28,6	68,6
Tidak Puas	5	14,3	14,3	82,9
Sangat Tidak Puas	6	17,1	17,1	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 7 Distribusi Frekuensi Data Kehandalan (*Reliability*)

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 4 Diagram Kehandalan (*Reliability*)

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian tersebut dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan faktor kehandalan sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 20,0%, sikap Puas sebesar 20,0%, sikap Cukup Puas sebesar 28,6%, sikap Tidak Puas sebesar 14,3%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 17,1%.

3. Daya Tanggap (*Responsive*)

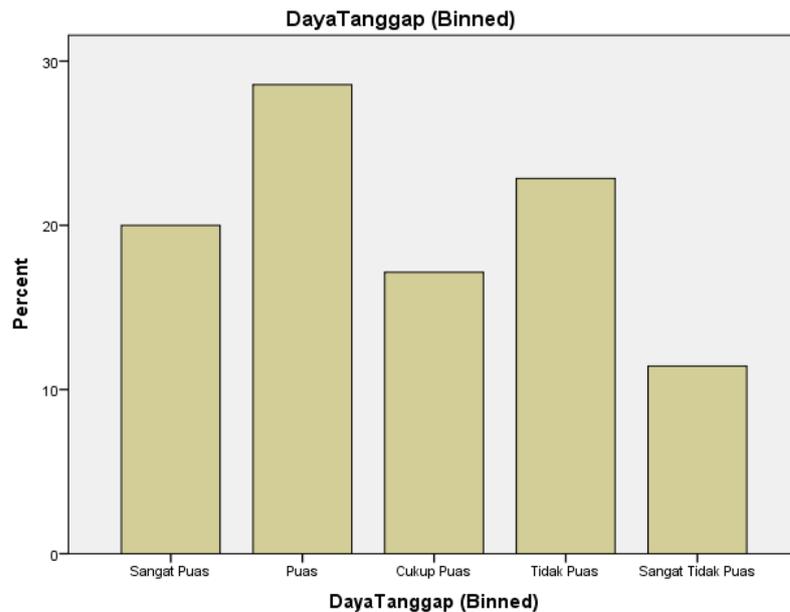
DayaTanggap (Binned)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Puas	7	20,0	20,0	20,0
Puas	10	28,6	28,6	48,6
Cukup Puas	6	17,1	17,1	65,7
Tidak Puas	8	22,9	22,9	88,6

Sangat Tidak Puas	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 8 Distribusi Frekuensi Data Daya Tanggap (*Responsive*)

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 5 Diagram Daya Tanggap (*Responsive*)

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian tersebut dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan faktor daya tanggap sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 20,0%, sikap Puas sebesar 28,6%, sikap Cukup Puas sebesar 17,1%, sikap Tidak Puas sebesar 22,9, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 11,4%.

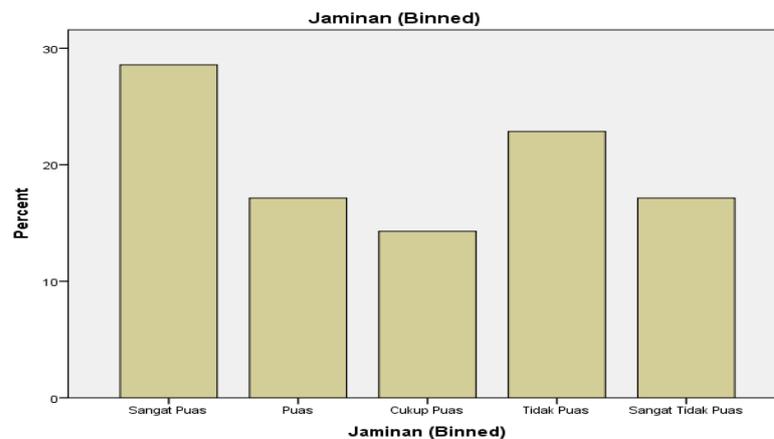
4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (Binned)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Puas	10	28,6	28,6	28,6
Puas	6	17,1	17,1	45,7
Cukup Puas	5	14,3	14,3	60,0
Tidak Puas	8	22,9	22,9	82,9
Sangat Tidak Puas	6	17,1	17,1	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 9 Distribusi Frekuensi Data Jaminan (*Assurance*)

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 6 Diagram Jaminan (*Assurance*)

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian tersebut dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan faktor jaminan sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 28,6%, sikap Puas sebesar 17,1%, sikap Cukup Puas sebesar 14,3%, sikap Tidak Puas sebesar 22,9%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 17,1%.

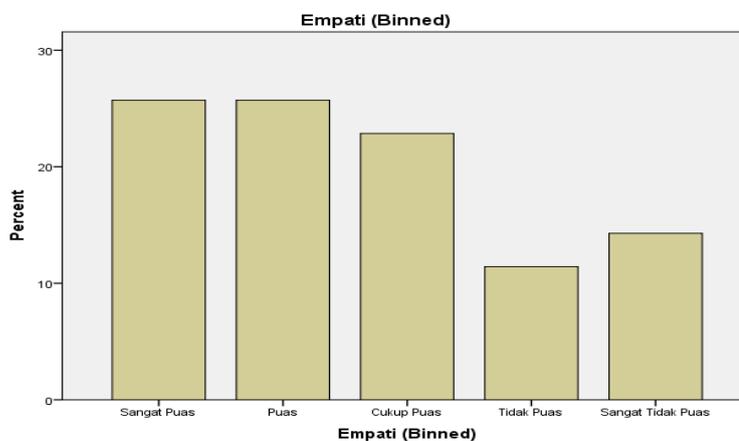
5. Empati (*Emphaty*)

Empati (Binned)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Puas	9	25,7	25,7	25,7
Puas	9	25,7	25,7	51,4
Cukup Puas	8	22,9	22,9	74,3
Tidak Puas	4	11,4	11,4	85,7
Sangat Tidak Puas	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Data Empati (*Emphaty*)

Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 7 Diagram Empati (*Emphaty*)

Berdasarkan tabel dan gambar penelitian tersebut dari 35 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan faktor empati sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 28,6%, sikap Puas sebesar 17,1%, sikap Cukup Puas sebesar 14,3%, sikap Tidak Puas sebesar 22,9%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 17,1%.

E. Pembahasan

Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan pelanggan/konsumen merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. pelanggan bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Satlantas Medan merupakan salah satu pelayanan publik yang sangat memperhatikan kepuasan pelanggan, karena Satlantas Medan merupakan salah satu pelayanan publik yang memberikan jasa dalam pembuatan SIM. Salah satu faktor untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan salah satunya adalah dengan meningkatkan atau menjaga kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan, kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen. Berdasarkan hasil tersebut diartikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Satlantas Medan, jika kualitas layanan yang diberikan sudah cukup baik, bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas layanan yang diteliti didasarkan pada beberapa faktor yaitu faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan faktor bukti langsung diketahui mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 25,7%, sikap Puas sebesar 20,0%, sikap Cukup Puas sebesar 22,9%, sikap Tidak Puas 25,7% dan sikap Sangat Tidak Puas sebesar 5,7%. Bukti fisik langsung dalam kualitas layanan merupakan bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

Hasil berdasarkan penelitian pada faktor bukti langsung diartikan bahwa Di Satlantas Medan sudah mempunyai fasilitas dan kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang dibutuhkan. Dengan adanya fasilitas dan sarana prasarana yang memadai maka pelanggan menjadi terpuaskan karena yang diharapkan dalam pelayanan dapat tercapai dengan baik.

2. Keandalan (*Reliability*)

Berdasarkan penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan keandalan diketahui mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 20,0%, sikap Puas sebesar 20,0%, sikap Cukup Puas sebesar 28,6%, sikap Tidak Puas sebesar 14,3%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 17,1%. Keandalan dapat diartikan memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktifitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Hasil berdasarkan faktor keandalan di atas diartikan di Satlantas Medan mempunyai manajemen jasa yang cukup baik dalam hal manajemen yang baik

seperti; kemudahan prosedur pelayanan, kesesuaian persyaratan pelayanan, kemampuan petugas dalam memberikan arahan sebelum dan sesudah ujian dilaksanakan, dan kemampuan petugas memberikan informasi kepada masyarakat dengan bahasa yang sopan dan ramah.

3. Daya Tanggap (*Responsive*)

Berdasarkan penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan daya tanggap diketahui mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 20,0%, sikap Puas sebesar 28,6%, sikap Cukup Puas sebesar 17,1%, sikap Tidak Puas sebesar 22,9%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 11,4%. Daya tanggap diartikan merupakan penjelasan yang bijak sana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.

Berdasarkan faktor daya tanggap diartikan di Satlantas Medan bahwa petugas bekerja dengan tanggap, melayani, dengan ramah, sopan dan tidak mengecewakan. Para petugas memberikan pelayanan yang baik, jika petugas bersikap sopan, ramah maka para pelanggan pasti akan merasa senang dan puas dalam menerima pelayanan dari Satlantas Medan. Meskipun demikian kadang beberapa petugas kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan beberapa pelanggan merasa kurang puas dengan sikap yang diberikan oleh petugas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Berdasarkan penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan jaminan diketahui mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 28,6%, sikap Puas sebesar 17,1%, sikap Cukup Puas sebesar 14,3%, sikap Tidak Puas sebesar 22,9%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 17,1%. Jaminan merupakan Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari petugas yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin

bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Hasil berdasarkan faktor jaminan diartikan di Satlantas Medan memberikan keselamatan dan keamanan bagi pelanggan, baik dari tempat parkir, fasilitas yang aman dan nyaman bagi pelanggan, tempat yang bersih dan strategis. Hal tersebut menjadi nilai yang baik, dikarenakan pelanggan akan merasa nyaman dan puas jika tempat yang dituju mudah, aman dan nyaman.

5. Empati (*Empathy*)

Berdasarkan penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan berdasarkan empati diketahui mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 25,7%, sikap Puas sebesar 25,7%, sikap Cukup Puas sebesar 22,9%, sikap Tidak Puas sebesar 11,4%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 14,3%. Empati dalam penelitian ini diartikan aktivitas pelayanan yang memerlukan pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

Hasil Berdasarkan empati diartikan di Satlantas Medan memberikan perhatian yang baik terhadap pelanggan Satlantas Medan menerima segala kritik dan saran dari pelanggan saran yang membangun akan dijadikan sebagai perbaikan untuk kemajuan di pembuatan SIM di Satlantas Medan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu diketahui Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus Dalam Pembuatan SIM di Satlantas Medan) dengan menggunakan analisis frekuensi sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 22,9%, sikap Puas sebesar 17,1, sikap Cukup Puas sebesar 20,0%, sikap Tidak Puas sebesar 20,0%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 20,0%. Dapat disimpulkan Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus Dalam Pembuatan SIM di Satlantas Medan) adalah sangat puas dengan persentase 22,9%.

Dari kelima dimensi kualitas pelayanan yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsive*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) yang paling baik dengan persentase lebih tinggi dari kelima dimensi tersebut ialah Jaminan (*assurance*) karena jaminan diartikan di Satlantas Medan memberikan keselamatan dan keamanan bagi pelanggan, baik dari tempat parkir, fasilitas yang aman dan nyaman bagi pelanggan, tempat yang bersih dan strategis. Sedangkan yang masih buruk dengan persentase rendah dari kelima dimensi ialah Keandalan (*reliability*) karena kemampuan petugas dalam memberikan arahan sebelum dan sesudah ujian dilaksanakan, dan kemampuan petugas memberikan informasi kepada masyarakat dengan bahasa yang sopan dan ramah masih kurang.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi petugas Satlantas Medan yang bertugas dalam pembuatan SIM agar lebih ditingkatkan pelayanannya untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM.

2. Bagi pihak Satlantas Medan untuk selalu memerhatikan faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan di Satlantas Medan.

Diantaranya:

- a. Untuk bukti fisik (*tangible*) lebih ditingkatkan lagi untuk fasilitas pendukung dan sarana prasarana dalam pelayanan.
 - b. Untuk kehandalan (*reliability*) petugas lebih baik lagi dalam memberikan arahan sebelum dan sesudah ujian dan menyampaikan informasi dengan bahasa yang sopan dan ramah kepada pelanggan.
 - c. Untuk daya tanggap (*responsive*) petugas lebih maksimal lagi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
 - d. Untuk jaminan (*assurance*) lebih ditingkatkan lagi karena banyak pelanggan yang sudah senang dengan dimensi ini.
 - e. Untuk empati (*emphaty*) lebih baik lagi dalam memperhatikan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A Valerie, Parasuraman, (*Diterjemahkan oleh Sutanto*) *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press, 2001
- Ahmadi Bi Rahmani Nur, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: UIN SU, 2016
- Al-quran Tajwid, Bandung: PT. Sigma Examedia Arkanlemma, 2007
- Amstrong dan Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesembilan*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003
- Arifah Nur, *Panduan Muda Dan Praktis Menyusun Skripsi –Tesis dan Disertasi*, Yogyakarta, Araska Publisher, 2016
- Arikunto Suharsimi, *Metode Penelitian Pendekatan Suatu Proposal*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002
- Azwar Azrul, *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan , 1996
- Brata Adya Atep, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003
- C.Z., Yong, Yun, Y.W., Loh, (*Diterjemahkan oleh Sutanto*). *The Quest for Global Quality*, Jakarta: Pustaka Delapratasa, 2003
- Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Kartika, 1997
- Keller dan Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I Cetakan ke-13*, Jakarta: Erlangga, 2009
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid II*, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002
- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Jasa Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Nirmala Arum Janie Diah, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, Semarang: University Press, 2012
- Nur Nasution M, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

- Philip Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, Jakarta: PT. Indeks, 2005
- Priyatno Duwi, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2017
- Santoso Singgih, *Buku latihan SPSS Statistik Parametrik, cet 3*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung: CV. Alfabeta, 2011
- Sukandar Rumidi, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pers UGM, 2006
- Sunyoto Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2013
- Supranto J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2001
- Stemvelt C Robert, (*Diterjemahkan oleh Purwoko*) *Perception of Service Quality*. Massachusetts: Allyn and Bacon, 2004
- Swastha Basu, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Liberti, 1993
- Talib Mustafa Abdul, *Kemitraan dalam Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Calpulis, 2017
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi, 2005
- Tjiptono Fandy, *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2001
- , *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2005
- Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4 Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 1992
- Undang-Undang Dasar
- Wijaya Toni, *Manajemen Kualitas Jasa Cetakan Ke-1*, Jakarta Barat: PT. Indeks, 2011

<https://kbbi.web.id/konsumen> diakses pada 30 Agustus 2018

<http://www.tribunnews.com/otomotif/2018/01/29/berikut-ini-daftar-biaya-administrasi-penerbitan-sim-tahun-2018> diakses pada 30 Agustus 2018

<https://www.mediakonsumen.com> diakses pada 30 Agustus 2018

Nurhasyimad, *Bab 2 Tujuan Pustaka 2.1 Pengertian Pelayanan*, <http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf>, diakses tanggal 30 Agustus 2018

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Nila Sari Yunita
2. Nim : 51143053
3. Tempat Tanggal Lahir : Medan, 08 April 1996
4. Alamat : Jalan Datuk Kabu No. 20B Medan Denai
5. Pekerjaan : Mahasiswa
6. No.HP : 0813 6071 4186

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN 067241 berijazah Tahun : 2008
2. Tamatan SMP N 13 Medan berijazah Tahun : 2011
3. Tamatan SMK Swasta Jambi Medan Berijazah Tahun : 2014

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Kader Mapperca HMI Komisariat Syariah (2014-2015)
2. Ikatan Mahasiswa Manajemen Syariah (2014-2018)
3. Menteri Media dan Komunikasi KSEI Universal Islamic Economics
(2017-2018)
4. Kementerian Studi Ekskursi Ikatan Studi Manajemen Syariah
(2017-2018)

KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama.
2. Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan anda pada kolom yang disediakan.

Keterangan:

STP = Sangat Tidak Puas

TP = Tidak Puas

CP = Cukup Puas

P = Puas

SP = Sangat Puas

C. Contoh Pertanyaan Kuisisioner

No	Daftar Petanyaan	STP	TP	CP	P	SP
1	Kemudahan Prosedur Pelayanan			√		

D. Tabel Pertanyaan

No	Daftar Petanyaan	STP	TP	CP	P	SP
I	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)					
1	Kebersihan fasilitas seperti mushola dan toilet					
2	Ketersediaan tempat menunggu dan tempat duduk yang nyaman dan memadai					
3	Ketersediaan Ac, Tv, dan Wifi					
II	Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
4	Kemudahan prosedur pelayanan					
5	Kemampuan petugas memberikan informasi kepada masyarakat dengan bahasa yang sopan dan mudah dimengerti					
6	Petugas tidak diskriminatif (membeda-bedakan) dalam melayani masyarakat					
7	Kesesuaian persyaratan pelayanan					
8	Kemampuan petugas dalam memberi arahan sebelum dan sesudah ujian dilaksanakan					
III	Daya Tanggap (<i>Responsive</i>)					
9	Merespon setiap masyarakat yang ingin melaksanakan pelayanan					
10	Transparan dan akuntabel dalam melayani masyarakat					

11	Ketetapan pelaksanaan terhadap jadwal waktu pelayanan					
12	Tanggung jawab petugas dalam memberikan pelayanan					
IV	Jaminan (<i>Assurance</i>)					
13	Kejelasan dan kepastian petugas dalam memberikan pelayanan					
14	Ketersediaan tempat parkir yang aman					
15	Biaya pengurusan sesuai dengan standart yang ditetapkan					
16	Kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan					
V	Empati (<i>Empathy</i>)					
17	Kesopanan dan keramahan petugas dalam memberikan pelayanan					
18	Petugas mendahulukan kepentingan masyarakat					
19	Petugas melayani dan menghargai masyarakat					

TABULASI DATA

No	Demografi	Pertanyaan																								
		Usia	Jenis Kelamin	X1	X2	X4	Tanggungible	X5	X6	X7	X8	X9	Reliability	X10	X11	X12	X13	Responsive	X14	X15	X16	X17	Assurance	X18	X19	X20
1	2	1	3	4	3	10	2	3	3	4	3	15	3	4	4	3	14	3	3	2	4	12	4	4	3	11
2	1	2	3	2	1	6	2	3	3	4	3	15	5	3	2	4	14	3	4	1	3	11	3	2	3	8
3	1	2	3	4	4	11	4	3	2	5	5	19	3	3	2	3	11	5	5	5	4	19	2	3	4	9
4	1	2	4	3	2	9	3	3	4	3	3	16	3	4	3	3	13	4	2	4	3	13	2	3	3	8
5	2	2	3	3	4	10	4	3	3	4	4	18	3	3	4	5	15	4	5	4	4	17	4	3	4	11
6	1	2	3	4	5	12	5	3	3	3	4	18	5	4	4	3	16	4	5	3	4	16	3	5	5	13
7	1	2	3	4	3	10	4	5	4	4	4	21	3	3	4	3	13	4	2	3	3	12	5	3	4	12
8	1	2	4	3	2	9	3	3	3	5	4	18	2	3	1	3	9	4	1	2	3	10	3	2	2	7
9	1	2	2	4	3	9	3	4	3	4	4	18	4	3	3	4	14	3	2	3	4	12	4	4	4	12
10	1	2	2	3	1	6	1	4	3	2	3	13	3	3	4	3	13	4	4	1	3	12	4	3	3	10
11	1	1	4	4	3	11	2	3	1	2	3	11	3	3	2	4	12	4	2	1	3	10	3	3	3	9
12	1	2	4	4	4	12	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	15	4	3	4	3	14	4	3	4	11
13	1	1	5	5	3	13	4	5	3	4	3	19	4	2	3	4	13	4	5	2	4	15	4	4	5	13
14	1	2	5	5	3	13	4	5	3	4	3	19	4	2	3	4	13	4	5	2	4	15	4	4	3	11
15	1	1	3	3	2	8	2	1	1	2	2	8	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	1	2	6
1	1	2	3	2	2	7	2	3	1	2	3	13	3	2	2	2	9	1	3	3	2	9	1	2	2	5

HASIL UJI VALIDITAS

		Correlations																				
		P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	J L H	
P 1	P ears on C orre la ti on	1	,468*	,179*	,392*	,343*	,207	,117	-,007	,153	,168	,163	,324	,247	,218	,161	,267	,195	,131	,314	,401*	
	Si g. (2 - ta il ed)		,005	,003	,002	,004	,003	,005	,009	,003	,003	,003	,005	,001	,002	,003	,001	,002	,006	,005	,004	,006
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P 2	P ears on C orre la ti on	,468*	1	,407*	,406*	,457*	,180	,159	-,023	,151	-,066	,136	,107	,363*	,178	,107	,359*	,528*	,402*	,504*	,477*	
	Si g. (2 - ta il ed)	,005		,015	,011	,006	,003	,003	,008	,003	,007	,004	,005	,000	,003	,005	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

	ed)																					
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35		
P3	Pearson Correlation	,179*	,407*	1	,594*	,259	,205	,318	,421*	,241	,256	,269	,340*	,346*	,500*	,392*	,598	,284*	,352*	,521*	,617*	
	Sig. (2-tailed)	,303	,015		,000	,133	,237	,063	,012	,163	,144	,109	,045	,042	,002	,000	,007	,045	,001	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P4	Pearson Correlation	,392*	,406*	,594*	1	,273	,384*	,530*	,422*	,490*	,194	,328	,336*	,330*	,340*	,502*	,393	,126	,279	,547*	,645*	
	Sig. (2-tailed)	,020	,015	,000		,113	,003	,000	,006	,024	,205	,049	,043	,046	,002	,000	,042	,172	,004	,001	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35		
P5	Pears on Correlation	,343*	,457*	,259	,273	1	,516*	,308	,253	,293	,146	,277	,408*	,384*	,463*	,172	,528*	,665*	,533*	,454*	,646*	
	Sig. (2-tailed)	,044	,006	,133	,113		,002	,072	,143	,087	,403	,107	,015	,023	,005	,321	,001	,001	,001	,006	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
P6	Pears on Correlation	,207	,180	,205	,384*	,516*	1	,448*	,598*	,465*	,623*	,566*	,581*	,477*	,332	,410*	,542*	,427*	,410*	,520*	,734*	
	Sig. (2-tailed)	,232	,301	,237	,023	,002		,007	,000	,005	,000	,000	,000	,007	,051	,014	,001	,011	,014	,001	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

P 7	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 1 7	, 1 5 9	, 3 1 8	, 5 3 0 *	, 3 0 8	, 4 4 4 *	1	, 6 0 6 *	, 3 6 1 *	, 1 9 5	, 0 5 2	, 4 4 8 *	, 6 1 0 *	, 2 5 8	, 1 8 9	, 4 4 4 *	, 2 5 7	, 3 4 0 *	, 3 6 3 *	, 5 6 8 *
	S i g. (2 - t a i l e d)	, 5 0 2	, 3 6 1	, 0 6 3	, 0 0 1	, 0 7 2	, 0 0 7		, 0 0 0	, 0 3 3	, 2 6 1	, 7 6 9	, 0 0 7	, 0 0 0	, 1 3 4	, 2 7 7	, 0 0 8	, 1 3 6	, 0 4 6	, 0 3 2	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5
P 8	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	- 0 7	- 0 3	, 4 2 *	, 4 5 *	, 2 5 3	, 5 9 *	, 6 0 6 *	1	, 3 3 8 *	, 5 0 8 *	, 3 0 3	, 5 1 6 *	, 4 5 2 *	, 3 3 6 *	, 3 9 6 *	, 5 2 5 *	, 0 7 1	, 2 4 4	, 4 3 8 *	, 6 0 5 *
	S i g. (2 - t a i l e d)	, 9 6 7	, 8 9 5	, 0 1 2	, 0 0 6	, 1 4 3	, 0 0 0	, 0 0 0		, 0 4 7	, 0 0 2	, 0 7 7	, 0 0 1	, 0 0 6	, 0 4 8	, 0 1 8	, 0 0 1	, 6 8 6	, 1 5 8	, 0 0 8	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5

P 9	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 5 3	, 1 5 1	, 2 4 1	, 4 2 0 *	, 2 9 3	, 4 6 5 *	, 3 6 1 *	, 3 3 8 *	1	, 4 6 2 *	, 4 2 4 *	, 5 7 7 *	, 3 7 0 *	, 4 9 5 *	, 2 1 2	, 4 7 4 *	, 3 3 3	, 5 6 1 *	, 6 1 4 *	, 6 5 3 *
	Si g. (2 - t 	, 3 8 0	, 3 8 7	, 1 6 3	, 0 1 2	, 0 8 7	, 0 0 5	, 0 3 3	, 0 4 7		, 0 0 5	, 0 1 1	, 0 0 0	, 0 2 9	, 0 0 3	, 2 2 2	, 0 0 4	, 0 5 1	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5
P 1 0	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 6 8	- , 0 6 6	, 2 5 2	, 1 9 4	, 1 4 6	, 6 2 3 *	, 1 9 5	, 5 0 8 *	, 4 6 2 *	1	, 6 6 1 *	, 5 5 3 *	, 3 9 4 *	, 2 6 5 *	, 4 4 5 *	, 5 7 8 *	, 2 5 2	, 3 1 4	, 4 1 6 *	, 6 0 4 *
	Si g. (2 - t 	, 3 3 4	, 7 0 7	, 1 4 4	, 2 6 4	, 4 0 3	, 0 0 0	, 2 6 1	, 0 0 2	, 0 0 5		, 0 0 0	, 0 0 1	, 0 1 9	, 1 2 4	, 0 0 7	, 0 0 0	, 1 4 4	, 0 6 7	, 0 1 3	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5

P 1 1	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 6 3	, 1 3 6	, 2 6 9	, 3 2 8	, 2 7 7	, 5 6 6 *	, 0 5 2	, 3 0 3	, 4 2 4 *	, 6 6 1 *	1	, 4 4 5 *	, 2 5 2	, 3 6 5 *	, 4 8 4 *	, 4 4 1 *	, 3 5 6 *	, 3 2 0	, 4 5 3 *	, 6 1 3 *	
	S i g. (2 - t a i l e d)	, 3 4 9	, 4 3 6	, 1 1 9	, 0 5 5	, 1 0 7	, 0 0 0	, 7 6 9	, 0 7 7	, 0 1 1	, 0 0 0		, 0 0 7	, 1 4 5	, 0 3 1	, 0 0 3	, 0 0 8	, 0 3 6	, 0 6 1	, 0 0 6	, 0 0 6	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5
P 1 2	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 3 2 4	, 1 0 7	, 3 4 0 *	, 3 3 6 *	, 4 0 8 *	, 5 8 1 *	, 4 4 8 *	, 5 1 6 *	, 5 7 3 *	, 5 5 3 *	, 4 4 5 *	1	, 5 4 2 *	, 5 3 0 *	, 2 5 3	, 6 9 1 *	, 4 7 6 *	, 3 9 2 *	, 6 1 2 *	, 7 4 4 *	
	S i g. (2 - t a i l e d)	, 0 5 8	, 5 4 2	, 0 4 5	, 0 4 9	, 0 1 5	, 0 0 0	, 0 0 7	, 0 0 1	, 0 0 0	, 0 0 1	, 0 0 7		, 0 0 1	, 0 0 1	, 1 4 2	, 0 0 0	, 0 0 4	, 0 2 0	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5

P 1 3	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 2 4 7	, 3 6 3 *	, 3 4 6 *	, 3 5 0 *	, 3 8 4 *	, 4 4 7 *	, 6 1 0 *	, 4 5 2 *	, 3 7 0 *	, 3 9 4 *	, 2 5 2	, 5 4 2 *	1	, 3 8 3 *	, 2 0 5	, 5 0 4 *	, 4 9 1 *	, 5 5 9 *	, 5 6 0 *	, 6 9 1 *
	S i g. (2 - 	, 1 5 3 3	, 0 3 2	, 0 4 2	, 0 3 9	, 0 2 3	, 0 0 7	, 0 0 0 6	, 0 2 9	, 0 1 9	, 1 4 5	, 0 0 1		, 0 2 3	, 2 3 8	, 0 0 2	, 0 0 3	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5													
P 1 4	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 2 1 8	, 1 7 8	, 5 0 0 *	, 3 4 0 *	, 4 6 3 *	, 3 3 2	, 2 5 8	, 3 3 6 *	, 4 9 5 *	, 2 6 5 *	, 3 6 5 *	, 5 3 0 *	, 3 8 3 *	1	, 2 4 6	, 7 0 4 *	, 3 1 7	, 4 1 6 *	, 5 5 3 *	, 6 5 8 *
	S i g. (2 - 	, 2 0 8	, 3 0 5	, 0 0 2	, 0 4 6	, 0 0 5 1	, 1 3 4	, 0 4 8	, 0 0 3	, 1 2 4	, 0 3 1	, 0 0 1	, 0 2 3		, 1 5 5	, 0 0 0	, 0 6 3	, 0 1 3	, 0 0 1	, 0 0 1	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5													

P 1 5	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 6 1	, 1 0 7	, 3 9 2 *	, 5 0 2 * 	, 1 7 2	, 4 1 0 *	, 1 8 9	, 3 9 6 *	, 2 1 2	, 4 4 5 * *	, 4 8 4 * *	, 2 5 3	, 2 0 5	, 2 4 6	1	, 3 2 4	, 0 8 2	, 1 8 4	, 3 5 2 *	, 5 1 7 * *
	Sig. (2 - t a i l e d)	, 3 5 7	, 5 4 1	, 0 2 0	, 0 2 0	, 3 2 3	, 0 1 4	, 2 7 7	, 0 1 8	, 2 2 2	, 0 0 7	, 0 0 3	, 1 4 2	, 2 3 8	, 1 5 5		, 0 5 8	, 6 3 8	, 2 8 9	, 0 3 8	, 0 0 1
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5
P 1 6	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 2 6 7	, 3 5 9 *	, 5 9 3 *	, 3 9 3 *	, 5 2 8 *	, 5 4 2 *	, 4 4 4 *	, 5 2 5 *	, 4 7 4 *	, 5 7 8 *	, 4 4 1 *	, 6 9 1 *	, 5 0 4 *	, 7 0 4 *	, 3 2 4	1	, 5 7 0 *	, 4 8 6 *	, 6 0 9 *	, 8 2 3 *
	Sig. (2 - t a i l e d)	, 1 2 1	, 0 3 4	, 0 0 0	, 0 2 0	, 0 0 1	, 0 0 1	, 0 0 8	, 0 0 1	, 0 0 4	, 0 0 0	, 0 0 8	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 2	, 0 0 0		, 0 0 0	, 0 0 3	, 0 0 0	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5

P 1 7	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 9 5	, 5 2 8 *	, 2 8 5	, 1 2 2 6	, 6 6 5 *	, 4 2 7 *	, 2 5 7	, 0 7 1	, 3 3 3	, 2 5 2	, 3 5 6 *	, 4 7 6 *	, 4 9 1 *	, 3 1 7	, 0 8 2	, 5 7 0 *	1	, 5 7 8 *	, 5 1 9 *	, 6 2 8 *
	S i g. (2 - t a i l e d)	, 2 6 2	, 0 0 1	, 0 9 7	, 4 7 2	, 0 0 0	, 0 1 1	, 1 3 6	, 6 8 6	, 0 5 1	, 1 4 4	, 0 3 6	, 0 0 4	, 0 0 3	, 0 6 3	, 6 3 8	, 0 0 0		, 0 0 0	, 0 0 1	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5
P 1 8	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 1 3 1	, 4 0 2 *	, 3 4 2 *	, 2 7 9	, 5 3 3 *	, 4 1 0 *	, 3 4 4	, 2 4 4	, 5 6 1 *	, 3 1 4	, 3 2 0	, 3 9 2 *	, 5 5 9 *	, 4 1 6 *	, 1 8 4	, 4 8 6 *	, 5 7 8 *	1	, 5 6 2 *	, 6 7 3 *
	S i g. (2 - t a i l e d)	, 4 5 4	, 0 1 7	, 0 4 5	, 1 0 4	, 0 0 1	, 0 1 4	, 0 4 6	, 1 5 8	, 0 0 0	, 0 6 7	, 0 6 1	, 0 2 0	, 0 0 0	, 0 1 3	, 2 8 9	, 0 0 3	, 0 0 0		, 0 0 0	, 0 0 0
	N	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5	3 5

P 1 9	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 3 1 4	, 5 0 4 *	, 5 2 9 *	, 5 4 7 *	, 4 5 4 *	, 5 2 0 *	, 3 6 3 *	, 4 3 8 *	, 6 1 4 *	, 4 1 6 *	, 4 5 3 *	, 6 1 2 *	, 5 6 0 *	, 5 5 3 *	, 3 5 2 *	, 6 0 9 *	, 5 1 9 *	, 5 6 2 *	1	, 8 1 8 *	
	Si g. (2 - t a i l e d)	, 0 6 6	, 0 0 2	, 0 0 1	, 0 0 1	, 0 0 6	, 0 0 1	, 0 3 2	, 0 0 8	, 0 0 0	, 0 1 3	, 0 0 6	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 3 8	, 0 0 0	, 0 0 1	, 0 0 0	, 0 0 0		, 0 0 0
	N	3 5	3 5																			
J L H	P e a r s o n C o r r e l a t i o n	, 4 0 1 *	, 4 7 7 *	, 6 1 7 *	, 6 4 5 *	, 6 4 6 *	, 7 3 4 *	, 5 6 8 *	, 6 0 5 *	, 6 5 3 *	, 6 0 4 *	, 6 1 3 *	, 7 4 4 *	, 6 9 1 *	, 6 5 8 *	, 5 1 7 *	, 8 2 3 *	, 6 2 8 *	, 6 7 3 *	, 8 1 8 *	1	
	Si g. (2 - t a i l e d)	, 0 1 7	, 0 0 4	, 0 0 0	, 0 0 1	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0	, 0 0 0												
	N	3 5	3 5																			
**.																						
*.																						

