

PENGARUH KUALITAS JASA KONSULTAN PAJAK TERHADAP KEPUASAN KLIEN DI SURABAYA

Vanya Clarissa dan Yenni Mangoting

Program Akuntansi Pajak Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Petra

Email: vanya_via@hotmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Accessibility and Flexibility*, *Reliability and Trustworthiness*, dan *Service Recovery* terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara. Sampel yang digunakan adalah wajib pajak badan yang menggunakan jasa konsultan pajak di Surabaya. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 wajib pajak badan. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling Method*. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Accessibility and Flexibility*, *Reliability and Trustworthiness*, dan *Service Recovery* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya.

Kata kunci : *Accessibility and Flexibility*, *Reliability and Trustworthiness*, *Service Recovery*, Kepuasan Klien

ABSTRACT

This research aimed to examine the effects of Accessibility and Flexibility, Reliability and Trustworthiness, and Service Recovery to client satisfaction for services of tax consultant in Surabaya. This research use the data in the form of primary data obtained from questionnaires. Sample used are corporate taxpayers who use the services of tax consultant in Surabaya. The number of respondents in this research were 100 corporate taxpayers. The sampling technique used was Purposive Sampling Method. Data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS program.

The result in this research showed that Accessibility and Flexibility, Reliability and Trustworthiness, and Service Recovery significantly influence client satisfaction for services of tax consultant in Surabaya.

Key Words: Accessibility and Flexibility, Reliability and Trustworthiness, Service Recovery, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Masyarakat sebagai wajib pajak secara umum tidak semua memahami dan mengerti mengenai ketentuan umum perpajakan. Hal ini disebabkan karena latar belakang pendidikan. Di samping itu banyaknya aturan baru dan kondisi bisnis yang semakin sulit membuat wajib pajak cenderung fokus pada bisnis dan tidak akan mengambil segala resiko terkena masalah pajak sehingga memerlukan orang atau organisasi yang mampu menangani permasalahan wajib pajak. Ini menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Dalam hal ini jasa penyelenggaraan konsultan pajak dibutuhkan. Konsultan pajak merupakan suatu profesi yang dijalankan oleh para professional yang memahami dan mengerti mengenai bidang perpajakan dan secara bebas memberikan jasanya dalam memenuhi hak dan kewajiban dari wajib pajak. Memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan menjawab kebutuhan dan permasalahan klien setiap saat, di manapun dan dalam kondisi apapun secara cepat dan tepat merupakan kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa konsultan pajak. Oleh karena itu setiap perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa konsultan pajak dituntut untuk menempatkan kepuasan klien sebagai tujuan akhir.

Dalam kenyataan tidak selamanya klien dari konsultan pajak menggunakan kembali jasa yang diberikan. Hal ini disebabkan karena klien pindah menggunakan jasa konsultan pajak lain atau wajib pajak mengurus kewajiban perpajakannya sendiri dikarenakan wajib pajak sudah mengerti bidang perpajakan ataupun memiliki tenaga tersendiri untuk mengurus bidang perpajakannya. Untuk menghindari terjadinya perpindahan klien ke konsultan pajak lain maka kualitas jasa yang diberikan konsultan pajak harus dapat memberikan kepuasan bagi klien. Menurut Dutka dalam Florencia (2013) mendefinisikan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan

intensitas pemakaian produk atau jasa secara berulang. Sehingga dengan demikian maka hal ini dapat menunjang keberlangsungan hidup suatu perusahaan (*going concern*). Salah satu strategi yang dapat menunjang keberlangsungan (*going concern*) dalam penyediaan jasa adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dari pelayanan yang diberikan.

Dalam menghadapi persaingan ini, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku klien. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk dapat memahami kebutuhan pelanggan. Hal ini membuat setiap perusahaan penyediaan barang maupun jasa perlu untuk melakukan berbagai pembenahan. Menurut Gronroos dalam Setiawan (2008) merumuskan dimensi atau faktor faktor yang dipergunakan konsumen dalam menilai kualitas jasa dinyatakan dalam tiga kriteria pokok, yaitu menekankan pada hasil (*outcome related criteria*), menekankan pada proses (*process related criteria*), dan menekankan pada citra jasa (*image related criteria*). Ketiga kriteria tersebut masih dapat dijabarkan menjadi enam unsur, yaitu profesionalisme dan keahlian (*professionalism and skills*), sikap dan perilaku (*attitudes and behaviour*), kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*), keandalan dan dapat dipercaya (*reliability and trustworthiness*), penanganan masalah (*recovery*), reputasi dan kredibilitas (*reputation and credibility*).

Dalam penggunaan jasa konsultasi, setiap klien memiliki alasan menggunakan jasa konsultan pajak. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah keandalan dan dapat dipercaya (*reliability and trustworthiness*). Keandalan dan dapat dipercaya (*reliability and trustworthiness*) adalah pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka biasa mempercayakan segala sesuatu kepada

penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) dan Chandra (2004) yang mendukung bahwa keandalan dan dapat dipercaya (*reliability and trustworthiness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Faktor yang juga mempengaruhi kepuasan adalah kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*). Kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*) adalah klien merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga klien dapat melakukan akses dengan mudah. Penelitian Utami (2011) dan Ekayanti, et.al (2013) mengatakan bahwa kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan adalah penanganan masalah (*service recovery*). Penanganan masalah (*service recovery*) adalah klien menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi permasalahan yang tepat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) dan Ekayanti, et.al. (2013) bahwa penanganan masalah (*recovery*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan Klien

Dewasa ini kepuasan klien telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Klien merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, klien memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap jasa yang diberikan perusahaan. Kata kepuasan berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya artinya cukup baik, memadai) dan "*fatio*" (artinya melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan "upaya

memenuhi sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai". Untuk dapat memuaskan klien maka penyedia jasa harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan klien. Menurut Dutka dalam Florencia (2013) yang menyatakan bahwa, "*customer satisfaction must extend beyond the company and into the area or the customer satisfaction research must be views for the customer prespective*". Yang dapat diartikan bahwa penelitian mengenai kepuasan konsumen juga harus dilihat berdasarkan sudut pandang konsumen. Menurut Dutka dalam Florencia (2013), konsumen akan merasa puas jika kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi pada saat melakukan interaksi. Telah dikemukakan pula oleh Dutka dalam Florencia (2013) bahwa "*satisfied consumers improve business and dissatisfied customers impair business*". Ini dapat diartikan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan intensitas pemakaian produk atau jasa secara berulang. Kepuasan konsumen juga mempengaruhi kesetiaan pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa yang diberikan. Pelanggan yang puas akan mendukung pengembangan badan usaha tetapi pelanggan yang tidak puas dapat menghancurkan badan usaha.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan klien dipengaruhi kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Jika klien merasa puas maka mereka akan membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang. Pelanggan adalah orang yang ingin memperoleh apa yang dia inginkan. Karena itu penyedia jasa terus bekerja untuk memberikan keuntungan bersama, baik keuntungan klien maupun penyedia jasa. Menurut Tjiptono (2004), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi

pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang diperoleh semakin meningkat.

Pengaruh Accessibility & Flexibility terhadap Kepuasan Klien

Menurut Gronroos dalam Setiawan (2008), kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*) adalah berkaitan dengan kemudahan pelanggan dalam mengakses pelayanan jasa konsultan pajak, yang dibuat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan ataupun keinginan dari klien. Klien merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga klien dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan oleh klien. Kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*) merupakan kriteria yang berorientasi pada proses. Adapun indikator-indikator kemudahan penyesuaian layanan adalah prosedur pelayanan, keterjangkauan lokasi, waktu operasional, serta telekomunikasi perusahaan yang memiliki kemudahan dan penyesuaian dalam layanan.

Menurut Parasuraman et. al. dalam Puspitasari et. al (2009), akses meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi. Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial terhadap kesuksesan jasa, karena lokasi erat hubungannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005). Suatu lokasi disebut

strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan pelanggan. Keputusan pemilihan lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal (Nugroho dan Paramita, 2009) . Selain itu peranan dari teknologi komunikasi memegang peranan penting dalam proses bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas computer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, serta juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O Brian. et. al., 2005:76).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa klien membutuhkan perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan, serta adanya komunikasi yang baik. Hal ini dapat ditunjukkan dengan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan serta memahami keinginan dari pelanggan. Persepsi dari klien bahwa lokasi, jam kerja, penyedia jasa, dan sistem operasionalnya yang mudah diakses mempengaruhi kualitas dari jasa yang diberikan oleh konsultan pajak. Kualitas dari jasa yang dihasilkan konsultan pajak berpengaruh terhadap kepuasan dari klien. Apabila kualitas yang diberikan dipersepsikan baik oleh klien, maka hal ini membuat klien merasa puas.

Pengaruh Reliability & Trustworthiness terhadap Kepuasan Klien

Menurut Gronroos dalam Setiawan (2008) keandalan dan dapat dipercaya adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dapat membuat klien yakin bahwa apapun yang terjadi, mereka biasa mempercayakan segala sesuatu kepada konsultan pajak beserta karyawan dan sistemnya

dalam memenuhi janji dan bertindak demi kepentingan klien. Keandalan dan dapat dipercaya merupakan kriteria yang berorientasi pada proses. Adapun indikator-indikator keandalan dan dapat dipercaya adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cepat, tepat dan berkualitas, mampu menguasai teknologi dan memberi kepercayaan pelanggan terhadap kejelasan informasi yang diberikan.

Keandalan dan kepercayaan dari satu individu organisasi dalam memberikan jasa sangat diperlukan untuk menghadapi tuntutan dari klien akan kualitas jasa yang tinggi sesuai keandalan individu pegawai. Menurut Sunyoto (2004:16) keandalan dari seorang dapat dilihat dari keandalan dalam memberikan jasa yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya, keandalan dalam memberikan jasa yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimilikinya dalam menjalankan aktivitas pemberian jasa yang efisien dan efektif, kehandalan dalam memberikan jasa yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimilikinya, sehingga penguasaan tentang uraian kerja dapat dilakukan secara cepat, tepat, dan berkualitas sesuai pengalamannya, serta keandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh jasa yang akurat dan memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya keandalan tentunya akan menciptakan rasa yang aman serta mengurangi persepsi dari klien mengenai resiko yang akan diterimanya. Dengan perasaan aman yang didapatkan oleh klien memimbulkan sikap kepercayaan terhadap jasa yang diberikan oleh konsultan pajak. Hal ini mempengaruhi kualitas dari jasa yang diberikan oleh penyedia jasa pada pelanggan. Kualitas jasa yang baik mempengaruhi kepuasan klien.

Pengaruh Recovery terhadap Kepuasan Klien

Menurut Gronroos dalam Setiawan (2008) penanganan masalah adalah klien menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi permasalahan yang tepat. Pengendalian situasi dan pemecahan masalah termasuk dalam kriteria yang berorientasi pada proses. Adapun indikator-indikator penanganan masalah adalah kemampuan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah terkait jasa yang diberikan. Tidak masalah seberapa sukses suatu organisasi, mereka harus tetap memenuhi apa yang diinginkan oleh klien mereka. Dalam memenuhi keinginan dari klien, suatu organisasi atau perusahaan sudah pasti pernah melakukan kesalahan sehingga suatu organisasi atau perusahaan harus memberikan *service recovery* terhadap klien. Dan apabila suatu perusahaan belum pernah memikirkan akan kesalahan yang akan terjadi, artinya perusahaan tersebut belum mempertimbangkan yang harus dilakukan untuk menyelamatkan situasi jika terjadi kesalahan. Kesalahan dapat terjadi dalam proses pelayanan. Hal ini yang kemudian menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Mack, et. al dalam Surbakti, et.al. (2010) menyatakan bahwa bisnis akan kehilangan 50% dari pelanggannya dalam kurun waktu lima tahun. Menurut Kerr dalam Surbakti, et.al. (2010) biaya untuk mendapatkan pelanggan baru sekitar lima kali lipat besarnya dibanding biaya mempertahankan pelanggan yang telah ada. Dengan demikian usaha-usaha *service improvement* merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan. *Service recovery* sendiri merupakan suatu strategi kunci yang dapat meningkatkan kepuasan.

Menurut Etzel dan Silverman dalam Surbakti, et.al. (2010) *service recovery* yang dilakukan secara efektif akan menyebabkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pelayanan yang dilakukan dengan benar sejak pertama kali. Sehingga dapat dikatakan walaupun terjadi kesalahan dalam pemberian jasa kepada pelanggan, pelanggan akan menjadi senang kembali apabila pemberi jasa merespon dengan baik apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari klien. Kepuasan juga dapat terjadi ketika klien memiliki kesempatan untuk mengekspresikan perasaan mereka dan menerima permintaan maaf dan tindakan koreksi dari pemberi jasa. Pengendalian situasi dan pemecahan masalah dibutuhkan oleh penyedia jasa apabila melakukan suatu kelalaian yang merugikan pelanggan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap persepsi yang diberikan oleh pelanggan. Apabila pengendalian situasi dan pemecahan masalah yang diberikan benar-benar dapat memuaskan dan mengembalikan kepercayaan dari pelanggan tentunya akan mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas jasa yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan), *Reliability and Trustworthiness* (keandalan dan dapat dipercaya), dan *Service Recovery* (penanganan masalah) terhadap kepuasan klien di Surabaya.

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah wajib pajak badan pengguna jasa konsultan pajak yang ada di Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 100 responden wajib pajak badan di Surabaya. Teknik yang digunakan adalah

penyebaran kuesioner dengan menitipkan kuesioner di konsultan-konsultan pajak, menitipkan pada teman yang bekerja di perusahaan tersebut, serta mendatangi responden langsung di tempat usahanya.

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + e$$

a = konstanta

b1 = koefisien yang menyatakan kemudahan layanan (*accessibility and flexibility*)

b2 = koefisien yang menyatakan keandalan dan dapat dipercaya (*reliability and trustworthiness*)

b3 = koefisien yang menyatakan penanganan masalah (*recovery*)

e = eror

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada responden. Dari 100 responden diketahui sebesar sebanyak 3 orang (3%) memiliki pendidikan terakhir SMP, 37 orang (37%) memiliki pendidikan terakhir SMA/SLTA/SMK, 14 orang (14%) memiliki pendidikan terakhir D1-D3, dan sebanyak 46 orang (46%) memiliki pendidikan S1-S2. Dilihat dari bentuk usaha responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 36 orang (36%) memiliki bentuk usaha PT, 47 orang (47%) memiliki bentuk usaha CV, dan 17 orang (17%) memiliki bentuk usaha Firma. Sedangkan dari lama usaha responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 13 orang (13%) memulai usahanya baru 1 tahun, 17 orang (17%) memulai usaha antara 1-5 tahun, 57 orang (57%) memulai usahanya antara 5-10 tahun

dan 13 orang (13%) memulai usaha lebih dari 10 tahun.

Penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik sebagai syarat sebelum masuk ke dalam tahap analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang diuji meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.544	.530	1,74550

a. Predictors: (Constant), VAR00003, VAR00001, VAR00002

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.544	.530	1,74550

a. Predictors: (Constant), VAR00003, VAR00001, VAR00002

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Tabel 2 menunjukkan diperolehnya R Square=0,544 yang artinya kemampuan ketiga variabel independen dalam menjelaskan kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya adalah sebesar 54,4% dan sisanya sebesar 45,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 3. Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	349,089	3	116,356	38,190	.000 ^b
Residual	292,491	96	3,047		
Total	641,580	99			

a. Predictors: (Constant), VAR00003, VAR00001, VAR00002
b. Dependent Variable: VAR00004

Berdasarkan tabel 3 tentang hasil uji F, nilai signifikansi hitung (0,000) lebih kecil dari pada nilai α (0,05). Selain itu, nilai F hitung (38,190) lebih besar dari pada nilai F tabel (2,47). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) (X1), *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) (X2) dan *Service Recovery* (penanganan masalah) (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien (Y) di Surabaya.

Tabel 4. Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,330	1,300		1,714	,090
VAR00001	,326	,072	,110	4,499	,000
VAR00002	,184	,070	,224	2,400	,018
VAR00003	,181	,079	,220	2,304	,023

a. Dependent Variable: VAR00004

Uji t *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung (0,000) lebih kecil dari pada nilai α (0,05). Selain itu, nilai t hitung (4,499) lebih besar dari pada nilai t tabel (1,985).

Tabel 1. Koefisien Model Regresi

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,330 + 0,326X_1 + 0,184X_2 + 0,181X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 2,330 menunjukkan kepuasan klien wajib pajak badan atas jasa konsultan pajak di Surabaya apabila keempat variabel sama dengan nol atau tidak memberikan pengaruh. Nilai koefisien regresi *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) (X1) sebesar 0,326 (bernilai positif) menunjukkan adanya arah pengaruh positif *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya. Nilai koefisien regresi *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) (X2) sebesar 0,184 (bernilai positif) menunjukkan adanya arah pengaruh positif *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya. Nilai koefisien regresi *Service Recovery* (penanganan masalah) (X3) sebesar 0,181 (bernilai positif) menunjukkan adanya arah pengaruh positif *Service Recovery* (penanganan masalah) kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya.

Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis penelitian (H1) yang menyatakan bahwa *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien di Surabaya, diterima.

Uji t *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung (0,018) lebih kecil dari pada nilai α (0,05). Selain itu, nilai t hitung (2,406) lebih besar dari pada nilai t tabel (1,985). Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis penelitian (H2) yang menyatakan bahwa *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) berpengaruh signifikan terhadap signifikan terhadap kepuasan klien di Surabaya, diterima.

Uji t *Service Recovery* (penanganan masalah) terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung (0,023) lebih kecil dari pada nilai α (0,05). Selain itu, nilai t hitung (2,304) lebih besar dari pada nilai t tabel (1,985). Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis penelitian (H3) yang menyatakan bahwa *Service Recovery* (penanganan masalah) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien di Surabaya, diterima.

Penelitian yang dilakukan Utami (2011) dan Ekayanti. et.al (2013) menyatakan bahwa *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Penelitian oleh Utami (2011) dan Ekayanti. et. al (2013) hasilnya sebagian besar responden mengatakan bahwa lokasi yang strategis sangatlah penting dikarenakan lokasi yang letaknya didekat jalan raya dan dekat dengan pusat keramaian dapat mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum sehingga tidak membingungkan klien. Di samping itu kemudahan untuk menemui penyedia jasa juga menjadi alasan utama responden merasa sangat nyaman karena pada dasarnya

pengguna jasa memerlukan perhatian dari pemberi jasa kapanpun saat dibutuhkan. Hal ini juga didukung oleh teori yang ditulis oleh Nugroho dan Paramita (2009) bahwa keputusan pemilihan lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal. Selain itu kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas computer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, serta juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama (O Brian. et. al., 2005:76). Hasil penelitian yang sama diperoleh dalam penelitian ini, yaitu *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan klien di Surabaya. Berdasarkan hasil dari wawancara pada responden didapatkan beberapa alasan pentingnya *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) yaitu lokasi yang sulit dijangkau atau tidak ada akses kendaraan umum juga tentu saja membuat klien menjadikan alternatif terakhir untuk dipilih. Selain itu dengan semakin berkembangnya peranan teknologi informasi dapat meningkatkan kecepatan dalam merespon sesuatu, klien akan dengan cepat berkomunikasi dengan konsultan pajak tanpa harus mendatangi kantor konsultan pajak dan memakan biaya transportasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) dan Chandra (2004) menyatakan bahwa *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa. Penelitian tersebut memberi kesimpulan bahwa memberikan jasa yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pemberi jasa. Selain itu kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau

penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk jasa yang diberikan memberi dampak positif terhadap persepsi baik yang diungkapkan oleh penerima jasa. Hal ini sesuai dengan teori yang ditulis oleh Sunyoto (2004:16) keandalan dari seorang dapat dilihat dari keandalan dalam memberikan jasa yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya, keandalan dalam memberikan jasa yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimilikinya dalam menjalankan aktivitas pemberian jasa yang efisien dan efektif, kehandalan dalam memberikan jasa yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimilikinya, sehingga penguasaan tentang uraian kerja dapat dilakukan secara cepat, tepat, dan berkualitas sesuai pengalamannya, serta keandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh jasa yang akurat dan memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan. Sehingga akan menciptakan rasa yang aman serta mengurangi persepsi dari klien mengenai resiko yang akan diterimanya dan dapat meningkatkan kepuasan. Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) yang dimiliki oleh konsultan pajak berpengaruh signifikan sehingga hasil penelitian ini memberikan jawaban yang sesuai dengan hasil penelitian Utami (2011) dan Chandra (2004). Berdasarkan hasil dari wawancara pada responden didapatkan alasan pentingnya *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) yaitu apabila tingkat pengetahuannya digunakan dengan baik dalam memberikan jasa yang handal, kemampuan keterampilan yang dimilikinya diterapkan sesuai dengan penguasaan bakat yang terampil, pengalaman kerja mendukung untuk melaksanakan aktivitas kerjanya secara

handal dan penggunaan teknologi dapat meminimalisasi kesalahan dan mampu dalam memecahkan berbagai permasalahan kerja yang dihadapinya secara handal sehingga membuat klien merasa yakin bahwa jasa yang diterimanya sudahlah tepat dan tidak perlu diragukan lagi. Dari hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa tingginya *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) yang dimiliki oleh konsultan pajak menyebabkan tingginya tingkat kepuasan klien.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) dan Ekayanti (2013) menyatakan bahwa *Service Recovery* (penanganan masalah) menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan penerima jasa. Penelitian ini menyatakan bahwa *service recovery* mampu mengubah sudut pandang penerima jasa dengan memberikan suatu tindakan yang mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dan membuat penerima jasa memiliki pemikiran yang berbeda dari saat melakukan komplain. Sehingga berdampak terhadap hilangnya kekecewaan menjadi kepuasan. Hal ini didukung oleh teori dari Etzel dan Silverman dalam Surbakti, et.al. (2010) bahwa *service recovery* yang dilakukan secara efektif akan menyebabkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pelayanan yang dilakukan dengan benar sejak pertama kali. *Service Recovery* (penanganan masalah) yang mempengaruhi kepuasan klien, yaitu klien akan merasa lebih puas terhadap pelayanan yang diberikan jika *Service Recovery* (penanganan masalah) dianggap baik dan adil walaupun sempat memberikan pelayanan jasa yang dianggap kurang memuaskan bagi klien. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan memberikan *Service Recovery* (penanganan masalah) yang tepat maka penerima jasa akan merasa lebih loyal dibandingkan dengan pemberian jasa yang benar sejak pertama kali. Hasil yang sama di dapat dari penelitian ini bahwa

Service Recovery (penanganan masalah) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien. Dari hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa *Service Recovery* (penanganan masalah) yang baik mempengaruhi kepuasan klien. Penelitian yang dilakukan secara umum dari hasil wawancara, sebagian besar responden mengatakan bahwa konsultan pajak sudah memberikan jalan keluar yang baik terhadap permasalahan yang ada. Responden mengatakan bahwa *service recovery* yang baik dapat mengubah pandangan responden yang sebelumnya kecewa menjadi merasa puas. Hal ini dikarenakan responden merasa bahwa konsultan pajak memiliki usaha untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukannya sehingga tidak merugikan klien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa: 1) *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan) (X1) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien di Surabaya. Hal ini disebabkan karena prosedur pelayanan, keterjangkauan lokasi, waktu operasional, serta telekomunikasi yang memiliki kemudahan dan penyesuaian dalam layanan membuat klien merasa nyaman dan membuat klien akhirnya merasa puas terhadap pelayanan jasa dari konsultan pajak. 2) *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya) (X2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien di Surabaya. Hal ini disebabkan karena konsultan pajak mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cepat, tepat, berkualitas, dan kepercayaan pelanggan terhadap kejelasan informasi yang diberikan dan memberi dampak terhadap kepuasan klien, 3) *Service Recovery* (penanganan masalah) (X3) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien di Surabaya. Hal ini disebabkan karena

kemampuan konsultan pajak dalam menyelesaikan masalah dalam memberikan pelayanan sudah baik dan memberikan kepuasan bagi klien, 4) *Accessibility and Flexibility* (kemudahan layanan), *Reliability and Trustworthness* (keandalan dan dapat dipercaya), *Service Recovery* (penanganan masalah) secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan klien di Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran seperti: 1) Menambahkan variabel-variabel independen pada penelitian selanjutnya. Seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat kepuasan klien atas jasa konsultan pajak sebesar 54,4% sedangkan 45,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Maka dari itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya, variabel-variabel yang diteliti ditambah agar model regresi dapat dijelaskan dengan lebih lengkap, 2) Menambahkan jumlah sampel. Agar data penelitian selanjutnya lebih representatif, diharapkan jumlah sampel ditambah. Dengan semakin banyaknya sampel, maka hasil yang didapat akan semakin dapat dipercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Muhtosim. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia.
- Djojodipuro, Marsudi. (1992). *Teori Lokasi*. Universitas Indosia Press, Jakarta.
- Dutka, Alan. (1994). *AMA Hand Book Customer Satisfaction: A Complete Guidance to*

- Research, Planning, and Implementation, Lincolnwood, Illinois, NTC Business Books.
- Hardi Supeno. (2011). *Dampak Kesesuaian Persepsi Klien terhadap Jasa Pelayanan Konsultan Pajak Pengaruhnya terhadap Kinerja Konsultan Pajak*. Media Mahardhika Vol 10. No 1.
- Nugroho, Marno & Ratih Paramitha. (2009). "Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja Dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Januari, Vol 10, No 1*
- O'Brian, David and Detmar Straub. (2005). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of e-Commerce Adoption *Journal of the association for information, volume 1, article 8, October 2005*.
- Puspitasari, et.al. (2009). *Pengukuran Comblass Institut Teknologi Bandung (ITB)*. Universitas Diponegoro
- Priyatno, Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistika Dengan SPSS*. Yogyakarta
- Republik Indonesia. (2003). *Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.485/KMK.03/2003 tentang Konsultan Pajak Indonesia*.
- Republik Indonesia. (2005). *Keputusan Menteri Keuangan No.485/KMK.03/2003 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan No.98/PMK.03/2005 mengenai Tentang Konsultan Pajak Indonesia*.
- Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang No.28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP)*
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia No.36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang No.7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan*.
- Republik Indonesia. (2010). *Peraturan Presiden No.54 Tahun 2010 tentang Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintah*.
- Setiawan, Slamet. (2008). Respon Nasabah terhadap Pelayanan Bank Tabungan Negara (BTN). Skripsi. Universitas Islam Negeri Malang.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia.
- Sunyoto, Hamingpraja. (2004). *Jaminan Kualitas Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Surbakti, N., & Widayarni, M. (2010). *Pengaruh Service Recovery Pada Kepuasan Pelanggan*. Studi Kasus AUTO2000 Bandung. Universitas Katolik Parahyangan.
- Tjiptono, F. (2004). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (edisi ketiga). Yogyakarta: Andi.