

PENGARUH PELAYANAN SATPAS TERHADAP KEPUASAN PEMOHON SIM PADA POLRES TANAH LAUT DI KABUPATEN TANAH LAUT

Kingkin Aribowo

Polres Tanah Laut

Jln. Kemakmuran no. 1 Pelaihari, Kab. Tanah Laut

e-mail: kikin9060@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the effect of service quality dimensions on driver license applicants' satisfaction in Tanah Laut Police Office Satpas. This research method is multiple regression analysis. This research conducted on 94 people of driver license applicants for two weeks. The results showed that: (1) responsiveness, courtesy and credibility have significant influence partially on the satisfaction of the applicant's driver's license, (2) reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding/ knowing the customer and tangible have significant effect simultaneously on the satisfaction of the applicant's driver's license (3) The courtesy variable is the most dominant in influencing satisfaction of the applicant's driver's license

Keywords: service quality, satisfaction, driver license applicants

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut. Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Penelitian dilakukan terhadap 94 orang Pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut selama dua minggu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *responsiveness, courtesy* dan *credibility* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pemohon SIM. (2) *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding/knowing the customer* dan *tangible* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM (3) variabel *courtesy* merupakan yang paling dominan dalam mem-pengaruhi kepuasan pemohon SIM.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan, pemohon sim

Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang penuh persaingan dan tantangan, aparat pemerintah dituntut untuk memberikan pelayanan sebaik-baiknya yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Kualitas pelayanan ini merupakan salah satu indikator keberhasilan aparat pemerintahan dalam melaksanakan tugasnya. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang harus diberikan penyelenggara pemerintah kepada masyarakat. Dalam menjalankan operasionalnya, aparat pemerintah menganut paradigma dalam organisasi bisnis, yaitu efisiensi, efektif dan menempatkan masyarakat sebagai segenap pihak yang harus dilayani sebaik-baiknya.

Fokus dinamika perbaikan kualitas pelayanan terletak pada kepuasan masyarakat (*stakeholder*). Untuk mewujudkan kepuasan ini secara menyeluruh tidaklah mudah, apalagi masyarakat sekarang lebih terdidik dan betul-betul sangat memahami haknya sebagai pengguna jasa. Dalam konteks *good governance*, pelayanan publik merupakan gerbang utama reformasi birokrasi instansi karena pelayanan publik adalah ruang masyarakat dapat berinteraksi secara langsung dengan aparat negara. Di sinilah pelayanan kepada masyarakat seharusnya lebih responsif terhadap kepentingan publik karena akan terpan-tau secara transparan akan kebijakan prosedur dan perilaku yang menyimpang.

Paradigma pelayanan kepada publik berkembang dari yang sifatnya sentralistik ke pelayanan yang sifatnya lebih memberikan fokus pada pengelolaan yang berorientasi kepuasan pelanggan. Kepolisian Negara Republik Indonesia di sini merupakan salah satu aparaturnya yang memiliki fungsi yang sangat erat dengan *good governance* yakni sebagai penyelenggaraan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegak hukum, perlindungan, pengayoman dan pelayanan masyarakat dalam rangka terpeliharanya keamanan dalam negeri. Secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa, Polri sangatlah lekat dengan pelayanan publik.

Pelayanan publik atau sering disebut pelayanan umum, pelayanan masyarakat atau *public service* merupakan salah satu aktivitas Polri yang selalu menjadi perhatian masyarakat. Opini masyarakat tentang aktivitas Polri dalam bidang pelayanan cenderung lebih banyak yang bernada negatif dibandingkan dengan bersifat positif. Hal ini tercermin dari banyaknya keluhan masyarakat tentang berbagai penyimpangan, baik dari segi biaya, mutu, ketidakpastian waktu untuk produk pelayanan yang diinginkan. Berbagai keluhan banyak yang disampaikan melalui media cetak, elektronik maupun pengaduan secara langsung kepada Polri.

Keberhasilan pelaksanaan tugas suatu instansi yang menangani proses perijinan dapat dilihat dari pelaksanaan proses pembuatan perizinan baik dari segi waktu dan kemudahannya. Pelayanan prima sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah pelayanan yang meliputi ketepatan waktu, kemudahan dan transparansi. Kegiatan pelayanan masyarakat yang diberikan Polri harus dilakukan secara terorganisir, tertib dan lancar sehingga pelayanan yang diperlukan dengan cepat dapat diakomodir dan mudah dilaksanakan.

Penerbitan administrasi seperti pelayanan Surat Izin Mengemudi (SIM), pelayanan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), pelayanan Buku Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB), Pelayanan Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK), pengaduan kehilangan, kecelakaan, keramaian dan lainnya adalah bentuk pelayanan dari instansi kepolisian kepada masyarakat.

Dalam pelayanan pembuatan SIM, lamanya waktu tunggu akan menyebabkan semakin lamanya total waktu pelayanan proses pembuatan SIM dari awal pembelian blanko pendaftaran sampai dengan SIM tersebut dapat diterima oleh pemohon. Lamanya waktu pelayanan ini tidak jarang akan mengakibatkan terjadinya *bottleneck* (antrean) dalam pembuatan SIM. Alur proses pembuatan SIM secara umum adalah mulai dari pembelian blanko pendaftaran SIM, tes kesehatan, pembayaran, pengisian formulir, tes tulis, tes praktek, foto, sampai SIM tersebut jadi. Tidak jarang akan terjadi antrean dalam tiap proses tersebut. Proses yang paling lama adalah saat tes praktek, yang bisa memakan waktu berminggu-minggu dan beberapa kali jika tidak lulus. Letak loket satu dengan loket lain yang berjauhan akan semakin menambah total waktu pelayanan pembuatan SIM. Kurangnya sumber daya atau petugas pada tiap loket juga dapat menghambat kelancaran proses pembuatan SIM tersebut.

Masalah yang paling mendasar dalam pelayanan pada Satpas Polres Tanah Laut adalah sebagai berikut ini.

1. Waktu tunggu yang lama dan birokrasi yang terlalu rumit. Untuk pembuatan dan perpanjangan SIM bisa selesai dalam satu hari, namun pada kenyataannya bisa sampai dua atau tiga hari baru selesai bahkan kalau tidak lulus ujian akan mengulang satu minggu kedepan sampai tiga kali dan harus mendaftar ulang jika tetap tidak lulus ujian.
2. Pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat. Sikap beberapa petugas yang arogan dan kurang ramah terhadap masyarakat dalam menangani pembuatan SIM, menumbuhkan tuduhan negatif dari masyarakat.
3. Ruang tunggu yang tidak memadai. Ruang tunggu pada satpas Polres Tanah Laut, sangatlah minim yang tidak sebanding dengan banyaknya pemohon SIM setiap harinya. Akibatnya, masyarakat banyak yang menunggu di lantai-lantai Kantor Satpas bahkan di tempat parkir.
4. Ada sebagian masyarakat dalam mengurus SIM cenderung menggunakan jasa "perantara", karena merasa lebih cepat dan mudah untuk mendapatkan SIM tanpa harus

menjalani berbagai prosedur dan menunggu dalam waktu yang cukup lama. Di lain pihak, tidak sedikit pula yang mengeluhkan keberadaan “perantara” pada Satpas Polres Tanah Laut.

5. Kurangnya petugas yang menangani pembuatan SIM. Terdapat beberapa Petugas yang melaksanakan tugas pengamanan di luar yang waktunya bersamaan dengan waktu pembuatan SIM sehingga menghambat proses pembuatan SIM.

Beberapa keluhan dari masyarakat tentang pelayanan SIM di atas serta permintaan pembuatan SIM yang semakin meningkat di tiap tahunnya, membuat Satpas Polres Tanah Laut terus berupaya melakukan langkah-langkah baru di bidang pelayanan pembuatan SIM. Rata-rata untuk permohonan SIM di Satpas Polres Tanah Laut berjumlah ratusan setiap bulannya. Dari data Satlantas yang didapatkan pada tahun 2015 tercatat dengan total 13.143 pemohon SIM, dengan rincian pembuatan SIM baru 5.761, perpanjangan 6.670, peningkatan 476 dan hilang sebanyak 236 pemohon SIM.

Banyaknya pemohon atau pemakai jasa layanan pembuatan SIM di Satpas Polres Tanah Laut haruslah diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan masyarakat akan menuntut pelayanan yang lebih baik dari organisasi publik.

Hal yang harus diingat bahwa pelayanan pada masyarakat merupakan tuntutan yang tidak bisa diabaikan karena masyarakat merupakan bagian terpenting dari keberadaan dan kelangsungan suatu organisasi. Kualitas pelayanan seringkali digunakan untuk melihat bagaimana kinerja suatu organisasi publik. Pelayanan pada Satpas Polres Tanah Laut merupakan fungsi tugas pokok Kepolisian. Kualitas pelayanan tersebut mencerminkan kualitas dari instansi dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Melalui pelayanan publik yang dilaksanakan untuk masyarakat.

Melihat pokok masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh pelayanan satpas terhadap kepuasan pemohon SIM Pada Polres Tanah Laut di Kabupaten Tanah Laut.

Studi Literatur

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang diharapkan. Dalam perspektif *total quality management*, Kualitas dipandang secara luas, di mana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan manusia.

Kualitas merupakan usaha apa saja yang digunakan untuk mempertinggi kepuasan pelanggan (Daviddow dan Uttal dalam Hardiansyah, 2011:35). Menurut Goesth dan Davis dalam Tjiptono (2005:10) menyatakan bahwa kualitas dapat dirumuskan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pendekatan yang dikemukakan oleh Goesth dan Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Garvin dalam Hardiansyah (2011:37) terdapat lima macam perspektif kualitas yang dapat diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan sebagai berikut ini.

1. *Transcendental approach*, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan, diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan
2. *Product-based approach*, bahwa kualitas merupakan atribut ataupun spesifikasi yang dapat kuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.
3. *User-based approach*, bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga pelayanan yang paling memuaskan preferensi seseorang

(*perceived quality*) merupakan pelayanan yang paling berkualitas tinggi. Perspektif yang subjektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakan.

4. *Manufacturing-based approach*, mendasarkan diri pada *supply* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perancangan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara interna, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.
5. *Value-based approach*, memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai, akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang dibeli konsumen maupun pelayanan yang paling bermakna bagi pelanggan.

Dalam layanan umum terdapat beberapa faktor pendukung yang penting di antaranya faktor kesadaran para pejabat serta petugas yang berkecimpung dalam layanan umum, faktor aturan yang menjadi landasan kerja layanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan layanan,

Faktor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, faktor keterampilan petugas dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas layanan. Keenam faktor itu masing masing mempunyai peranan berbeda tetapi saling berpengaruh dan secara bersama sama akan mewujudkan pelaksanaan layanan secara baik berupa layanan verbal, layanan

tulisan atau layanan dalam bentuk gerakan/tindakan dengan atau tanpa peralatan.

Menurut Zeithmal, Berry dan Prasuraman (1990) dimensi kualitas pelayanan untuk menentukan kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut ini.

1. *Reliability*, adalah mencakup konsistensi kerja dan keandalan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat sejak awal dan telah memenuhi janji.
2. *Responsiveness*, adalah kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, adalah setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu.
4. *Access*, adalah kemudahan untuk dihubungi atau ditemui. Artinya, lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.
5. *Courtesy*, yaitu sikap sopan santun, respect, perhatian dan keramahan dari kontak personel perusahaan.
6. *Communication*, yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu jujur dan dapat dipercaya. Di sini *credibility* menyangkut nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, kontak personal dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keraguraguan.
9. *Understanding/knowing the customer*, yaitu upaya untuk memahami pelanggan.
10. *Tangible*, yaitu segala bukti fisik seperti pegawai fasilitas peralatan tampilan fisik dari pelayanan.

Menurut Zeithmal, Berry dan Prasuraman (1990:23), pengukuran kualitas pelayanan publik didasarkan pada indikator-indikator sebagai berikut ini.

1. *Tangibles*, artinya kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, ruang tunggu dan lain-lain.
2. *Reliability*, yakni kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.

3. *Responsiveness*, kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. *Assurance*, yakni kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.
5. *Emphaty*, yakni sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

Menurut Eilhaitammy dalam Pandy Tjiptono (2000: 23) secara garis besar ada empat unsur pokok dalam *service excellence* atau layanan yang unggul, yaitu: (1) kecepatan (*service ability*), (2) ketetapan (*accuracy*), (3) keramahan (*courtesy*), dan (4) kenyamanan (*convenience*).

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Gaspersz dalam (Sumpara 2000:12) tentang beberapa dimensi atau atribut dalam perbaikan layanan yaitu: (1) ketepatan waktu layanan, (2) akurasi layanan, (3) kesopanan dan keramahan dalam memberikan layanan, (4) tanggung jawab, (5) kelengkapan, (6) kemudahan mendapat layanan, (7) variasi model layanan, (8) layanan pribadi, (9) kenyamanan dalam memperoleh layanan, dan (10) atribut pendukung layanan lainnya.

Apabila aparatur layanan berkeinginan menciptakan kepuasan total pelanggan/masyarakat, maka dimensi dimensi di atas sangat penting untuk diperhatikan. Selain itu, penetapan biaya harus jelas dan transparan, sehingga tidak menimbulkan kecurigaan dan ketidakpastian.

Memperhatikan atribut atau dimensi layanan seperti yang diuraikan diatas, disadari bahwa upaya mencapai layanan yang baik *excellence* bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Akan tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan maka diyakini perusahaan yang bersangkutan akan meraih manfaat yang besar.

Salah satu dampak dari globalisasi dan reformasi adalah munculnya tuntutan yang gencar dilakukan oleh masyarakat terhadap pemerintah untuk melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan yang baik. Oleh karena itu, pola lama penyelenggaraan pemerintahan sudah tidak sesuai lagi dengan tatanan masyarakat yang telah berubah dari yang semula

sentralisasi kekuasaan yang eksekutif, monopolistik, formal, birokratik, koersif, nepolitik dan tidak akuntabel menuju pola dan gaya pemerintahan yang lebih demokratis desentralistik, inklusif, pastisipatif, transparan, efisiensi dan akuntabel (Islamy, 2000:34). Hal ini sesuai dengan kecenderungan pola pengembangan pemerintahan (*governance*) yang dipengaruhi oleh semakin kentalnya nilai nilai demokrasi, transparansi dan akuntabilitas.

Sistem pemerintahan yang sentralistik cenderung membentuk struktur yang vertikal, birokrasi yang kental dan berwatak interviomis (Wahab, 1999:23). Model pemerintahan yang seperti ini ternyata tidak mampu beradaptasi dengan lingkungan ekonomi, sosial, kultur yang sedang mengalami perubahan dengan demikian akibatnya dalam konteks layanan publik akan muncul kurang baik.

Lebih lanjut menurut Wahab (1999:23) layanan publik dalam perspektif teori *governance* yaitu teori yang mencoba menjelaskan secara makro proses perubahan dalam pemerintahan. Selanjutnya, dijelaskan bahwa krisis yang melanda saat itu disebabkan oleh kuatnya hegemoni negara ditandai oleh dominannya pengaruh negara atas segala aspek kehidupan, termasuk layanan publik yang dari waktu ke waktu semakin kompleks. Dengan demikian, reformasi layanan publik haruslah diarahkan untuk mencermati dan membenahi berbagai kesalahan kebijakan di masa lalu maupun kebijakan yang berlaku sekarang sedang mekanisme pengaturan kelembagaan yang ada.

Salah satu upaya pemerintah untuk melakukan reformasi administrasi publiknya termasuk di dalamnya upaya reformasi manajemen layanan publiknya, khususnya dalam konteks *trust buildings*, Polri melaksanakan program *quick wins* dan pelayanan prima kepolisian agar terwujud layanan publik yang lebih berkualitas.

Dalam organisasi publik yang menjadi produk sesungguhnya adalah layanan masyarakat (*public service*) untuk memberikan layanan yang berkualitas. Pada dasarnya kualitas terkait dengan layanan yang baik dan optimal, yaitu suatu sikap atau cara petugas pelayan dalam melayani pelanggan yang dalam hal ini masyarakat secara memuaskan.

Menurut Zheithaml and Bitner (2003: 87) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut ini.

1. Fitur produk dan jasa. Kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen terhadap fitur produk dan jasa. Untuk jasa perbankan, fitur yang penting meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman, sarana pelayanan yang menyenangkan dan sebagainya. Dalam melakukan studi kepuasan banyak perusahaan menggunakan kelompok fokus untuk menentukan fitur dan atribut penting dari jasa dan kemudian mengukur persepsi konsumen terhadap fitur tersebut. Penelitian juga menunjukkan bahwa konsumen jasa akan membuat *trade-off* antara fitur jasa yang berbeda (misalnya, tingkat harga dengan kualitas atau dengan keramahan karyawan) tergantung tipe jasa yang dievaluasi dan tingkat kekritisan jasa.
2. Emosi konsumen. Emosi konsumen juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan konsumen (*good mood dan bad mood*) dapat mempengaruhi respon konsumen terhadap jasa. Emosi spesifik juga dapat disebabkan oleh pengalaman konsumsi, yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa. Emosi positif seperti perasaan bahagia, senang, gembira akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, emosi negatif seperti kesedihan, duka, penyesalan dan kemarahan dapat menurunkan tingkat kepuasan.
3. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa. Atribusi penyebab yang dirasakan dari suatu peristiwa-peristiwa yang mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika konsumen dikejutkan dengan hasil (jasa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan) konsumen cenderung untuk melihat alasan dan penilaian mereka terhadap alasan dapat mempengaruhi kepuasan
4. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*). Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen

terhadap kewajaran dan keadilan. Konsumen bertanya pada diri mereka: Apakah saya diperlakukan secara baik dibandingkan dengan konsumen lain? Apakah konsumen lain mendapat pelayanan yang lebih baik, harga yang lebih baik, atau kualitas jasa yang lebih baik? Apakah saya membayar dengan harga yang wajar untuk jasa yang saya beli? dugaan mengenai *equality* dan *fairness* adalah penting bagi persepsi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa.

5. Konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh orang lain, misalnya kepuasan terhadap perjalanan liburan. Keluarga adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan. Kemudian apakah ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali di antara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.

Menurut Garvin (dalam Kadir, 2001) faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain sebagai berikut ini.

1. Kinerja, yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kehandalan, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan atau kerusakan dalam penggunaannya.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan dan kemudahan penggunaan serta penanganan keluhan yang memuaskan
7. Estetika, yaitu daya tarik produk oleh pancaindra, kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab terhadapnya.

Menurut Keputusan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2012 tentang Surat Izin Mengemudi, Bab I Pasal 1 Menerangkan Bahwa Satuan Penyelenggara Administrasi SIM (SATPAS) adalah unsur pelaksana Polri di bidang lalu lintas yang berada di lingkungan kantor kepolisian setempat atau di luar lingkungan kantor kepolisian.

Menurut Keputusan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2012 tentang Surat Izin Mengemudi, Bab III Pasal 14 ayat 2 menerangkan bahwa Satuan Penyelenggara Administrasi SIM (SATPAS) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. mempunyai sumber daya manusia yang memenuhi standar kompetensi sebagai penguji SIM;
2. mempunyai sarana dan prasarana layanan administrasi yang memenuhi standar yang ditentukan dalam peraturan Kapolri Nomor 9 tahun 2012 tentang surat izin mengemudi; dan
3. Mempunyai atau menyediakan sarana dan prasarana praktik, ujian teori, simulator dan paraktik sesuai dalam peraturan Kapolri Nomor 9 tahun 2012 tentang surat izin mengemudi.

Metode Penelitian

Berdasarkan data yang digunakan yaitu data kuantitatif berupa angka dan dianalisis statistik, maka penelitian ini termasuk dalam penelitian survey. Metode penelitian survey adalah usaha pengamatan unuk mendapatkan keterangan-keterangan yang jelas terhadap suatu masalah tertentu dalam suatu penelitian (Riduwan, 2007:275).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pemohon SIM di Polres Tanah Laut selama satu bulan adalah sebanyak 1.640 orang pemohon SIM.

Sampel menurut Sekaran (2006:123) adalah sebagian dari populasi terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Umar (2008: 146) dengan tingkat kesalahan 10% mengingat homogenitas dari populasi. Proses perhitungan sampel dilakukan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1640}{1 + 1640 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1640}{17,40}$$

$$n = 94,25$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditolerir dengan tingkat kesalahan 10%

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebanyak 94 orang pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut. Teknik pengumpulan sampel menggunakan random sampling yaitu pengambilan anggota sampel secara acak.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, dengan pendekatan random sampling yaitu adalah teknik pengambilan sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer ini merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek dengan cara memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden atau masyarakat pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut dengan kata lain suatu alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Data Sekunder adalah data yang penulis peroleh dari buku-buku atau literatur yang erat kaitanya dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan observasi. Pemberian kuesioner dilakukan kepada responden secara langsung yaitu para pemohon SIM di Polres Tanah Laut. Observasi dilakukan dengan mendapatkan data secara langsung di lapangan.

Berikut ini merupakan definisi operasional variabel-variabel penelitian.

1. Kualitas pelayanan (X) adalah hasil yang dicapai oleh seorang petugas dilihat dari mutu kerjanya, dengan indikator :
 - a. *Reliability* (X_1), mencakup konsistensi kerja dan keandalan. Hal ini berarti Satpas Polres Tanah Laut memberikan pelayanan secara tepat sejak awal dan telah memenuhi janji.
 - b. *Responsiveness* (X_2), adalah kemauan atau kesiapan petugas Satpas untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan Pemohon SIM.
 - c. *Competence* (X_3), adalah setiap petugas Satpas memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan secara maksimal.
 - d. *Access* (X_4), adalah kemudahan untuk dihubungi atau ditemui. Artinya, lokasi fasilitas pelayanan Satpas mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.
 - e. *Courtesy* (X_5), yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan dari petugas Satpas.
 - f. *Communication* (X_6), yaitu petugas Satpas memberikan informasi yang dapat dipahami pemohon SIM serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pemohon SIM.
 - g. *Credibility* (X_7), yaitu jujur dan dapat dipercaya. Hal ini menyangkut nama dan reputasi Satpas, karakteristik pribadi petugas Satpas, kontak personal dan interaksi dengan pemohon SIM.
 - h. *Security* (X_8), yaitu keamanan (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keragu-raguan pemohon SIM.
 - i. *Understanding/knowing the costumer*, yaitu upaya petugas Satpas untuk memahami keinginan pemohon SIM.
 - j. *Tangible*, yaitu segala bukti fisik seperti petugas Satpas, fasilitas, peralatan, dan tampilan fisik dari pelayanan yang ada pada Satpas.
2. Kepuasan konsumen (Y), adalah pemohon SIM merasa puas atas pelayanan pada Satpas.

Data kuantitatif yang terkumpul dianalisis dan diuji secara statistik, dengan menggunakan analisis model regresi. Sebelum data dianalisis terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas agar didapatkan hasil yang akurat dan dapat dipercaya.

Uji validitas instrumen dilakukan dengan mengkorelasikan skor butir-butir pertanyaan dari kuesioner dengan skor total variabelnya. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas bertujuan mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan menggunakan koefisien korelasi $r_{hitung} \geq 0,30$ (Sugiyono, 2004 : 124). Sehingga bila koefisien korelasi antara butir pertanyaan untuk sebuah variabel dengan skor total variabelnya lebih besar dari 0,30, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Menurut Ghozali (2005:41) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konstan atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas pengukuran ditentukan dengan menghitung koefisien Cronbach dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien Cronbach α yang makin mendekati 1 atau semakin tinggi koefisien internal reliabilitasnya. Menurut Ghozali (2005:42), bahwa instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien Cronbach $\alpha \geq 0,6$. Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan formula koefisien Cronbach α .

Kondisi non multikolinier pada setiap variabel bebas (X) dapat diketahui dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai VIF tersebut sebagai pendekatan untuk membuat batasan toleransi keterkaitan secara linier antar variabel bebas (X). Semakin tinggi nilai VIF mengindikasikan terjadinya kondisi multikolinier. Batasan yang digunakan untuk me-

netapkan terdapat kondisi multikolinier atau tidak adalah nilai VIF sebesar 10. VIF kurang dari 10 dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinier dan sebaliknya.

Menurut Suliyanto (2005:47) uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2011:145) tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal *probability plot*. Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2011:149) uji heteroskedastisitas menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan dari pengamatan lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar pengambil keputusannya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik (*point-point*) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji hipotesis dengan paket program *SPSS for Windows*. Model regresi ini dipilih karena penelitian ini menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen (X), yaitu *reliability* (x_1), *responsiveness* (x_2), *competence* (x_3), *access* (x_4), *courtesy* (x_5), *communication* (x_6), *credibility* (x_7), *security* (x_8), *understanding* (x_9), dan *tabgible* (x_{10}) terhadap satu variabel

dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen. Persamaan model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut ini.

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9 + B_{10}X_{10} + e$$

Keterangan:

- Y = estimasi rata rata kepuasan konsumen
 E = konstanta dan persamaan regresi
 B₁ = koefisien regresi untuk variabel X₁ untuk *reliability*
 X₁ = skor dimensi untuk *reliability*
 B₂ = koefisien regresi untuk variabel X₂ untuk *responsiveness*
 X₂ = skor dimensi untuk *responsiveness*
 B₃ = koefisien regresi untuk variabel X₃ untuk *competence*
 X₃ = skor dimensi untuk *competence*
 B₄ = koefisien regresi untuk variabel X₄ untuk *access*
 X₄ = skor dimensi untuk *access*
 B₅ = koefisien regresi untuk variabel X₅ untuk *courtesy*
 X₅ = skor dimensi untuk *courtesy*
 B₆ = koefisien regresi untuk variabel X₆ untuk *communication*
 X₆ = skor dimensi untuk *communication*
 B₇ = koefisien regresi untuk variabel X₇ untuk *credibility*
 X₇ = skor dimensi untuk *credibility*
 B₈ = koefisien regresi untuk variabel X₈ untuk *security*
 X₈ = skor dimensi untuk *security*
 B₉ = koefisien regresi untuk variabel X₉ untuk *understanding*
 X₉ = skor dimensi untuk *understanding*
 B₁₀ = koefisien regresi untuk variabel X₁₀ untuk *tangible*
 X₁₀ = skor dimensi untuk *tangible*

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1 dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut ini.

$$Y = 1.777 + 0,512 X_1 + 0,708 X_2 + 0,043 X_3 + 0,062 X_4 + 0,940 X_5 + 0,296 X_6 + 0,858 X_7 + 0,037 X_8 + 0,689 X_9 - 0,009 X_{10}$$

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	1,777	1,812		0,981	0,330					
X ₁	0,512	0,301	0,125	1,701	0,093	0,744	0,184	0,077	0,384	2,606
X ₂	0,708	0,328	0,192	2,158	0,034	0,755	0,231	0,098	0,262	3,818
X ₃	0,043	0,305	0,012	0,141	0,888	0,656	0,015	0,006	0,308	3,245
X ₄	0,062	0,212	0,022	0,291	0,772	0,689	0,032	0,013	0,374	2,670
X ₅	0,940	0,266	0,339	3,531	0,001	0,842	0,361	0,161	0,224	4,467
X ₆	0,296	0,253	0,077	1,169	0,246	0,676	0,127	0,053	0,481	2,080
X ₇	0,858	0,300	0,216	2,857	0,005	0,761	0,299	0,130	0,363	2,755
X ₈	0,037	0,322	0,010	0,113	0,910	0,717	0,012	0,005	0,284	3,523
X ₉	0,689	0,518	0,096	1,331	0,187	0,643	0,145	0,061	0,396	2,528
X ₁₀	-0,009	0,245	-0,003	-0,036	0,972	0,768	-0,004	-0,002	0,239	4,176

Sumber: data diolah

1. Konstanta sebesar 1.777, berarti jika diasumsikan variabel kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *competence*, *access*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, *understanding/knowing the customer* dan *tangible*. maka besarnya kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut adalah 1.777.
2. *Reliability*/kehandalan kerja (X₁) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,512 seiring dengan semakin membaiknya kesesuaian persyaratan pelayanan satpas dan pelayanan petugas yang jelas dan pasti. Namun, variabel *reliability* ini tidak signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
3. *Responsiveness*/ketanggapan (X₂) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,708 seiring dengan semakin membaiknya ketanggapan petugas dalam memberikan pelayanan dan kecepatan petugas dalam memberikan formulir SIM. *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
4. *Competence*/kompetensi (X₃) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,043 seiring dengan semakin membaiknya kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan dan ketrampilan petugas dalam memberikan pelayanan. Namun, variabel *competence* ini tidak signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
5. *Access*/akses (X₄) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,062 seiring dengan semakin membaiknya waktu tunggu pembuatan SIM sesuai peraturan. Tempat menunggu yang nyaman dan fasilitas pelayanan yang mudah dijangkau. Namun, variabel *access* ini tidak signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
6. *Courtesy*/tata krama (X₅) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,940 seiring dengan semakin membaiknya keramahan petugas, kesesuaian biaya dan kesesuaian jam pelayanan. Variabel *Courtesy* ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
7. *Communication*/komunikasi (X₆) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,296 seiring dengan semakin membaiknya petugas memberikan informasi yang mudah dipahami dan mau mendengar saran dari pemohon SIM. Namun, variabel *communication* ini tidak signifikan terhadap kepuasan Pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.

8. *Credibility*/kejujuran (X_7) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,858 seiring dengan semakin membaiknya karakter dan pribadi petugas serta membaiknya interaksi antara petugas dengan pemohon SIM. Variabel *credibility* ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
 9. *Security*/merasa aman (X_8) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,037 seiring dengan semakin membaiknya tempat pelayanan yang aman dan nyaman serta tidak adanya gangguan saat proses pembuatan SIM berlangsung. Namun, variabel *security* ini tidak signifikan terhadap kepuasan Pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
 10. *Understanding knowing the costumer*/perhatian pada pelanggan (X_9) pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat positif sebesar 0,689 seiring dengan semakin membaiknya petugas dengan mengerti apa yang diinginkan pemohon SIM. Namun, variabel *understanding knowing the costume* ini tidak signifikan terhadap kepuasan Pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
 11. Dari hasil persamaan ini terlihat bahwa *Tangible* / fasilitas fisik (X_{10}) yang telah dimiliki oleh pegawai Satpas Polres Tanah Laut akan cenderung meningkat negatif sebesar -0,009 seiring dengan semakin membaiknya Fasilitas yang ada cukup memadai, penampilan petugas cukup baik dan alat yang digunakan cukup canggih akan tetapi variabel *Tangible* ini tidak signifikan terhadap kepuasan Pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
1. Pada variabel *responsiveness* (X_2), nilai $t_{hitung} = 2,158$, sedangkan nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% ($\alpha=0,05$) adalah 1,988 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara *responsiveness* terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
 2. Pada variabel *Courtesy* (X_5), nilai $t_{hitung} = 3,531$, sedangkan nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% ($\alpha=0,05$) adalah 1,988 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara *courtesy* terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
 3. Pada variabel *Credibility* (X_7), nilai $t_{hitung} = 3,531$, sedangkan nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% ($\alpha=0,05$) adalah 1,988 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara *credibility* terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
 4. untuk variabel *reliability, competence, access, communication, security, understanding/knowing the costumer* dan *tangible* memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut

Pengujian secara simultan (uji F) digunakan dengan tujuan untuk membuktikan apakah variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.

Dari Tabel 2, nilai F_{hitung} sebesar 40,041 dan F_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% serta derajat sebesar 2,322. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} (40,041) > F_{tabel} (2,322)$, yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.

Melalui pengujian secara parsial (uji t) dapat diketahui bahwa variable yang terdiri dari *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *competence* (X_3), *access* (X_4), *courtesy* (X_5), *communication* (X_6), *credibility* (X_7), *security* (X_8), *understanding/knowing the costumer* (X_9) dan *tangible* (X_{10}) apakah berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam pembuatan SIM pada Satpas Polres Tanah Laut. Adapun penjelasan untuk variabel tersebut diatas adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2. Uji Simultan (Uji F)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.937,738	10	193,774	40,041	0,000 ^a
Residual	401,666	83	4.838		
Total	2.339,404	93			

Sumber: data diolah

Tabel 3. Hasil R Square

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,910 ^a	0,828	0,808	2,19985

Sumber: data diolah

Dari Tabel 3, besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemohon SIM sebesar 82,8% tersebut menunjukkan selain variabel kualitas pelayanan, kepuasan pemohon SIM juga dipengaruhi variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini sebesar 17,2%.

Untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh secara dominan maka diperlukan adanya fakta hasil perhitungan secara parsial dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien korelasi parsial dari masing-masing variabel bebas tersebut perlu dihitung. Koefisien determinasi parsial menunjukkan kontribusi pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel tergantung dengan membuat variabel-variabel bebas lainnya konstan atau tetap. Untuk mendapatkan koefisien determinasi parsial tersebut adalah dengan cara mengkuadratkan koefisien parsial.

Dari Tabel 1 terlihat pengaruh parsial terbesar terhadap variabel kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut (Y) adalah *Courtesy* (X₅) sebesar 70,9%, sedangkan pengaruh parsial lainnya cenderung lebih kecil. Hal ini berarti bahwa pada taraf nyata $\alpha = 0.05$ dapat dikatakan *courtesy* (X₅) mempunyai pengaruh secara dominan terhadap kepuasan Pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut atau dengan perkataan lain bahwa dengan taraf nyata 5% hipotesis ketiga ditolak (tidak terbukti).

Kesimpulan

Dari hasil hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut ini.

1. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Satpas Polres Tanah Laut yang meliputi *reliability* (X₁), *responsiveness* (X₂), *competence* (X₃), *access* (X₄), *courtesy* (X₅), *communication* (X₆), *credibility* (X₇), *security* (X₈), *understanding/knowing the costumer* (X₉) dan *tangible* (X₁₀) secara parsial ternyata hanya *responsiveness* (X₂), *Courtesy* (X₅) dan *credibility* (X₇) yang memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM (Y), sedangkan variabel yang lain tidak berpengaruh signifikan.
2. Berdasarkan analisis regresi berganda, faktor kualitas pelayanan yang meliputi *reliability* (X₁), *responsiveness* (X₂), *competence* (X₃), *access* (X₄), *courtesy* (X₅), *communication* (X₆), *credibility* (X₇), *security* (X₈), *understanding/knowing the costumer* (X₉) dan *tangible* (X₁₀) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pemohon SIM pada Satpas Polres Tanah Laut.
3. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa-jasa melalui Satpas Polres Tanah Laut adalah *courtesy*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 19*, Edisi Kelima, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hardiansyah, 2011, *Kualitas Pelayanan Publik*, Gava Media, Yogyakarta.
- Islamy M. Irfan, 2000, *Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan Negara*, Sinar Grafika, Jakarta.

- Kadir, Abd. Rahman, 2001, *“Pengaruh Komitmen Manajemen Bank terhadap Tingkat Kepuasan Kerja Karyawan dan Tingkat Kepuasan Nasabah di Sulawesi Selatan”*, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Republik Indonesia, *Keputusan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2012*.
- Riduwan, 2007, *Metode Penelitian untuk Tesis*, Alfabeta, Bandung.
- Sekaran Uma, 2006, *Research Methods for Business*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sampara Lukman, 2000, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, STIA LAN, Jakarta.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, 2005, *Metode Riset Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono Pandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Andi Offset Yogyakarta.
- Umar Husein, 2008, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wahab Solichin Abdul, 1999, *Ekonomi Politik Pembangunan; Bisnis Indonesia Era Orde Baru dan di tengah Krisis Moneter*, Dinar Wijaya Brawijaya University Press, Malang.
- Zeithaml Valerie A., A. Prasuraman dan Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.
- Zeithaml, Valerie A dan M.J. Bitner, 2003, *Service Marketing*, McGraw Hill, New Delhi.