

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK  
KENDARAAN BERMOTOR DI KANTOR  
BERSAMA SAMSAT SURABAYA BARAT UPTD  
DISPENDA PROPINSI JATIM**

**ARTIKEL ILMIAH**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata Satu  
Jurusan Akuntansi**



**Oleh :**

**Gilang Ramadhan Priambudi**

**NIM : 2008310601**

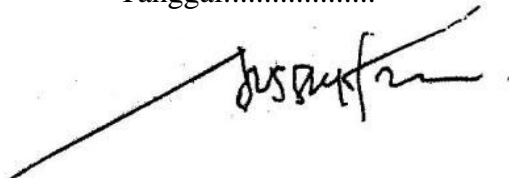
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2012**

## **PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH**

Nama : GILANG RAMADHAN PRIAMBUDI  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Maret 1990  
N.I.M : 2008310601  
Jurusan : Akuntansi  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan  
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wahib Pajak  
Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama Samsat Surabaya Barat  
UPTD Dispenda Propinsi Jatim.

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal:.....



**Dr. AGUS SAMEKTO, Ak., M.Si.**

Ketua Program Studi S1 Akuntansi  
Tanggal:.....



**SUPRIYATI SE., M.Si., Ak.**

# **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama Samsat Surabaya Barat UPTD Dispenda Propinsi Jatim**

**Gilang Ramadhan Priambudi**

STIE Perbanas Surabaya

Email: [2008310601@students.perbanas.ac.id](mailto:2008310601@students.perbanas.ac.id)

Jln. Nginden II No.95 Surabaya

## **ABSTRACT**

*In most institutions service provider customer satisfaction is a very decisive factor for the acceptance rate of income. Office as institutions that implement Samsat task the collection of State revenues should also should pay attention to the level of quality of the services provided to the taxpayer. Satisfaction of the taxpayer becomes a factor that determines the success or not voting and tax collection activities that determines success or not voting and tax collection activities. But in fact many taxpayers who encounter barriers in the process of tax service offices, in particular in Samsat thus factor quality of service worthy of attention by all the leaders made at the institution. This research aimed to determine the influence of the quality of service to the satisfaction of the taxpayer on the Surabaya Office of the West by Samsat sample research are 100 taxpayer service offices Surabaya user Samsat West. Analysis results with simple linear regression concluded that quality of service provides significant effects against taxpayer satisfaction with the level of relationships that are strong enough for 0.477. Results of the study also concluded that the ability of officers to conduct communicative Samsat effective absolute to do repairs and improvements right is reflected in the value of the desire and expectation gap taxpayer compared with very high service quality indicators.*

**Keyword** : Service Quality, Satisfaction

## **PENDAHULUAN**

Kantor Bersama Samsat Surabaya Barat UPTD Dispenda Propinsi Jatim merupakan suatu tempat yang melaksanakan tugas secara bersama-sama dari tiga instansi, yaitu Dinas Pendapatan Daerah, Direktorat Lalu Lintas Kepolisian Daerah, dan PT. Jasa Raharja, yang berkewajiban memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang pendaftaran kendaraan bermotor, pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB), pembayaran Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) dan pembayaran Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Organisasi pemerintah yang melaksanakan tugas pengumpulan penerimaan Negara dan sekaligus memberikan pelayanan kepada

masyarakat. Peran dan fungsi Kantor Bersama Samsat Surabaya Barat semakin menjadi penting, karena tidak hanya dapat berbuat atau berperilaku berdasarkan aturan, prosedur, ketentuan dan kebiasaan belaka. Wajib pajak kendaraan bermotor merupakan faktor utama yang menentukan sukses atau tidaknya kegiatan pemungutan dan pengumpulan pajak, oleh karena itu eksistensinya harus mendapatkan tempat yang paling terhormat, mendapatkan pelayanan terbaik, kebutuhan akan kemudahan, kenyamanan dan kepastian hukum harus dijamin. Profesionalisme penyedia jasa layanan Samsat akan dapat menciptakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan para wajib pajak kendaraan bermotor. Oleh karena itu upaya

peningkatan profesionalisme harus terus dilakukan demi tercapainya kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor. Tinggi rendahnya profesionalisme layanan bisa dilihat dari penilaian wajib pajak kendaraan bermotor terhadap kualitas layanan yang mereka terima dibandingkan kualitas layanan yang mereka harapkan atau perbandingan antara kinerja kualitas layanan dengan kualitas layanan yang dinilai penting oleh wajib pajak kendaraan bermotor.

## **RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

### *Teori Total Quality Management*

Menurut (Handoko, 1998) menunjukkan bahwa TQM merupakan strategi organisasional menyeluruh yang melibatkan semua jenjang dan jajaran management dan karyawan. Setiap orang terlibat dalam proses TQM. Lebih lanjut, kata “total” berarti bahwa TQM mencakup tidak hanya pengguna akhir dan pembeli eksternal saja, tetapi juga pelanggan internal, pemasok bahkan yang mendukung. Bukan berarti sekadar produk bebas cacat, tetapi TQM lebih menekankan pelayanan kualitas.

TQM merupakan suatu konsep perbaikan yang dilaksanakan secara terus-menerus, yang melibatkan seluruh elemen dan karyawan pada setiap tingkatan organisasi dalam rangka untuk mencapai kualitas yang terbaik pada seluruh aspek organisasi melalui proses manajemen. ISO mengungkapkan bahwa TQM adalah pendekatan manajemen pada suatu organisasi, berfokus pada kualitas dan didasarkan pada kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan dan memberikan manfaat pada anggota organisasi (sumber daya manusianya) dan masyarakat. Tujuan utama TQM adalah perbaikan mutu pelayanan secara terus menerus.

## **Kualitas Jasa**

Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof dalam Tjiptono, 2002). Kualitas pelayanan mengandung pengertian pada upaya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut (Parasuraman dalam Tjiptono, 2002) kualitas jasa memiliki ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu: *expected service* dan *perceived service*.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan (*expected service*) maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik atau tidaknya kualitas jasa sangat tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten dan berkesinambungan (*sustainable*). Tingkat kualitas layanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang organisasi, akan tetapi harus dipandang dari jendela pelanggan. Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.

## **Dimensi Kualitas Jasa**

Berdasarkan kepada perspektif kualitas, menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam (Yamit, 2002), terdapat 5 (lima) dimensi karakteristik jasa dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung/wujud fisik), yaitu penampilan dan kemampuan saran dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah

bukti pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (daya tanggap/ketanggapan), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada organisasinya.
5. *Empathy*, yaitu dengan memberikan perhatian yang tulus dan sifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

### **Teori Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler: 1997). Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan evaluasi perusahaan atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan oleh pelanggan dengan harapan yang diterima pelanggan.

### **Metode pengukuran kepuasan pelanggan**

Beberapa metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan (Kotler, 1994, pp 41-43:

1. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran)  
Organisasi yang berpusat pelanggan membentuk kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, customer hot

lines, dan lain-lain. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)  
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.
3. *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang hilang)  
Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal tersebut terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting.
4. *Customer satisfaction survey* (survey kepuasan pelanggan)  
Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992, p.61). Hal ini karena melalui survei perusahaan. Perusahaan akan memperoleh tangan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Pendapat Kotler tersebut memiliki berbagai metode yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

Selain survey berkala kepada pelanggan, metode lain yang dapat digunakan adalah memperkerjakan pegawai atau karyawan sebagai pembeli bayangan yang digunakan sebagai masukan bagi produk, menganalisis dan mencari pelanggan yang berhenti berlangganan. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan sistem keluhan dan saran yaitu dengan melihat ada atau tidaknya keluhan dari pelanggan. Semakin sedikit keluhan maka berarti pelanggan semakin puas. Begitu juga menurut Boediono, mengukur kepuasan pelanggan digunakan keluhan pelanggan. Keluhan yang disampaikan pelanggan yang berkaitan dengan mutu pelayanan harus menjadi perhatian utama bagi perusahaan.

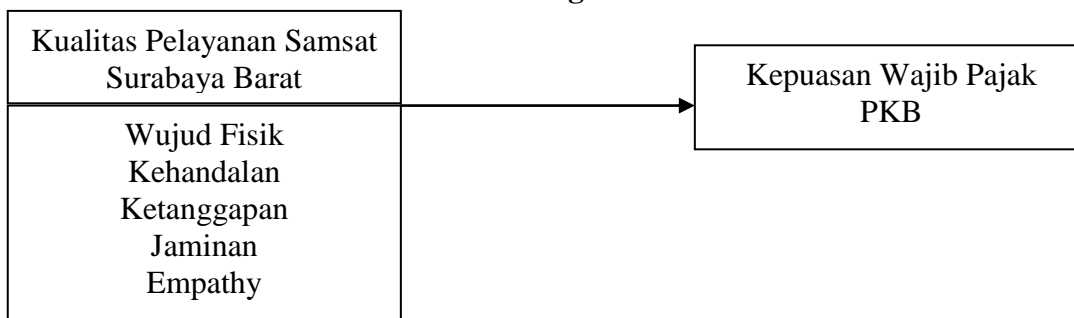
### **Hubungan Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan**

Sebelumnya telah disebutkan bahwa apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu penyedia jasa harus mampu menyediakan jasa yang memuaskan bahkan ideal agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

### **Kerangka Pemikiran**

Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor terhadap kualitas pelayanan Kantor Samsat Bersama Surabaya Barat Dispenda Propinsi Jatim. Penelitian ini melibatkan kualitas pelayanan yang diadopsi dari konsep *servqual* oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry. Evaluasi dan analisa dapat dilakukan setelah mendapatkan masukan (input) yang diperoleh antara lain dengan menanyakan persepsi (penilaian) para wajib pajak kendaraan bermotor atas kinerja layanan yang diberikan oleh Kantor Bersama Samsat Surabaya Barat Dispenda Propinsi Jatim. Berdasarkan hasil evaluasi dan analisa diharapkan dapat diketahui informasi apa yang dapat berguna untuk mengambil dan menentukan strategi pada masa yang akan datang agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi para wajib pajak kendaraan bermotor. Variabel kualitas pelayanan dapat dilihat menurut 5 (lima) dimensi *servqual* yang kemudian diturunkan menjadi indikator pengukuran. Data yang diperoleh adalah data dari apa yang dirasakan dan diharapkan wajib pajak kendaraan bermotor terhadap kualitas pelayanan yang diterima dari Samsat Surabaya Barat. Kerangka pemikiran ini apabila diilustrasikan ke dalam skema, maka akan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wajib pajak.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Berdasarkan jenis data yang diteliti. Penelitian ini adalah penelitian pendekatan kuantitatif tentang Analisis Tingkat Kepuasan Waib Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kualitas Layanan Kantor Samsat Bersama Surabaya Barat UPTD Dipenda Propinsi Jarim, sehingga penelitian ini memerlukan hipotesis. Menurut Creswell (1994, p.1-4) pendekatan kuantitatif adalah sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan suatu teori yang terdiri dari variabel-variabel yang dapat diukur dengan angka dan dianalisis melalui suatu prosedur statistik guna mendapatkan suatu gambaran atas teori yang dipakai.

### **Identifikasi Variabel**

Variabel yang digunakan sebagai pedoman pembahasan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan SAMSAT yang merupakan variabel independen dan kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor PKB adalah variabel dependen. Unsur dari variabel independen penelitian ini adalah dimensi kualitas jasa yang dapat dilihat dari: *Tangibles* (wujud fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati).

### **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Pada penelitian ini populasi adalah wajib pajak kendaraan bermotor yang memanfaatkan jasa pelayanan pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yang berada diwilayah Surabaya Barat.

Sampel yang digunakan adalah sebagian dari populasi dimana sampel yang terdiri dari atau sejumlah wajib pajak yang dipilih dari populasi wajib pajak kendaraan bermotor yang dalam wilayah sukomanunggal. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik accidental, yaitu penarikan sampel terjadi secara kebetulan atau sembarangan pada saat diadakan diadakan pengumpulan data. Penelitian ini mengambil teknik accidental sampling karena populasi penelitian cenderung homogen dan keterbatasan untuk menyusun kerangka sampel. Menurut Balley (1978), p. 100), banyak peneliti menggunakan atau menetapkan jumlah sampel yaitu 100 (seratus) responden. Penelitian ini menetapkan responden yang dijadikan sampel diambil dari lokasi penelitian yaitu sebanyak 100 (responden) dengan anggapan bahwa wajib pajak kendaraan bermotor pengguna layanan Samsat Surabaya Barat tersebut adalah orang-orang yang mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh Samsat Surabaya Barat.

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik SPSS 19. Adapun uji ini digunakan untuk mengetahui ketersebaran data penelitian. Semakin homogen data yang akan diuji, maka data tersebut semakin bagus karena tidak ada penyimpangan (kesenjangan) yang berarti. Syarat data penelitian bisa dikatakan normal (tersebar secara normal) adalah jika probabilitas signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (Imam, 2005). Alat uji yang dipilih yaitu *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

### **Pengujian Hipotesis**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi liner sederhana. Secara umum analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat)

dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati dalam Imam Ghozali, 2011).

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,30478907
Most Extreme Differences	Absolute	,144
	Positive	,144
	Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z		1,338
Asymp. Sig. (2-tailed)		,056

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 1, diperoleh

Berdasarkan tabel diatas dapat diperkuat dengan hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dimana nilai p value hasil ujinya adalah 0.056 yang lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 0.05$ . Maka dapat disimpulkan residual memenuhi asumsi distribusi normal.

**Uji Hipotesis**

**UJI HIPOTESIS**

Regresi linier sederhana antara kualitas layanan (X) terhadap kepuasan (Y) para wajib pajak kendaraan bermotor di wilayah Surabaya Barat menghasilkan nilai koefisien regresi, nilai koefisien determinasi dan korelasi, serta uji F dan uji t sebagai berikut:

**Uji Normalitas**

Uji Normalitas ini digunakan untuk menguji apakah variabel atau instrument yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi tidak normal. Penelitian ini menggunakan Kolmogorov Smirnov Test alat uji normalitas data. Hasil uji normalitas pada Samsat Surabaya Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Hasil Analisis Regresi**  
**Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan (Y<sub>1</sub>)**

**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,927	,382		5,049	,000
	Kualitas Layana	,513	,103	,477	4,973	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Ringkasan hasil analisis regresi linier sederhana pada Tabel di atas diuraikan sebagai berikut :

a. Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) adalah sebesar 1.927 artinya apabila variabel bebas kualitas layanan (X) konstan atau tidak memberikan pengaruh, maka diprediksikan kepuasan para wajib pajak adalah sebesar 1.927.

b. Koefisien regresi ( $\beta_1$ )

Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X) adalah sebesar 0.513 artinya jika kualitas layanan (X) naik satu satuan, maka kepuasan para wajib pajak kendaraan bermotor di wilayah Surabaya Barat akan mengalami peningkatan sebesar 0.513.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,477 <sup>a</sup>	,227	,218	,30660

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



- a. Koefisien Determinasi  
Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.227 yang berarti kualitas layanan yang diberikan mampu menjelaskan besarnya kepuasan para wajib pajak kendaraan bermotor di wilayah Surabaya Barat sebesar 22.7%, dan sisanya sebesar 77.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
- b. Koefisien Korelasi  
Koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0.477 menunjukkan bahwa hubungan variabel kualitas layanan ( $X$ ) dengan kepuasan ( $Y$ ) para wajib pajak kendaraan bermotor adalah cukup kuat.

Dilihat dari nilai  $t$  hitung pada Tabel hasil regresi kualitas layanan ( $X$ ) terhadap variabel kepuasan ( $Y$ ) para wajib pajak memiliki nilai  $t$  hitung yaitu sebesar 4.973 dengan nilai signifikansi uji  $t$  yang lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 0.05$  yaitu 0.000. Dengan demikian kualitas layanan ( $X$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan ( $Y$ ) para wajib pajak kendaraan bermotor di wilayah Surabaya Barat. Hal ini berarti peningkatan atau penurunan kualitas layanan ( $X$ ) berpengaruh besar terhadap kepuasan ( $Y$ ) para wajib pajak kendaraan bermotor.

Teori TQM ketika diterapkan pada penelitian ini dapat dilihat dari sudut pandang organisasional menyeluruh yang melibatkan semua jenjang dan jajaran management dan karyawan Samsat Surabaya Barat. Samsat Surabaya Barat dalam penelitian ini merupakan pihak yang memberikan jasa kepada wajib pajak kendaraan bermotor yang berada di wilayah Surabaya Barat. Oleh karena itu, Samsat Surabaya Barat yang sebagai pihak yang melakukan pelayanan kepada wajib pajak kendaraan bermotor untuk membayar pajak pada pemerintah harus memberikan kualitas pelayanan yang didasarkan pada kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan wajib pajak dan memberikan

manfaat pada anggota organisasi (sumber daya manusianya) dan masyarakat. TQM bukan hanya organisasi instansi pemerintah atau manager departemen pengendalian kualitas saja yang sekadar produk bebas cacat, tetapi TQM lebih menekankan pelayanan kualitas. Tantangan TQM pada penelitian ini adalah menyajikan kualitas pelayanan bagi wajib pajak dan perbaikan mutu pelayanan secara terus menerus.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Creswell, John. W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*. London : Sage Publication.
- Edwin, Mustofa dan Hardius Usman. (2007). *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Penerbit FEUI
- Gaspersz, Vincent, (2003). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Handoko, Hani T. 1998, "Pengertian *Total Quality Management*". BPFY-Yogyakarta.
- Imam Ghozali. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- \_\_\_\_\_, (2011). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ivan Aries Setiawan dan Imam Ghozali. 2006. Akuntansi Perilaku "Konsep dan Kajian Empiris Perilaku Akuntan". Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jarrot Prianggono dan Dax E.S. Manupputy. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Penerbitan Surat Tanda Kendaraan Bermotor Di Samsat Balikpapan". *Jurnal Makna*, Volume 1, Nomor 1, Maret – Agustus 2010
- Kiky Rizky Novelia. 2009. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak (Suatu Studi Untuk Pajak Kendaraan Bermotor Di Sistem Administrasi Manunggal Dibawah Satu Atap Kota Depok)". Skripsi Sarjana diterbitkan, Universitas Indonesia

- Kiswanto dan Muhammad Wahyuddin. 2007. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama Samsat UPPD Dipenda Propinsi Jateng Sragen". *DAYA SAING*, 8 (2). pp. 15-24. ISSN 1411-3422
- Khoiru Rusydi . 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Volume 9/ nomor 31 Mei 2011 ISSN: 1693-5241.
- Kotler, Philip, (1994), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perancang-an, Implementasi, dan Pengendalian*, Alih Bahasa Anecha Anitawati Hermawan, Salemba Empat, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I dan Jilid II Edisi kesembilan, Penerbit Prehallindo, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. (1994). *Product Plus : How Product+Service=Competitive Advantage*. New York : McGraw Hill
- Nursya'bani Purnama dan F.G. Sri Suratno. 2004. "Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua". *Sinergi*. 68-87
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L (1990), *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectation*, The Fress Press, New York.
- Parasuraman, (2000). *Measuring Customer Satisfaction*, Payne, Adrian, *The Essence of Services Marketing*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sellers, Patricia, (1989). *Getting Customer to Love You*, Fortune 13 Maret.
- Sugiyono, (1994), *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Supriyono. (1987). *Akuntansi Manajemen " Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan"*. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2000). *Manajemen Jasa*, Andi Offset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, (2002). *Manajemen Jasa*. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- William Lawrence Neuman, (2003). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon. USA.
- Yamit, Zulian, (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.
- Yunaini. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi* Vol. 2, No. 1, Maret 2010, 1-9 ISSN 2085-4277.
- Yoeti, Oka A. (2000). *Customer Service, Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Zethaml, Valerie A. dan Mary Jo Bitner. 1996. *Service Marketing*. The Mc Graw-Hill Company. New York.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI		
Nama	Gilang Ramadhan Priambudi	
Tempat / Tanggal Lahir	Surabaya, 30 Maret 1990	
Jenis Kelamin	Pria	
Agama	Islam	
Status	Belum Menikah	
Kewarganegaraan	Indonesia	
Tinggi / Berat Badan	162 cm / 60 kg	
Alamat	Simomulyo Baru VII E / 5 Surabaya 60181	
Telepon	☎031 7348454 ☎08983825788	
Email	priambudiramadhan@yahoo.co.id	
PENDIDIKAN AKADEMI		
Tempat	Tahun Masuk	Tahun Lulus
SD Negeri SIMOMULYO I Surabaya	1996	2002
SMP Negeri 25 Surabaya	2002	2005
SMU Gita Kirti 1 Surabaya	2005	2008
S 1 Akuntansi STIE Perbanas Surabaya	2008	2012
<b>Judul Tugas Akhir :</b>		
<i>“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama Samsat Surabaya Barat UPTD Dispenda Propinsi Jatim”</i>		
PENDIDIKAN NON FORMAL		
Nama	Tahun	
Kursus Komputer	2009	
Kursus Toefl	2011	
KEMAMPUAN LAIN		
Jenis	Spesifikasi	
Bahasa	Inggris	
Komputer	Microsoft Office XP	
PENGALAMAN KERJA		
Tempat	Tahun	
Magang Di Kantor Pelayanan Pajak Madya Surabaya	Januari – Februari 2011	