

Tingkat Kepuasan Klien di Mitra Sahabat Utama Selama Covid-19

Nicholas Prayogo¹, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat², Ngajudin Nugroho², Ivone², Elsera Siemin Ciamas²

¹ Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

² Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹famhutabarat@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama selama Covid-19. Metode dalam penelitian ini adalah survei, dengan instrumen kuesioner. Subjek penelitian yang digunakan adalah klien di Mitra Sahabat Utama yang berjumlah 38 orang. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan rumus persentase. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama selama Covid-19 berada pada kategori sangat puas dengan persentase 65,79%. Tingkat kepuasan klien berdasarkan pada faktor reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor reliabilitas berada pada kategori sangat puas 65,79%. Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor daya tanggap berada pada kategori sangat puas 63,16%, Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor jaminan berada pada kategori sangat puas 63,16%, Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor empati berada pada kategori sangat puas 65,79%, Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor bukti fisik berada pada kategori sangat puas 78,95%.

Kata Kunci: Tingkat Kepuasan, Covid-19, SERVQUAL, Kualitas Pelayanan, Jasa Konsultan Pajak

1. PENDAHULUAN

Menyebarnya Covid-19 (Corona Virus Disease 2019) di seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia, telah mempengaruhi beberapa sektor perdagangan barang atau jasa yang turut mengalami pukulan yang cukup berat. Dalam dunia usaha yang bersifat dinamis, selalu mengalami perubahan setiap saat sehingga pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan [1]. Selama wabah Covid-19 telah membuat banyak penyedia jasa untuk mengevaluasi daya tarik yang di miliknya. Ini berkaitan dengan persaingan penawaran jasa. Klien tetap harus di buat nyaman agar tidak berpaling mencari penyedia jasa lain yang lebih murah soal pelayanan, serta harga. Demi keberlanjutan sebuah perusahaan dan ingin berkembang, maka perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi klien. Ini merupakan sebuah upaya untuk memberikan kepuasan kepada klien di masa pandemi Covid-19.

Mitra Sahabat Utama merupakan penyedia jasa konsultan pajak yang berada di kota Medan. Penyedia jasa konsultan pajak tersebut banyak digunakan oleh klien yang ada di Medan, karena pelanggan tersebut mengerti pajak mempunyai peranan sangat penting dalam kehidupan bernegara untuk membiayai semua pengeluaran negara guna untuk mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan perpajakan. Menurut [2] pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang dengan tiada mendapat jasa timbal yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Selama wabah Covid-19, persaingan di antara jasa konsultan pajak ini semakin ketat dan semakin terbuka, khususnya di Medan. Demi tercapainya tujuan tersebut, maka Mitra Sahabat Utama sebagai penyedia jasa konsultan pajak atau perantara memiliki tugas penting yaitu membantu klien dalam pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan wajib pajak dengan patuh. Klien tetap harus dibuat nyaman agar tidak berpaling mencari penyedia jasa lain yang lebih murah soal kualitas pelayanan, serta harga, untuk mengetahui gambaran seberapa besarnya tingkat kepuasan klien dari tahun 2018 hingga tahun 2020 dimana sedang terjadi wabah Covid-19 yang menyebabkan terjadinya penurunan klien. Sehingga dapat di ketahui unsur yang dapat di pertahankan dan di perbaiki oleh penyedia jasa konsultan pajak di Mitra Sahabat Utama dan dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menurut Kotler dalam [3] kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut [4] pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu. Apabila kinerja di bawah harapan klien maka klien merasakan tidak puas dari barang atau jasa tersebut. Apabila kinerja sesuai dengan harapan si klien maka klien merasakan puas dengan barang atau jasa tersebut. Apabila kinerja melebihi harapan klien maka klien merasakan sangat puas dengan barang atau jasa tersebut. Dengan demikian, penyedia jasa harus mampu memberikan perhatian penuh pada *service quality* (*servqual*) sehingga harapan klien dapat terpenuhi. kelima dimensi pokok yang menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu : (1) reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan., (2) daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan, (4) empati (*empathy*) kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan, (5) bukti fisik (*tangible*) yaitu meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi [5].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu [6]. Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu [7]. Populasi penelitian ini adalah klien di Mitra

Sahabat Utama yaitu sebanyak 60 orang. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu [8]. Dantes dalam [9] menjelaskan bahwa asumsi dasar dari sampling purposif (*purposive sampling*) adalah pertimbangan yang cermat dan strategis dari peneliti dalam menentukan kasus-kasusnya untuk dimasukkan ke dalam sampel. Sampel diambil sebanyak 38 orang dengan pertimbangan mereka adalah klien yang aktif menggunakan Jasa di Mitra Sahabat Utama Selama *Covid-19*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang berisi 15 pernyataan tentang keandalan pelayanan, Daya Tanggap dalam membantu klien, keyakinan dan kemampuan pihak konsultan pajak membangun rasa percaya klien terhadap pelayanan yang diberikan, jaminan layanan, fasilitas yang terdiri dari subvariabel Reliabilitas sebanyak 3 pernyataan, subvariabel Daya Tanggap sebanyak 3 pernyataan, subvariabel Jaminan sebanyak 3 pernyataan, subvariabel Empati sebanyak 3 pernyataan, subvariabel Bukti Fisik sebanyak 3 pernyataan. Responden diminta untuk mengisi kuesioner pada pernyataan yang sesuai dengan kenyataan dan harapan. Untuk pernyataan yang sesuai dengan kenyataan yang diterima, skor 1 apabila klien sangat tidak puas, skor 2 apabila klien tidak puas, skor 3 apabila klien puas, skor 5 apabila klien sangat puas. Teknik analisa data menggunakan skala likert. Menurut [10] metode skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket yang sudah reliabel. Pengkategorian dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu : sangat puas, puas, tidak puas, dan sangat tidak puas. Untuk menentukan kriteria skor, maka digunakan PAN (Patokan Acuan Norma) dalam skala empat, dengan rumus sebagai berikut.

Tabel 1. Kategori Tingkat Kepuasan

No.	Interval	Kategori
1	$(X_i + 1 \frac{1}{2} SD_i) < (X_i + 3 SD_i)$	Sangat Puas
2	$X_i < (X_i + 1 \frac{1}{2} SD_i)$	Puas
3	$(X_i - 1 \frac{1}{2} SD_i) < X_i$	Tidak Puas
4	$(X_i - 3 SD_i) < (X_i - 1 \frac{1}{2} SD_i)$	Sangat Tidak Puas

Keterangan :

X_i = Mean (rerata) ideal
 = $\frac{1}{2}$ (Maksimum ideal + Minimal ideal)
 Sd_i = Standard Deviasi Ideal
 = $\frac{1}{6}$ (Maksimum ideal – Minimal ideal)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi analisa, hasil serta pembahasan dari topik penelitian, yang bisa di buat terlebih dahulu metodologi penelitian. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar, tabel dan lainnya.

3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel dalam penelitian ini telah terdistribusikan secara normal [11]. Hasil uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov smirnov test*.

Tabel 2. One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test

		Reliability (X1)	Responsiveness (X2)	Assurance (X3)	Empathy (X4)	Tangibles (X5)
N		38	38	38	38	38
Normal Parameters ^a	Mean	10,55	10,32	10,47	10,53	11,00
	Std. Deviation	1,427	1,974	1,736	1,640	1,433
Most Extreme Differences	Absolute	0,266	0,277	0,310	0,316	0,363
	Positive	0,204	0,197	0,190	0,184	0,243
	Negative	-0,266	-0,277	-0,310	-0,316	-0,363
Test Statistic		0,266	0,277	0,310	0,316	0,363

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Setelah dilakukan uji normalitas data, dapat disimpulkan bahwa hasil *Kolmogorov Smirnov Test* terdistribusi normal.

3.2 Hasil Data Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama selama *Covid-19*. Tingkat kepuasan tersebut diukur dengan angket yang berjumlah 15 butir pernyataan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 15 – 60. Setelah data ditabulasi dan dianalisis dengan bantuan *software MS excel* dan program *SPSS 22.00 version for windows*. Dari hasil analisis data diperoleh nilai minimum = 6; nilai maksimum

= 12; rata-rata (*mean*) = 10,57; median = 11,5 ; modus = 12; *standard deviation* = 1,653. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 3. Deskripsi Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Klien Di Mitra Sahabat Utama Selama *Covid-19*

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
48,75 < 60	Sangat Puas	25	65,79
37,5 < 48,75	Puas	13	34,21
26,25 < 37,5	Tidak Puas	0	0
15 < 26,25	Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah		38	100

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel di atas diketahui tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama. Sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 65,79%, kemudian diikuti kategori puas dengan persentase 34,21%, tidak ada pada kategori tidak puas dan sangat tidak puas. Tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama didasarkan pada faktor reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dan deskripsi hasil penelitian masing-masing faktor tersebut diuraikan sebagai berikut.

3.2.1 Faktor Reliabilitas (Reliability)

Faktor reliabilitas (*reliability*) diukur dengan angket yang berjumlah 3 butir pernyataan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 3 – 12. Setelah data ditabulasi dan dianalisis dengan bantuan *software MS excel* dan program SPSS 22.00 *version for windows*. Dari hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 8; nilai maksimum = 12; rata-rata (*mean*) = 10,55 ; median = 11; modus sebesar = 12; *standard deviation* = 1,427. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 4. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Reliabilitas (*Reliability*)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
9,75 < 12	Sangat Puas	25	65,79
7,5 < 9,75	Puas	13	34,21
5,25 < 7,5	Tidak Puas	0	0
3 < 5,25	Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah		38	100

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel di atas diketahui tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor reliabilitas. Sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 65,79%, kemudian diikuti kategori puas dengan persentase 34,21%, tidak ada pada kategori tidak puas dan sangat tidak puas.

3.2.2 Faktor Daya Tanggap (Responsiveness)

Faktor daya tanggap (*responsiveness*) diukur dengan angket yang berjumlah 3 butir pernyataan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 3 – 12. Setelah data ditabulasi dan dianalisis dengan bantuan *software MS Excel* dan program SPSS 22.00 *version for windows*, dari hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 6; nilai maksimum = 12; rata-rata (*mean*) = 10,32 ; median = 11; modus sebesar = 12; *standard deviation* = 1,974. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 5. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
9,75 < 12	Sangat Puas	24	63,16
7,5 < 9,75	Puas	8	21,05
5,25 < 7,5	Tidak Puas	6	15,79
3 < 5,25	Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah		38	100

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel di atas diketahui tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor daya tanggap. Sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 63,16%, kemudian diikuti kategori puas dengan persentase 21,05%, kategori tidak puas dengan persentase 15,79%, tidak ada pada kategori sangat tidak puas.

3.2.2.1. Faktor Jaminan (*Assurance*)

Faktor jaminan (*assurance*) diukur dengan angket yang berjumlah 3 butir pernyataan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 3 – 12. Setelah data ditabulasi dan dianalisis dengan bantuan *software MS excel* dan program SPSS 22.00 *version for windows*, dari hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 6; nilai maksimum = 12; rata-

rata (*mean*) = 10,47; median = 11,5; modus sebesar = 12; *standard deviation* = 1,736. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 6. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Jaminan (Assurance)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
9,75 < 12	Sangat Puas	24	63,16
7,5 < 9,75	Puas	12	31,58
5,25 < 7,5	Tidak Puas	2	5,26
3 < 5,25	Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah		38	100

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor jaminan. Sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 63,16%, kemudian diikuti kategori puas dengan persentase 31,58%, kategori tidak puas dengan persentase 5,26%, tidak ada pada kategori sangat tidak puas.

3.2.2.2. Faktor Empati (*Empathy*)

Faktor empati (*empathy*) diukur dengan angket yang berjumlah 3 butir pernyataan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 3 – 12. Setelah data ditabulasi dan dianalisis dengan bantuan *software MS excel* dan program SPSS 22.00 *version for windows*, dari hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 7; nilai maksimum = 12; rata-rata (*mean*) = 10,53 ; median = 11,5; modus sebesar = 12; *standard deviation* = 1,640. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 7. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Empati (*Empathy*)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
9,75 < 12	Sangat Puas	25	65,79
7,5 < 9,75	Puas	12	31,58
5,25 < 7,5	Tidak Puas	1	2,63
3 < 5,25	Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah		38	100

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor daya empati. Sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 65,79%, kemudian diikuti kategori puas dengan persentase 31,58%, kategori tidak puas dengan persentase 2,63%, tidak ada pada kategori sangat tidak puas.

3.2.2.3. Faktor Bukti Fisik (*Tangibles*)

Faktor bukti fisik (*tangibles*) diukur dengan angket yang berjumlah 3 butir pernyataan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 3 – 12. Setelah data ditabulasi dan dianalisis dengan bantuan *software MS excel* dan program SPSS 22.00 *version for windows*, dari hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 7; nilai maksimum = 12; rata-rata (*mean*) = 11; median = 12; modus sebesar = 12; *standard deviation* = 1,433. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 8. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Bukti Fisik (*Tangibles*)

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
9,75 < 12	Sangat Puas	30	78,95
7,5 < 9,75	Puas	7	18,42
5,25 < 7,5	Tidak Puas	1	2,63
3 < 5,25	Sangat Tidak Puas	0	0
Jumlah		38	100

Sumber: Penulis (2021)

Dari tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor bukti fisik. Sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 78,95%, kemudian diikuti kategori puas dengan persentase 18,42%, kategori tidak puas dengan persentase 2,63%, tidak ada pada kategori sangat tidak puas.

3.3 Pembahasan

Menurut [12] Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama, sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 65,79%. Hasil tersebut dapat diartikan layanan yang diberikan oleh Mitra Sahabat Utama terhadap klien adalah sangat baik dan dapat diterima oleh sebagian besar oleh klien. Pelayanan yang baik tersebut ditunjukkan dengan oleh

kelengkapan fasilitas yang ada, kebersihan tempat, kenyamanan dan juga kesopanan para staf yang bekerja di Mitra Sahabat Utama. Pelayanan yang cukup baik tersebut tentu saja akan berdampak pada peningkatan klien. Dengan demikian, pelayanan yang baik secara tidak langsung juga akan meningkatkan keuntungan. Menurut [13] tingkat kepuasan klien didasarkan pada faktor Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik.

3.3.1 Faktor Reliabilitas

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor reliabilitas berada pada kategori sangat puas sebesar 65,79%. Dalam hal ini, faktor reliabilitas meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dengan demikian, hasil tersebut diartikan Mitra Sahabat Utama sangat memperhatikan layanan yang cepat. Yang pasti seorang klien pastilah tidak akan senang dengan pelayanan yang terlalu lama. Klien ingin layanan yang cepat. Dalam hal ini, Mitra Sahabat Utama melakukannya dengan sangat baik.

3.3.2 Faktor Daya Tanggap

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor daya tanggap berada pada kategori sangat puas sebesar 63,16%. Faktor daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para klien dan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap. Hasil tersebut diartikan para staf Mitra Sahabat Utama sangat tanggap dalam memberikan layanan kepada klien. Hal tersebut ditunjukkan dengan para staf selalu siap sedia ditempat untuk memberikan pelayanan yaitu, staf yang cepat tanggap ketika klien sedang dalam masalah perpajakan. Ketanggapan para staf dalam memberikan layanan dapat menjadikan para klien senang dan betah sehingga meningkatkan kepuasan klien.

3.3.3 Faktor Jaminan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor jaminan berada pada kategori sangat puas sebesar 63,16%. Faktor jaminan merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf. Bebas dari resiko atau keragu-raguan. Hal tersebut diartikan para staf mempunyai pengetahuan yang sangat baik khususnya perpajakan. Dikarenakan staf juga harus bisa membantu klien dan permasalahan klien menjadi tanggung jawab kita sebagai para staf di Mitra Sahabat Utama. Dalam hal ini, Mitra Sahabat Utama sangat memperhatikan dan selalu mengawasi para staf, staf yang ada haruslah seorang yang dapat dipercaya, dikarenakan kepercayaan itu sangat penting apalagi untuk pengelolaan keuangan dan perpajakan. Selain itu, penampilan yang rapi dan sopan akan memberi kesan yang baik serta kepercayaan terhadap staf membuat para klien merasa senang, sehingga dengan rasa senang tersebut kepuasan klien pun dapat meningkat. Rasa kepercayaan ini terlihat saat permasalahan klien dalam perpajakan timbul, para staf selalu ada dan menanyakan serta memberikan solusi yang diinginkan oleh klien.

3.3.4 Faktor Jaminan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor empati berada pada kategori sangat puas sebesar 65,79%. Faktor empati merupakan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan para klien. Hal tersebut diartikan para staf selalu berkomunikasi dengan para klien, itu dimaksudkan untuk memberikan keramahan kepada klien dan juga untuk memberikan solusi kepada klien jika klien mengalami keluhan. Dalam hal ini, komunikasi akan menjadi sangat penting, dikarenakan hubungan dan komunikasi yang baik antara staf dan klien akan memberikan dampak yang baik untuk perbaikan pelayanan Mitra Sahabat Utama. Komunikasi menjadi jembatan antara staf dan klien, dengan demikian apa yang diharapkan oleh klien dapat diketahui serta layanan dari staf dapat tersampaikan. Selain itu, dengan komunikasi yang baik, klien akan merasa dihargai dengan adanya komunikasi antar klien dan staf. Sehingga dari hal itu akan berdampak pada rasa senang pada klien dan timbul rasa kepuasan.

3.3.5 Faktor Bukti Fisik

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor bukti fisik berada pada kategori sangat puas sebesar 78,95%. Dalam hal ini faktor bukti fisik merupakan faktor meliputi layanan fasilitas fisik, perlengkapan, staf, dan sarana komunikasi. Hal tersebut diartikan Mitra Sahabat Utama mempunyai layanan fasilitas yang memadai, adanya sarana komunikasi dan juga layanan para staf yang sangat baik. Fasilitas yang memadai dan baik tentu saja akan memberikan kenyamanan kepada klien. Dikarenakan fasilitas yang baik akan lebih aman untuk digunakan. Selain itu dengan fasilitas yang bagus akan menambah minat klien untuk selalu menggunakan jasa konsultan pajak Mitra Sahabat Utama. Fasilitas yang dimiliki oleh Mitra Sahabat Utama diantaranya toilet (pria/wanita), ruang tamu, tempat parkir.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan tingkat kepuasan klien di Mitra Sahabat Utama selama *Covid-19* berada pada kategori sangat puas dengan persentase 65,79%. Tingkat kepuasan klien berdasarkan pada faktor reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor reliabilitas berada pada kategori sangat puas 65,79%. Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor daya tanggap berada pada kategori sangat puas 63,16%, Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor jaminan berada pada kategori sangat puas 63,16%, Tingkat kepuasan klien

berdasarkan faktor empati berada pada kategori sangat puas 65,79%, Tingkat kepuasan klien berdasarkan faktor bukti fisik berada pada kategori sangat puas 78,95%.

REFERENCES

- [1] F. A. M. Hutabarat and N. Nugroho, “Analisis Promosi Penjualan Sepeda Motor di Medan (Studi Kasus pada PT Daya Anugerah Motor),” vol. 1, no. September, pp. 35–40, 2020.
- [2] F. I. Pontoh, I. Elim, and N. S. Budiarmo, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Menggunakan Jasa Konsultansi Pajak,” vol. 5, no. 2, pp. 1226–1237, 2017.
- [3] F. Tjiptono, *Service, Quality, and Satisfaction.*, 4th ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [4] F. Nelwan, L. Mananeke, and H. Tawas, “Analisis Faktor Determinan Keputusan Pembelian Digerai Starbucks Manado Town Square,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 7, no. 4, 2019, doi: 10.35794/emba.v7i4.26022.
- [5] A. Purnama and I. Sailah, “Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitasmelalui Metode Servqual,” *J. Manaj.*, vol. 21, no. 3, p. 418, 2017, doi: 10.24912/jm.v21i3.260.
- [6] W. P. Han, E. Erviriani, A. R. A. Siregar, I. Ivone, and L. Lisa, “Analisis Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja Karyawan di Sekolah EN Mandarin – Medan,” *J. Ilm. MAKSITEK*, vol. 4, no. 2, 2019.
- [7] R. A. Heriyati and L. Cahyani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Konsultansi Pajak Terhadap Loyalitas PElanggan (Studi Kasus Pada PT FMC Indonesia Tahun 2019),” vol. 5, no. 2, pp. 746–754, 2019.
- [8] U. Bakti, Hairudin, and M. S. Alie, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung,” *J. Ekon.*, vol. 22, no. 1, pp. 101–118, 2020.
- [9] E. S. Ciamas, F. Yonggo, Yuliana, D. Anggraini, and W. Vincent, “Analisis SWOT Produk Deposito Pada PT. Bank Mestika Dharma Tbk Cabang Pembantu Setiabudi,” *J. Ilm. KOHESI*, vol. 3, no. 3, 2019.
- [10] J. Fadilah, “Pengaruh Brand Image Teh Pucuk Harum Terhadap Masyarakat Kota Bekasi,” vol. 1, no. 1, pp. 13–22, 2021.
- [11] B. Susetyo, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2018.
- [12] N. Mahmud, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang,” vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2016.
- [13] A. F. Ariestanto, “Kualitas Pelayanan Radio Jaya Pemuda Indonesia (JPI) FM SOLO DI SURAKARTA,” vol. 9, no. 1, pp. 90–97, 2020.