

**PENGARUH ETIKA KOMUNIKASI ISLAM TERHADAP
KINERJA PEGAWAI DAN KEPUASAN PELANGGAN
DI KANTOR SAMSAT SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)

Oleh:

HASRIANI

NIM. 150103017

Pembimbing:

1. Suriati, S.Ag., M.Sos.I.
2. Salam, SE., MM.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (EKOS)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasriani

Nim : 150103017

Program Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Proposal skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebaagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Proposal skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini di buat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 15 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

Hasriani

NIM : 150103017

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Pengaruh Etika Komunikasi Islam Terhadap Kinerja Pegawai Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Samsat Sinjai yang ditulis oleh Hasriani Nomor Induk Mahasiswa 150103017 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 23 Juli 2019 M bertepatan dengan 20 Dzulqaidah 1440 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag. Ketua (.....)

Dr. Ismail, M.Pd. Sekretaris (.....)

Dr. Amir Hamzah, M.Ag. Penguji I (.....)

Dr. Hardianto Rahman, M.Pd. Penguji II (.....)

Suriati, S.Ag., M.Sos.I. Pembimbing I (.....)

Salam, S.E., M.M. Pembimbing II (.....)

Mengetahui,
Dekan FEHI IAIM Sinjai


Dr. Muh. Anis, M.Hum.
NBM 976 724

ABSTRAK

HASRIANI, 150103017, PENGARUH ETIKA KOMUNIKASI ISLAM TERHADAP KINERJA PEGAWAI DAN KEPUASAN PELANGGAN DI KANTOR SAMSAT SINJAI Skripsi, Sinjai: Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai, 2019

Penelitian ini adalah sebuah perusahaan/kantor yang mempekerjakan banyak pegawai dan ada perbedaan antara tugas antara pegawai satu dengan pegawai lain sehingga komunikasi diantara mereka sangat dibutuhkan untuk mencapai suasana kerja yang seimbang dan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh wajib pajak. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai Kantor Samsat Sinjai dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 22 orang. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket dan dokumentasi, sedangkan tehnik analisis datanya adalah menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 20.

Adapun hasil penelitian tentang pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai yaitumemiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai. Untuk mengetahui besar kontribusi antara etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel *summary* dengan melihat R Square=0,429 atau 42,9 % jadi besar pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai adalah 42,9% dengan kata lain terdapat aspek-aspek selebihnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai ini menandakan H_1 diterima dan H_0 ditolak.Dari kedua pengujian hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai tetapi terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini telah dibuktikan dengan melakukan penelitian di Kantor Samsat Sinjai, sehingga hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa antara etika komunikasi islam memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

ABSTRACT

HASRIANI. 150103017.The influence of Islamic communication ethics on employee performance and customer satisfaction in the Sinjai Samsat office.**Thesis, Sinjai: Sharia Economic Study Program (EKOS), Muhammadiyah Islamic Institute (IAIM) Sinjai,2019.**

This research is a company or office that employs a lot employees and there are differences between tasks between one employee and another employee so that communication between them is needed to achieve a balanced work atmosphere there is dissatisfaction felt by taxpayers. The formulation of the problem in this study is whether there is an influence of Islamic communication ethics on employee performance and customer satisfaction in the Sinjai Samsat office.

The purpose of this research is to find out whether there is an influence of Islamic communication ethics on employee performance and customer satisfaction in the Sinjai Samsat office. This type of research used in this research is survey research and the approach used in research is quantitative research methods. As for the population in this study were art studio office employees and the number of samples in this study were 22 people. The data collection methods used are questionnaire and documentation, while the

data analysis technique is to use a simple linear regression test with the help of SPSS 20.

The results of the study on the influence of Islamic communication ethics on employee performance and customer satisfaction in the Sinjai Samsat office it has a significant positive effect on customer satisfaction in the Sinjai Samsat office. To find out the size of Ica's Islamic communication internet contribution to customer satisfaction can be seen in the summary table by looking at $R^2=0,429$ or 42,9% so the influence of the ethics of Islamic communication on customer satisfaction in Sinjai Samsat office is 42,9% in other words there are more aspects which has an influence on customer satisfaction in the Sinjai Samsat office this indicators H_1 is accepted and H_0 is rejected. From the two hypothesis testing it can be seen that there is no influence of Islamic communication ethics on employee performance but there is an influence of Islamic communication ethics on customer satisfaction. In this case it has been proven by conducting research in Samsat Sinjai's office, so that the results of this study can be concluded that between ethics Islamic communication has a significant positive effect on customer satisfaction at Samsat Sinjai's office.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِ
نَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta yang telah mendidik, mendukung dan mendoakan, sehingga penyusunan proposal skripsi ini dapat terselesaikan;
2. Dr. Firdaus, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai;
3. Dr. Amir Hamzah, M, Ag. Selaku Wakil Rektor I, Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai;
4. Dr. Ismail, M, Pd. Selaku Wakil Rektor II, Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai;
5. Dr. Muh. Anis.,M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam,

6. Muhammad Iqbal S. Pd., M. Pd., selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Muhammadiyah (IAIM) Sinjai,
7. Suriyati, S.Ag.,M.Sos.I., selaku pembimbing I yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini;
8. Salam, SE., MM, selaku pembimbing II yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini;
9. Seluruh dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
10. Seluruh pegawai dan jajaran IAI Muhammadiyah Sinjai yang telah membantu kelancaran akademik;
11. Kepala dan staff Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, yang telah membantu kelancaran selama penelitian;
12. Teman-teman mahasiswa, IAI Muhammadiyah Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah

swt., dan semoga laporan magang ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Sinjai, 15 Juli 2019

Hasriani

NIM. 150103017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah.....	6
C.Tujuan Penelitian	7
D.Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A.Kajian Teori.....	9
B.Hasil Penelitian Relevan	28
C.Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A.Jenis dan pendekatan penelitia	33
B.Defenisi Operasional Judul.....	34

C.Populasi dan Sampel	36
D.TeknikPengumpulan Data	37
E.InstrumenPenelitian	38
F.TeknikAnalisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A.Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
B.Deskripsi Data Responden.....	46
C.Analisis Data.....	46
BAB V PENUTUP	
A.Kesimpulan.....	71
B.Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Distribusi Frekuensi Etika Komunikasi Islam.....	26
Tabel 4.2 Data Distribusi Frekuensi Kinerja Pegawai.....	27
Tabel 4.3 Data Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan...	28
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.6 Keputusan Uji Normalitas Data	50
Tabel 4.7 Uji Homogenitas	51
Tabel 4.8 Uji Homogenitas	52
Tabel 4.9 Uji Linearitas	52
Tabel 4.10 Uji Linearitas	53
Tabel 4.11 Descriptive Statistics.....	54
Tabel 4.12 Descriptive Statistics.....	55
Tabel 4.13 Coefficients.....	56
Tabel 4.14 Coefficients.....	57
Tabel 4.15 Model Summry.	59
Tabel 4.16 Model Summry	59
Tabel 4.17 Anova.....	61
Tabel 4.18 Anova.....	63
Tabel 4.19 Coefficients.....	65
Tabel 4.20 Coefficients	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Praktek penyelenggaraan pelayanan di Indonesia dewasa ini masih penuh dengan ketidakpastian biaya, waktu dan cara pelayanan. Waktu dan biaya pelayanan tidak pernah jelas bagi para pengguna pelayanan. Hal ini terjadi karena prosedur pelayanan tidak pernah mengatur kewajiban dari penyelenggara pelayanan dan hak dari warga sebagai pengguna. Prosedur cenderung hanya mengatur kewajiban warga ketika berhadapan dengan unit pelayanan. Melihat betapa kompleksnya masalah yang terjadi dalam praktek penyelenggaraan pelayanan, maka upaya penerapan etika pelayanan public di Indonesia menuntut pemahaman dan sosialisasi yang menyeluruh, dan menyentuh semua dimensi persoalan yang dihadapi oleh birokrasi pelayanan.(Aras, 2016)

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu perusahaan dengan adanya komunikasi yang baik, suatu perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil. Tapi sebaliknya,

kurangnya atau bahkan tidak adanya komunikasi akan menghambat kinerja perusahaan. Di dalam satu perusahaan, atasan dan bawahan penting untuk menjalin hubungan emosional yang dapat dilakukan dengan memperkuat komunikasi dan pemberian motivasi. (Pakpahan & Anna, 2013)

Keberadaan atau penggunaan teknologi komunikasi itu akan memberikan pengaruh pada kinerja pegawai. Kinerja merupakan suatu prestasi kerja atau hasil kerja, baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai

karyawan dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan padanya.(Budianto & Katini, 2017)

Berdasarkan pengertian di atas, kinerja yang nyata jauh melampaui apa yang diharapkan adalah kinerja yang menetapkan standar-standar tertinggi orang itu sendiri, selalu standar-standar yang melampaui apa yang diminta atau diharapkan orang lain(USMAN, 2018)

Pandangan lain dikemukakan oleh Hamzah. B. Uno, yang menjelaskan kinerja adalah aktivitas seseorang dalam melaksanakan tugas pokok yang dibebankan kepadanya. Mengacu dari pandangan ini, dapat diinterpretasikan bahwa kinerja seseorang dihubungkan dengan tugas-tugas rutin yang dikerjakannya. Memang banyak batasan yang diberikan para ahli mengenai istilah kinerja. Semuanya mempunyai visi yang agak berbeda, tetapi secara prinsip mereka setuju bahwa kinerja mengarah pada suatu upaya dalam rangka mencapai prestasi kerja yang lebih baik.(Uno, 2007)

Kinerja pegawai sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep yang baru. Di awal abad 20 sudah banyak praktisi

bisnis di seluruh dunia, memahami bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang penting. Sampai hari ini, kepuasan pelanggan masih merupakan konsep yang sangat relevan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan ini, jelaslah bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan. (Irawan, n.d.)

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan yang dirasakan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan terhadap tingkat kepentingannya (Susila Nur, 2010)

SAMSAT Sinjai adalah merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparaturnya Negara sebagai abdi

masyarakat di samping sebagai abdi Negara. Pelayanan oleh SAMSAT Sinjai dimaksudkan untuk mensejahterakan masyarakat. Pelayanan umum oleh Lembaga Administrasi Negara diartikan sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi Pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang atau jasa baik dalam rangka upaya memenuhi kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Banyaknya keluhan yang dialami masyarakat ketika berurusan dengan kantor SAMSAT seperti kinerja pegawai dalam melakukan pelayanan, serta sering terjadi deskriminasi pelayanan (membeda-bedakan dalam pemberian pelayanan/lebih mementingkan pelayanan kepada orang yang dekat (kerabat). Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai sebuah perusahaan/kantor yang mempekerjakan banyak pegawai dan ada perbedaan tugas antara pegawai satu pegawai lain sehingga komunikasi diantara mereka sangat dibutuhkan untuk menciptakan suasana kerja yang seimbang dan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh wajib pajak dalam melakukan wajib pajak. Berdasarkan uraian di atas maka

penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Samsat Sinjai” (Basir, 2018)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kinerja pegawai di kantor SAMSAT Kab. Sinjai?
2. Apakah terdapat pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kepuasan pelanggan di kantor SAMSAT Kab. Sinjai?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada judul, latar belakang dan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di kantor SAMSAT Kab. Sinjai.
2. Untuk mengetahui pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di kantor SAMSAT Kab. Sinjai.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran Kepada Kantor bersama SAMSAT dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada SAMSAT Sinjai dan demi meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Manfaat praktis, penelitian ini merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang penulis peroleh selama perkuliahan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Tinjauan Tentang Etika Komunikasi Islam

a. Pengertian Etika

Etika didefinisikan sebagai sekumpulan nilai, moral, prinsip atau standar perilaku yang dipunyai oleh seseorang, kelompok atau masyarakat, bahkan suatu bangsa. Etika dalam sosiologi, dibangun dari kebiasaan (*custom*) dan tidak mustahil bahwa etika itu akan berkembang menjadi hukum sosial di masyarakat. Hukum yang tidak tertulis disebut sebagai tradisi (*mors*), hukum adat, sedangkan etika yang menjadi tradisi dan akhirnya menjadi hukum yang ditulis, menjadi hukum tertulis dan yang tertinggi serta dianggap penting bisa atur menjadi undang-undang serta memiliki konsekuensi hukum tertulis pula (Rahmadani, 2017)

b. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus*

yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan(Wiratama, 2018)

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing:

- 1) Sarah Trenholm dan Arthur Jensen mendefinisikan komunikasi demikian: “*A proces by which a source transmits a message to a receiver through some channel.*” (komunikasi adalah suatu

proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran)(1) Sarah Trenholm Dan Arthur Jensen Mendefinisikan Komunikasi Demikian: “A Procces by Which a Source Transmits a Message to a Receiver through Some Channel.” (Komunikasi Adalah Suatu Proses Di Mana Sumber Mentransmisikan Pesan Kepada Penerima Melalui - Penelusuran Google, n.d.)

- 2) Hoveland , Jains & Kelley mendefinisikan komunikasi demikian: “*The process by which an individual (the communicator) transmits stimult (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individu.*” (komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya)(Kurniawan, 2018)
- 3) Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih

membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam(Lagu, 2016)

c. Etika Komunikasi Islam

Di dalam bidang komunikasi kita kenal pula etika komunikasi, dimana etika komunikasi di maksudkan mengatur secara umum perilaku komunikasi masyarakat. Sebagaimana kita ketahui bahwa komunikasi adalah suatu konsep yang didalamnya dipahami sebagai proses interaksi orang-orang di dalam masyarakat. Proses interaksi itu dapat berlangsung secara langsung atau dengan menggunakan media, berlangsung antara individu satu dengan individu lain, individu dengan kelompok, individu dengan masyarakat, individu dengan institusi atau sebaliknya, secara vertical, horizontal, saling silang-menyilang, dan diagonal. Jadi di dalam proses komunikasi ini, dipastikan akan ada gesekan sosial yang memungkinkan satu dengan lainnya diuntungkan atau dirugikan. Dengan demikian, diperlukan etika komunikasi yang menjadi sirkuit-sosial serta

menjadi platform komunikasi di dalam menyeimbangkan semua kepentingan masyarakat(Wulandari & Ali, 2018).

Jadi, etika komunikasi adalah etika umum yang digunakan di bidang komunikasi sebagaimana konsep etika lainnya: etika ekonomi, etika pendidikan, etika hukum, etika umat beragama, dan sebagainya(Susanto, 2016)

Secara umum, semua jenis komunikasi memiliki ciri yang sama atau serupa, misalnya menyangkut proses, model dan pengaruh pesannya. Ihwal yang membedakan komunikasi islami (dakwah) dengan komunikasi secara umum adalah terutama dari latar belakang filosofinya dan aspek etikanya yang juga didasarkan pada landasan filosofi tersebut. Etika komunikasi islami secara umum kurang-lebih sama juga dengan etika komunikasi umum. Isi perintah dan larangan juga sama atau serupa dengan etika antara keduanya. Yang membedakan keduanya adalah sanksi dan pahala. Perbedaan lainnya, antara dakwah dan komunikasi secara umum memiliki perbedaan mendasar. Salah satu sifat khas yang membedakan

antara keduanya adalah faktor etika (*akhlaq al-karimah*). Salah satu perbedaan itu pada isi pesan (*content*) komunikasi yang harus terikat pada perintah agama. Dengan sendirinya pula, unsur isi pesan mengikat unsur komunikator. Dalam hal ini, komunikator tidak boleh menggunakan simbol-simbol atau kata-kata yang kasar, yang menyinggung perasaan komunikan atau khalayak(Pujiati & Triadi, 2016)

d. Unsur-Unsur Komunikasi

Adapun unsur-unsur dari komunikasi itu sendiri adalah sebagai berikut:

1) Komunikator

Komunikator juga sering disebut dengan pengirim pesan, sumber (*source*), dan pembuat atau pengirim informasi. Dilihat dari jumlahnya, komunikator bisa terdiri dari:

- a) Satu orang.
- b) Banyak orang/lebih dari satu orang.
- c) Massa(Pratama, 2018)

2) Pesan

Perhatikan ketika dua orang sedang berbicara. Amati juga bahasa tubuh keduanya pula. Apa yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan. Pesan bisa digolongkan menjadi dua: bersifat konotatif (makna kiasan atau bukan sebenarnya). Kata “bisa” secara konotatif berarti racun, secara denotatif berarti dapat. Ada ungkapan populer, *”Words may lie, but action will always tell the truth”* (Churiyah, 2011)

3) Media

Dilihat dari jumlah target komunikasinya, komunikasi bermedia dapat dibedakan menjadi media massa dan nonmedia massa. Jika dilihat dari waktu terbitnya, media bisa dibedakan menjadi media periodik dan media non periodik. Media periodik yakni media massa yang terbit secara teratur (harian, mingguan, bulanan, tri wulan, catur wulan). Media massa peiodik bisa dibedakan elektronik (TV, radio), dan cetak (surat kabar, majalah, tabloid). Bedasar perkembangan teknologi

komunikasi, sekarang muncul media online yang memanfaatkan penyebarannya melalui internet. Sementara itu, media non periodik adalah media yang bersifat *eventual*, tergantung *event* tertentu. Begitu selesai *event*-nya, medianya juga sudah tidak ada lagi. Media nonperiodik bisa dibedakan antara manusia (*sales promotion girl*, juru kampanye), dengan benda (poster, stiker, spanduk, leaflet, baliho)(Putri, 2018)

4) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menjadi sasaran pesan yang dikirim. Ciri komunikan hampir mirip dengan komunikator. Ia juga sering disebut dengan khalayak, sasaran, *audience*, dan *receiver* (penerima). Komunikan ini juga bisa identic dengan massa dalam saluran komunikasi massa yakni pendengar, pembaca, pemirsa, dan penonton(OKTALAVENDRI, 2016)

e. Model-Model Komunikasi

Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang

memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya(Kesumadewi, 2018)

Di bawah ini model-model komunikasi yang sangat populer.

1) Model S – R

Model stimulus respons (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic(BANA, 2018)

2) Model Aristoteles

Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering juga disebut model retorik (rhetorical model). Ia berjasa dalam merumuskan model komunikasi verbal pertama. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Tepatnya ia mengemukakan tiga unsur dalam proses komunikasi, yaitu

pembicara (speaker), pesan (message), dan pendengar (listener)(BANA, 2018)

3) Model Laswell

Model komunikasi ini, merupakan ungkapan verbal yakni *who* (siapa), *say what* (apa yang dikatakan), *In Which Channel* (saluran komunikasi), *To Whom* (kepada siapa), *With What Effect?* (unsur pengaruh). Model ini dikemukakan oleh Harold Laswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat dan merupakan model komunikasi yang paling tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu(Rustan & Hakki, 2017).

4) Model Shannon dan Weaver

Model ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan informasi sebagai pesan ditransmisikan dalam bentuk pesan kepada penerima (*receiver*) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu yang dalam prosesnya memiliki kemungkinan terjadinya *noise* atau gangguan(Wijayanti, 2017)

f. Indikator Etika Komunikasi Pegawai

Terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur komunikasi dalam organisasi yaitu:

- 1) Bijaksana dan Kesopanan, yaitu berkomunikasi dengan menggunakan pilihan kata yang tepat dan disampaikan dengan bahasa yang sopan dan halus.
- 2) Penerimaan Umpan Balik, yaitu penerimaan tanggapan dari pesan atau isi pesan yang disampaikan.
- 3) Berbagi Informasi, yaitu memberikan informasi baik informasi kemajuan maupun permasalahan yang ada kepada rekan sekerja maupun pimpinan.
- 4) Memberikan Informasi Tugas, yaitu menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tugas.
- 5) Mengurangi Ketidakpastian Tugas, yaitu menyampaikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai pelaksanaan tugas agar tugas dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan (Rizalina, 2014)

2. Tinjauan Tentang Kinerja Pegawai

a. Pengertian Kinerja

Istilah kinerja atau prestasi kerja berasal dari kata Inggris "performance". Kinerja adalah hasil yang diinginkan dari perilaku, maksudnya adalah bahwa kinerja pegawai/karyawan merupakan hasil unjuk kerja dalam melaksanakan suatu pekerjaan (APRILDA, 2012)

Kinerja adalah suatu prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya, sesuai dengan standar kriteria yang ditetapkan dalam pekerjaan itu (Pianda, 2018)

Prestasi yang dicapai ini akan menghasilkan suatu kepuasan kerja yang nantinya akan berpengaruh pada tingkat imbalan. Suatu kinerja individu dapat ditingkatkan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan. Kinerja individu sendiri dipengaruhi oleh kepuasan kerja. Kepuasan kerja itu sendiri adalah perasaan individu terhadap pekerjaannya (Astuti & Prayogi, 2018)

b. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah sebagai berikut:¹

- 1) Kemampuan, kepribadian dan minat kerja.
- 2) Kejelasan dan penerimaan atau kejelasan peran seseorang pekerja yang merupakan taraf pengertian dan penerimaan seseorang atas tugas yang diberikan kepadanya.
- 3) Tingkat motivasi pekerja yaitu daya energi yang mendorong, mengarahkan dan mempertahankan perilaku(Arianti, 2015)

c. Kriteria Kinerja Pegawai

Kriteria kinerja adalah dimensi-dimensi pengevaluasian kinerja seseorang pemegang jabatan, suatu tim, dan suatu unit kerja. Secara bersama-sama dimensi itu merupakan harapan kinerja yang berusaha dipenuhi individu dan tim guna mencapai strategi organisasi(Munthe & Tiorida, 2017)

Ada tiga jenis kriteria kinerja yaitu (Busono, 2016)

- 1) Kriteria berdasarkan sifat memusatkan diri pada karakteristik pribadi seseorang karyawan. Loyalitas, keandalan, kemampuan berkomunikasi, dan keterampilan memimpin merupakan sifat-sifat yang sering dinilai selama proses penilaian. Jenis kriteria ini memusatkan diri pada bagaimana seseorang, bukan apa yang dicapai atau tidak dicapai seseorang dalam pekerjaannya.
- 2) Kriteria berdasarkan perilaku terfokus pada bagaimana pekerjaan dilaksanakan. Kriteria semacam ini penting sekali bagi pekerjaan yang membutuhkan hubungan antar personal. Sebagai contoh apakah SDM-nya ramah atau menyenangkan.
- 3) Kriteria berdasarkan hasil, kriteria ini semakin populer dengan makin ditekannya produktivitas dan daya saing internasional. Kriteria ini berfokus pada apa yang telah

dicapai atau dihasilkan ketimbang bagaimana sesuatu dicapai atau dihasilkan.

d. Indikator Kinerja Pegawai

Adapun indikator kinerja pegawai yaitu sebagai berikut (Arianti, 2015)

- 1) Kualitas yaitu tingkat di mana hasil aktivitas yang dilakukan mendekati sempurna, dalam arti menyesuaikan beberapa cara ideal dari penampilan ataupun memenuhi tujuan yang diharapkan dari suatu aktivitas.
- 2) Kuantitas yaitu jumlah yang dihasilkan dalam istilah jumlah unit, jumlah siklus aktifitas yang diselesaikan.
- 3) Ketetapan waktu yaitu tingkat suatu aktifitas diselesaikan pada waktu awal yang diinginkan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output seta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktifitas lain.
- 4) Efektifitas yaitu tingkat penggunaan sumber daya manusia organisasi dimaksimalkan dengan maksud menaikkan

keuntungan atau mengurangi kerugian dari setiap unit dalam penggunaan sumberdaya.

- 5) Kemandirian yaitu tingkat dimana seorang karyawan dapat melakukan fungsi kerjanya tanpa minta bantuan bimbingan dari pengawas atau meminta turut campurnya pengawas untuk menghindari hasil yang merugikan.

3. Tinjauan Tentang Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan apabila pelanggan di bawah harapan maka, pelanggan akan kecewa(Gaol & Kadarsiman Hidayat, 2016)

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:(Yuliarmi & Riyasa, 2007)

- 1) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- 4) Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
- 5) Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

c. Bentuk-Bentuk Kepuasan Pelanggan

Sebagai konsumen ia merasa puas kalau memperoleh barang yang sangat dibutuhkan atau diinginkan. Sebagian lagi beranggapan bahwa kepuasan terletak pada barang yang harganya relatif murah dari merek atau barang lainnya. Sedangkan ada juga konsumen yang beranggapan bahwa kepuasan terletak apabila orang lain tidak bisa memilikinya. Bahwa ada juga yang beranggapan kepuasan timbul apabila semakin banyak orang yang memiliki barang tersebut. Jadi kepuasan konsumen sangat kompleks penilaiannya. Konsumen tidak saja diartikan sebagai pihak yang mengkonsumsi suatu produk, melainkan setiap orang yang memerlukan jasa demikian akan timbul terminology konsumen internal dan eksternal

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun yang termasuk indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang

- diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
- 2) Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
 - 3) Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga (RITONGA et al., 2020)

B. Hasil Penelitian Relevan

Untuk memudahkan penelitian dalam menyelesaikan proposal penelitian ini maka peneliti menggunakan hasil penelitian relevan dari skripsi sebelumnya (Sari & Asmendri, 2020)

1. Ratna, “Pengaruh Tangible dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Pada Layanan Samsat Keliling Balaraja Kabupaten Tangerang Banten”, Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh wajib pajak kendaraan bermotor dalam melakukan kewajiban membayar pajak. Sehingga UPT BAPENDA Balaraja

kabupaten Tangerang Banten harus mencari cara agar wajib pajak merasa puas dan nyaman dalam melaksanakan kewajiban membayar pajak. Beberapa faktor yang dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak adalah dengan menggunakan pelayanan yang berkualitas, pengalaman yang positif dan berkesan sehingga wajib pajak merasa senang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh tangible dan responsiveness terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di kantor Bersama Samsat Balaraja dengan sejumlah 700 unit. Dari jumlah tersebut ditentukan sampel sebanyak 88 responden. Hasil penelitian ini adalah Tangible dan Responsiveness secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Keliling Balaraja. Tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Keliling Balaraja. Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Keliling Balaraja (Ratnah & Muljadi, 2018)

2. Agnes Indaryati” Analisis Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Pelayanan Samsat (studi kasus di kantor Samsat Kabupaten Gunungkidul)”, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara harapan dan kenyataan kepuasan Wajib Pajak(Adhivinna, 2018) terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor yang dilakukan oleh SAMSAT dan apakah Wajib Pajak sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tersebut. Penelitian ini merupakan studi kasus. Data diperoleh dengan melakukan observasi dan kuesioner. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Penulis menggunakan data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan bagi wajib pajak kendaraan bermotor di kantor SAMSAT Gunungkidul. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji t. hasil penelitian menunjukkan bahwa;(1) Terdapat perbedaan harapan dengan kenyataan kepuasan Wajib Pajak terhadap pelayanan kendaraan bermotor, terbukti dari perhitungan t-hitung sebesar 4,449 dan t-tabel sebesar 1,984 dengan menggunakan taraf signifikan 5%. Oleh karena itu t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (2) Rata-rata harapan sebesar

64,79 dengan skala penilaian di daerah puas. Jadi berdasarkan data rata-rata harapan Wajib Pajak sebelum merasakan pelayanan dan kenyataan Wajib Pajak setelah menerima pelayanan menunjukkan di daerah puas, maka dengan ini Wajib pajak sudah puas dengan pelayanan yang telah diberikan SAMSAT(Marni, 2012)

Adapun persamaan dari hasil penelitian relevan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan wajib pajak terhadap pelayanan di kantor samsat. Dan adapun dari segi perbedaannya yaitu dari hasil penelitian relevan tidak membahas tentang pengaruh strategi komunikasi terhadap kinerja pegawai(Oktavianti, 2012)

C. Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk menentukan apakah jawaban teoritis telah tertuang dalam pernyataan hipotesis yang didukung dengan fakta-fakta yang dikumpulkan dan analisis, kemudian diproses melalui pengujian secara ilmiah.

1. H_0 = Tidak ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di kantor Samsat Sinjai.

- H_a = Ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.
2. H_0 = Tidak ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di kantor Samsat Sinjai.
- H_a = Ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di kantor Samsat Sinjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Dalam metode survei ini sering digunakan instrument kuesioner sebagai upaya pengumpulan data atau memperoleh informasi mengenai jumlah responden yang dianggap sebagai sampel yang mewakili populasi tertentu. Pelaksanaan survey dilakukan melalui proses pengumpulan informasi, fakta, dan analisis data sosial yang bersifat terstruktur serta mendetail melalui instrumen kuesioner atau daftar pertanyaan tertentu secara tersusun. Survei dilakukan melalui wawancara terstruktur dimana susunan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk kuesioner sudah disiapkan, termasuk pilihan jawabannya telah tersedia untuk diisi oleh responden (Kurniawati & Baroroh, 2016)

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan(Mulyadi, 2011)

B. Defenisi Operasional Judul

Untuk memudahkan pemahaman dan menghindari kesalah pahaman dalam pembahasan proposal ini , maka terlebih dahulu penulis mengemukakan

tentang judul tersebut dalam pengertian dari berbagai kata yang dianggap penting sebagai berikut:

Variabel Independen

1. Etika komunikasi adalah etika umum yang digunakan di bidang komunikasi sebagaimana konsep etika lainnya: etika ekonomi, etika pendidikan, etika hukum, etika umat beragama, dan sebagainya(Susanto, 2016)

Variabel Dependen

2. Kinerja adalah tingkat terhadapnya para pegawai mencapai persyaratan pekerjaan secara efisien dan efektif. Jadi kinerja pegawai merupakan prestasi kerja, yakni perbandingan antara hasil kerja yang dapat dilihat secara nyata dengan standar kerja yang telah ditetapkan organisasi(Walsa & Ratnasari, 2016)
3. Kepuasan pelanggan adalah istilah yang menggambarkan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan ketika mengkonsumsi/menggunakan produk/jasa yang dikeluarkan oleh produsen(Widodo, 2017)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang berfungsi sebagai sumber data (Asnidar & Asrida, 2017). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai Kantor Samsat Sinjai yang berjumlah 22 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Umam & Yudi, 2016). Jadi yang dimaksud dengan sampel di sini adalah pengambilan dari sebagian dari jumlah populasi yang akan dijadikan sebagian perwakilan. Dengan sampel ini dimaksudkan untuk memperkecil obyek yang diteliti.

Menurut Suharsimi Arikunto, apabila obyek yang diteliti kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Sampel menggunakan teknik penarikan sampel atau rumus slovin. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 22 (Hidayati, 2015).

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam rencana penelitian ini berupa angket dan dokumentasi.

1. Angket

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner dipakai untuk menyebut metode maupun instrument. Jadi dalam menggunakan metode angket atau kuesioner instrumen. Jadi dalam menggunakan metode angket atau kuesioner(Nasution, 2016) Adapun data yang ingin didapat dari angket yaitu pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di kantor samsat sinjai.

2. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan

sebagainya (ROHMAN, 2016) Adapun data yang didapat dari dokumen yaitu dokumen yang ada di kantor samsat yang terkait dengan rumusan masalah yang diambil.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dan pengumpulan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. (Hakim et al., 2017) Adapun instrument penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Lembar angket , yang berisikan tentang pertanyaan telah memiliki jawaban untuk dipilih oleh responden.
2. Dokumentasi berupa kamera, video dan foto-foto.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan di arahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik analisis data angket dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis data regresi. Istilah regresi juga digunakan dalam analisis statistik (Nugroho, 2018) Untuk menganalisis data tentang pengaruh strategi komunikasi

terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di kantor samsat sinjai. Penulis menggunakan uji regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 20. Linier sederhana adalah proses mengestimasi (menaksir sebuah) fungsi hubungan antara variabel (X) strategi komunikasi, variabel (Y) kinerja pegawai (Y₂) kepuasan pelanggan dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana (Andra, 2018)

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana berikut ini:

$$Y = a + Bx$$

Dimana :

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = konstanta

b = koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan Rumus dibawah ini:

$$a = \frac{(\sum y) - (\sum x^2) - (\sum x) \cdot (\sum xy)}{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kantor SAMSAT Sinjai

1. Sejarah singkat kantor SAMSAT Sinjai

Latar belakang berdirinya samsat sinjai adalah dikarenakan oleh sulit dan repotnya membayar pajak kendaraan baik Roda 2 maupun Roda 4 oleh karena itu dibentuklah 1 samsat di kabupaten sinjai. Samsat di kabupaten sinjai dibentuk tahun 2007 pada saat itu masih berstatus Pembantu Samsat Wilayah Bone,berselang beberapa tahun yang terhitung tahun 2012 berubahlah status pembantu samsat menjadi UPTD wilayah sinjai(HASRIANI, 2017)

Sistem administrasi manunggal satu atap (SAMSAT),atau dalam bahasa Inggris *One Roof System* adalah suatu system administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung. Contoh dari SAMSAT adalah dalam pengurusan dokumenn kendaraan bermotor. Samsat merupakan suatu system

kerjasama secara terpadu antara Polri, Dinas Pendapatan Daerah Provinsi, dan PT Jasa Raharja (PERSERO) dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara baik melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ), dan dilaksanakan pada satu kantor yang dinamakan “Kantor Bersama Samsat Sinjai”.

Dalam hal ini, Polri memiliki fungsi penerbitan STNK, Dinas Pendapatan Daerah Provinsi menetapkan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), sedangkan jasa raharja mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SSWDKLLJ). Lokasi kantor bersama

samsat umumnya berada dilingkungan kantor polri setempat, atau di lingkungan Satlantas/Ditlantas Polda setempat. Samsat ada di masing-masing provinsi, serta memiliki unit pelayanan di setiap kabupaten.

2. Pelayanan Kantor SAMSAT Sinjai

Kualitas pelayanan samsat sinjai dalam penelitian ini menggunakan 5 dimensi pokok pembantu kualitas sebagai berikut:

a. Bukti Langsung

Dalam hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik dan sarana pelayanan termasuk teknologi yang dimiliki samsat sinjai dalam menunjang pelayanan kepada masyarakat.

b. Keandalan (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat dan memuaskan. Dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu serta dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan jelas, tepat dan cepat.

c. Tanggap (*Responsiveness*)

Menyangkut bagaimana daya tanggap pegawai samsat di sinjai dalam menanggapi setiap keluhan yang disampaikan oleh masyarakat.

d. Jaminan(*Assurance*)

Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan.

e. Empati(*Empathy*)

Meliputi perhatian secara individual yang diberikan sa,sat sinjai kepada masyarakat, seperti kemudahan dalam menghubungi kantor, kemampuan pegawai dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

3. Kelompok kerja instansi di UPTD SAMSAT wilayah Sinjai

Rincian kegiatan ke 3 unsur yaitu Dispenda, Polri dan PT.Jasaraharja(persero).Dilihat dari kewajiban mereka melayani permohonan

pembuatan STNK menurut masing-masing pokja/loket adalah sebagai berikut:

a. Pokjal/Loket

l(Polri,Dispenda,PT.Jasaraharja(Persero))

- 1) Polri,bertugas menyediakan dan menyerahkan formulir, memberikan tentang syarat-syarat pendaftaran, membukukan keluar/masuk suatu formulir, memberikan paraf pada formulir, terima ganti formulir, menerima biaya administrasi STNK,TNBK,dan Nota Cek Phisik.
- 2) Dispenda,bertugas memberikan tentang kewajiban membayar pajak.
- 3) PT Jasaraharja(Persero),bertugas memberikan SWDKLLJ dan Premi Asuransi,Pemeriksaan Premi Asuransi Jasa Raharja.

b. Pokja II/Loket III(Polri)

Polri bertugas melakukan cek fisik lengkap.mengamankan dan menugaskan tim pemeriksaan,membutuhkan paraf pada lembar cek fisik dan registrasi kendaraan bermotor yang telah melakukan cek fisik.

B. Deskripsi Data Responden

Data penelitian berupa data hasil angket dari variable independen yaitu etika komunikasi islam dan variable dependen yaitu kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan. Untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh variable independen dan dependen digunakan sampel sebanyak 22 orang. Pada bagian ini akan disajikan deskripsi data responden dari tiap-tiap variable yang diperoleh dilapangan. Pada deskripsi data responden ini disajikan informasi data meliputi *mean* (M), *median* (Me), *modus* (Mo) dan distribusi frekuensi. Bentuk ini akan disajikan deskripsi data secara rinci dari setiap variable(Ikbal, 2018)

C. Analisis Data

Setelah pelaksanaan pengisian angket yang diisi oleh pegawai dan pelanggan, maka angket itu akan dikembalikan dalam keadaan terisi sesuai dengan petunjuk pengisian angket. Kemudian setelah data terkumpul, maka penulis menyusun dan mengklasifikasikan sesuai dengan aturan yang ada yang akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan, untuk mengetahui pengaruh etika

komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di kantor Samsat Sinjai.

Selanjutnya data yang telah dihasilkan dari penyebaran angket, penulis analisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS 20 (*Statistic Product and Service Solution*). Dan untuk mengetahui pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut yang sudah penulis analisis melalui bantuan aplikasi SPSS 20 (*Statistic Product and Service Solution*), yaitu:

Dari responden yang berjumlah 22 orang pegawai yang telah menjawab angket penelitian yang telah dibagikan oleh peneliti, adapun hasilnya sebagai berikut.

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji One Sample Kolmogrov-Smirnov dengan

menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05.

Tabel 4.4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Etika	Kinerja Pegawai
N		22	20
Normal Parameter s ^{a,b}	Mean	62,23	52,91
	Std. Deviation	2,724	5,706
Most Extreme Difference s	Absolute	,164	,218
	Positive	,154	,214
	Negative	-,164	-,218
Kolmogorov-Smirnov Z		,768	1,022
Asymp. Sig. (2-tailed)		,597	,247

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel 4.5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Etika	Kepuasan Pelanggan
N	22	20
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	52,91
	Std. Deviation	5,706
Most Extreme Difference ^s	Absolute Positive	,218
	Negative	,214
		-,218
Kolmogorov-Smirnov Z		1,022
Asymp. Sig. (2-tailed)		,247

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di peroleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan 0,05 atau menggunakan taraf signifikansi 5 %. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas, menggunakan pedoman sebagai berikut:

- 1) Nilai sig atau signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai sig atau signifikansi atau probabilitas $\geq 0,05$, maka distribusi data adalah normal

Tabel 4.6

Keputusan Uji Normalitas Data

Nama Variabel	Nilai <i>Asymp. Sig (2-Tailed)</i>	Taraf Signifikansi	Keputusan
Etika Komunikasi	,597	0,05	Normal
Kinerja Pegawai	,247	0,05	Normal

Kepuasan Pelanggan	,247	0,05	Normal
--------------------	------	------	--------

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

Tabel 4.7

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances^a

Etika Komunikasi

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,066	4	14	,140

Tabel 4.8

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances^a

Kepuasan pelanggan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,491	4	14	,258

c. Uji Linearitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 4.9

Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Pegawai * Etika Komunikasi	(Combined)	69,268	7	9,895	,652	,708
	Linearity	2,283	1	2,283	,150	,704
	Deviation from Linearity	66,985	6	11,164	,735	,630

Within Groups	212,595	14	15,186		
Total	281,864	21			

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Dari tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi = 630 lebih besar dari 0,05, karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan ada hubungan yang linear secara signifikant antara variable independen dengan variable dependen.

Tabel 4.10
Uji Linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Etika Komunikasi	Between Groups	(Combined)	278,152	7	39,736	1,371	,291
		Linearity	2,451	1	2,451	,085	,775
		Deviation from Linearity	275,700	6	45,950	1,586	,223
	Within Groups	405,667	14	28,976			
	Total	683,818	21				

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Dari tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi = 223 lebih besar dari 0,05, karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear secara signifikan antara variable independen dengan variable dependen

C. Uji Hipotesis

1. Statistik

Tabel 4.11

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicticted Value	22	88,47	89,56	89,23	,330
Residual	22	-6,563	5,679	,000	3,649
Std. Predicted Value	22	-2,286	1,018	,000	1,000
Std. Residual	22	-1,755	1,519	,000	,976

a. Dependent Variable: Kinerja

Tabel 4.12

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Predicticted Value	22	83,22	83,30	86,05	1,237
Residual	22	-4,488	2,420	,000	1,428
Std. Predicted Value	22	-2,286	1,018	,000	1,000
Std. Residual	22	-3,067	1,654	,000	,976

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel *Descriptive Statistics* digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

2. Uji Regresi

Tabel 4.13

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	81,696	18,653		4,380	,000
Etika (x)	,121	,299	,090	,404	,690

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel *Coefficients^a* digunakan untuk membuat persamaan regresi, dari table diatas dapat diperoleh persamaan linear regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 81,696 + 0,121X$$

Hasil analisis dari persamaan diatas sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 81,696
- 2) Etika komunikasi islam sebesar ,121. Koefisien yang bernilai positif berarti artinya terjadi hubungan positif antara Pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

Tabel 4.14

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	57,790	7,300		7,917	,000
Etika	,454	,117	,655	3,874	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel *Coefficients^a* digunakan untuk membuat persamaan regresi, dari table diatas dapat diperoleh persamaan linear regresi sebagai berikut:

$$Y1 = 57,790 + 0,454X$$

Hasil analisis dari persamaan diatas sebagai berikut:

3) Konstanta sebesar 57,790

- 4) Etika komunikasi islam sebesar ,454. Koefisien yang bernilai positif berarti artinya terjadi hubungan positif antara Pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Dari table diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel etika memiliki hubungan yang signifikan dan memiliki nilai positif.

Dari kedua analisis tersebut dapat diartikan bahwa koefisien arah regresi antara variable etika komunikasi menyatakan adanya pengaruh positif terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan. Variabel metode etika (X) mempunyai pengaruh positif pada kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,121 dan 0,454.

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi antara variable etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai sejalan dengan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

3. Uji koefisien determinasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dengan menggunakan *software* SPSS 20.0, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Table 4.15

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,090 ^a	,008	-,041	3,739

a. Predictors: (Constant), Etika

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Table 4.16

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,429	,400	1,463

a. Predictors: (Constant), Etika

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel summary ini melaporkan kekuatan hubungan antara model (variabel bebas) dengan variabel terikat. Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi $R=0,90$, R Square adalah ,008 dan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar -,041 artinya bahwa metode intensifikasi pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan sebesar 98,0 %.

Tabel summary ini melaporkan kekuatan hubungan antara model (variabel bebas) dengan variabel terikat. Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi $R=0,655$, R Square adalah ,429 dan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar 0,400 artinya bahwa metode intensifikasi pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan sebesar 429,0 %.

Sedangkan sisanya sebesar 58% dengan kata lain terdapat aspek-aspek selebihnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

4. Anova

Tabel 4.17

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	69,268	7	9,895	,652	,708 ^b
1 Residual	212,595	14	15,185		
Total	281,864	21			

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai (Y1)

d. Predictors: (Constant), Etika (X)

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel anova digunakan untuk memprediksi apakah model regresi linear dapat digunakan untuk menguji apakah metode intensifikasi pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh metode intensifikasi pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

H_a: Terdapat pengaruh metode intensifikasi pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

Kaidah pengujian tabel anova:

- a) Jika $F\text{-hitung} \geq$ dari $F\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $F\text{ hitung} <$ dari $F\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai F hitung=652 dan

$F\text{ hit} = 652 \leq 3,49$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

Tabel 4.18

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	278,152	7	39,736	1,371	,291 ^b
1 Residual	405,667	14	28,976		
Total	683,818	21			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y2)

b. Predictors: (Constant), Etika (X)

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

Tabel anova digunakan untuk memprediksi apakah model regresi linear dapat digunakan untuk menguji apakah pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

H_a: Terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Kaidah pengujian tabel anova:

- c) Jika $F\text{-hitung} \geq$ dari $F\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- d) Jika $F\text{ hitung} <$ dari $F\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai F hitung=1,371 dan 3,49

$F\text{ hit}=1,371 \geq 3,49$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

5. Koefisien

Table 4.19

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	81,696	18,653		4,380	,000
1	Etika Komunikasi	,121	,229	,090	,404	,690

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai (Y1)

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

H_0 : Terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

H_a : Tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

Kaidah pengujian tabel koefisien:

- Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Pada tabel di atas juga dapat ditentukan nilai t hitung. Dihitung pada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai adalah ,404 dan t tabel adalah 3,49.

Jika $t \text{ hitung} 0,404 < t \text{ tabel} 3,49$ maka H_1 ditolak, H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh etika komunikasi terhadap kinerja pegawai.

Table 4.20

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	57,790	7,300		7,917	,000
Etika Komunikasi	,454	,117	,655	3,874	,001

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Data: Hasil Output SPSS 20

H₀: Terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

H_a: Tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Kaidah pengujian tabel koefisien:

c. Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$, maka H₀ diterima, H_a ditolak

d. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H₀ ditolak, H_a diterima

Pada tabel di atas juga dapat ditentukan nilai t hitung. Dihitung pada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan adalah 3,874 dan t tabel adalah 3,49. Jika t hitung $3,874 \geq$ dari t tabel 3,49 maka

H_0 ditolak , H_a diterima artinya Terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Kaidah pengujian signifikansi program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 20,0 yaitu:

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau ($0,05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Pada table 4,19 uji hipotesis dengan Coefficients^a dapat dinilai $0,690 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya tidak berpengaruh. Dari uraian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian diatas terlihat bahwa etika komunikasi islam tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai.

Pada table 4.20 uji hipotesis dengan Coefficients^a, dapat dinilai $0,001 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 diterima artinya terdapat pengaruh.

Dari uraian yang telah di kemukakan pada hasil penelitian diatas terlihat bahwa etika komunikasi islam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Hasil pengujian hipotesis tersebut membenarkan bahwa tidak ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai. Karena pada table 4.19 uji hipotesis Coefficients^a , dapat dinilai $0,690 > 0,05$, ini menandakan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai karena pada table 4.20 uji hipotesis Coefficients, dapat dinilai $0,001 < 0,005$, ini menandakan H_1 diterima dan H_0 ditolak.

c. Uji hipotesis (pembahasan)

Tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai di Kantor Samsat Sinjai sedangkan terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan melalui program SPSS 20.0, diperoleh hasil bahwa dari 22 responden yang ada di Kantor Samsat Sinjai. Pada tabel *coefficient* diketahui t-hitung kinerja pegawai (Y1) $0,404 < 0,349$ (t tabel) jadi H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan t-hitung kepuasan pelanggan (Y2) $3,879 > 0,349$ jadi H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai. Sedangkan terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap keuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai. Pada nilai *probabilitas* kinerja pegawai $0,690 > 0,05$ maka etika komunikasi islam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.
2. Untuk mengetahui besar kontribusi antara etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel *summary* dengan melihat $R\text{ Square}=0,429$ atau 42,9 % jadi besar pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan

pelanggan di Kantor Samsat Sinjai adalah 42,9% dengan kata lain terdapat aspek-aspek selebihnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Dari kedua pengujian hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kinerja pegawai tetapi terdapat pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini telah dibuktikan dengan melakukan penelitian di Kantor Samsat Sinjai, sehingga hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa antara etika komunikasi islam memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kinerja pegawai dan kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kinerja pegawai di kantor Samsat Sinjai dan apakah terdapat pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Dari kedua pengujian hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kinerja pegawai tetapi terdapat pengaruh etika komunikasi Islam terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini telah dibuktikan dengan melakukan penelitian di Kantor Samsat Sinjai, sehingga hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa antara etika komunikasi islam memiliki pengaruh positif yang

signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai.

Untuk mengetahui besar kontribusi antara etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel *summary* dengan melihat R Square=0,429 atau 42,9 % jadi besar pengaruh etika komunikasi islam terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai adalah 42,9% dengan kata lain terdapat aspek-aspek selebihnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Samsat Sinjai ini menandakan H_1 diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diperlukan peningkatan kualitas kinerja pegawai yang mengacu pada sikap pegawai agar lebih ramah pada masyarakat, murah senyum dan meningkatkan komunikasi kepada masyarakat, agar masyarakat tidak jera untuk datang kembali untuk menggunakan jasa pelayanan di Kantor Samsat Sinjai.

2. Diperlukan adanya pelatihan kepegawaian agar pegawai bisa lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas kinerjanya, serta bisa lebih bertanggung jawab terhadap tugas dan pekerjaannya.
3. Meningkatkan sarana dan prasarana seperti memperluas tempat parkir, pengadaan komputer sebagai akses informasi bagi wajib pajak yang berguna mengetahui jumlah pajak kendaraan bermotor yang harus dibayar sehingga pelayanan menjadi lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Sarah Trenholm dan Arthur Jensen mendefinisikan komunikasi demikian: “A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.” (komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui—Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 6, 2022, from [https://www.google.co.id/search?hl=id&q=1\)%09Sarah+Trenholm+dan+Arthur+Jensen+mendefinisikan+komunikasi+demikian:+%E2%80%9CA+process+by+which+a+source+transmits+a+message+to+a+receiver+through+some+channel.%E2%80%9D+\(komunikasi+adalah+suatu+++proses+di+mana+sumber+mentransmisikan+pesan+kepada+penerima+melalui](https://www.google.co.id/search?hl=id&q=1)%09Sarah+Trenholm+dan+Arthur+Jensen+mendefinisikan+komunikasi+demikian:+%E2%80%9CA+process+by+which+a+source+transmits+a+message+to+a+receiver+through+some+channel.%E2%80%9D+(komunikasi+adalah+suatu+++proses+di+mana+sumber+mentransmisikan+pesan+kepada+penerima+melalui)

Adhivinna, V. V. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Akuntansi (pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Gunungkidul). Jurnal

Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 1 Tahun
2018, 54–66.

Andra, R. S. (2018). Pengaruh knowledge sharing terhadap kinerja karyawan (studi pada karyawan PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Malang Kawi) [PhD Thesis]. Universitas Brawijaya.

APRILDA, A. (2012). PENGARUH KOMPETENSI TERHADAP PRESTASI KERJA PEGAWAI (Studi pada Bagian Pengelolaan Keuangan Balai Pengembangan Pendidikan Nonformal dan Informal Regional I Medan). *Jurnal Administrasi Publik: Public Administration Journal*, 2(2), 181–206.

Aras, A. A. (2016). Pengaruh Persepsi Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kantor Samsat Di Kota Maros [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Arianti, H. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Auditor (Studi Empiris Pada KAP di Surakarta dan

Yogyakarta) [PhD Thesis]. Universitas Muhammadiyah
Surakarta.

Asnidar, A., & Asrida, A. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Home
Industry Kerupuk Opak di Desa Paloh Meunasah Dayah
Kecamatan Muara Satu Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Sains
Pertanian*, 1(2), 210854.

Astuti, R., & Prayogi, I. (2018). Pengaruh Kepemimpinan dan
Prestasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Karya
Hevea Indonesia Afdeling Hevea Dolok Masihul.

BANA, T. L. J. (2018). MODEL KOMUNIKASI ORGANISASI
DAN KINERJA PEGAWAI (Study Kasus Pada Media
Online Liputan Banten) [PhD Thesis]. Universitas Islam
Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" Banten.

Basir, H. (2018). Kualitas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di
Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap
(SAMSAT) Wilayah Gowa [PhD Thesis]. UNIVERSITAS
NEGERI MAKASSAR.

Budianto, A. A. T., & Katini, A. (2017). Pengaruh lingkungan kerja
terhadap kinerja pegawai pada PT Perusahaan Gas Negara

(PERSERO) Tbk SBU Distribusi wilayah I Jakarta.

KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas
Pamulang, 3(1).

Busono, G. A. (2016). Pengaruh Sistem Pelatihan Dan
Pengembangan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan PT.
Persada Sawit Mas (PSM) Kecamatan Pampangan
Kabupaten Ogan Komering Ilir. MUQTASHID, 1(1), 81–
114.

Churiyah, Y. (2011). Komunikasi lisan dan tertulis. Bandung: PT.
Remaja Rosdakarya.

Gaol, L. A., & Kadarsiman Hidayat, S. (2016). Pengaruh Kualitas
Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan
Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas
Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas
Brawijaya yang Menggunakan Smartphone Samsung). Jurnal
Administrasi Bisnis, 38(1).

Hakim, G. R. U., Tantiani, F. F., & Shanti, P. (2017). Efektifitas
pelatihan manajemen stres pada mahasiswa. Jurnal Sains
Psikologi, 6(2), 75–79.

- HASRIANI, H. (2017). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENDAPATAN PETANI BUAH NAGA DI DESA SUKAMJU KEC. TELLULIMPOE [Diploma, INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI]. <http://repository.iaimsinjai.ac.id/id/eprint/113/>
- Hidayati, N. (2015). Penerapan Pendidikan Karakter Melalui Pembelajaran Agama Islam di SMP Al Fattah Sidoarjo [PhD Thesis]. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Ikkal, M. (2018). PENGARUH FAKTOR EKONOMI TERHADAP PENJUALAN RUMAH SUBSIDI (Studi Kasus di Perumahan Bumi Lappa Mas Kabupaten Sinjai). *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–27. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v4i1.101>
- Irawan, H. (n.d.). Prinsip kepuasan pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo, 54, 55.
- Kesumadewi, E. S. (2018). Perbedaan Model Komunikasi Kepala Sekolah Menurut Persepsi Siswa Ditinjau dari Perspektif Gender. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 9(2), 75–84.

- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60–68.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa universitas muhammadiyah bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.
- Lagu, M. (2016). Komunikasi antarbudaya di kalangan mahasiswa etnik Papua dan Etnik Manado di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(3).
- Marni, H. (2012). **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESADARAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI YANG MELAKUKAN PEKERJAAN BEBAS DALAM MELAPORKAN KEWAJIBAN PERPAJAKANNYA DI KANTOR PELAYANAN, PENYULUHAN DAN KONSULTASI PERPAJAKAN (KP2KP) DURI [PhD Thesis]**. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–137.

- Munthe, K., & Tiorida, E. (2017). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 86–97.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nugroho, R. W. (2018). Perencanaan Persediaan Obat Dengan Metode Economic Order Quantity (Studi Kasus Di Apotek “X”, “Y”, “Z” Di Kota Surabaya). *Jurnal Akuntansi UNESA*, 6(3), 1–24.
- OKTALAVENDRI, Y. (2016). Analisis Wacana Lirik Lagu “Merah” Karya Band Efek Rumah Kaca [PhD Thesis]. Perpustakaan.
- Oktavianti, L. (2012). Pola komunikasi pelayanan publik kantor bersama SAMSAT Krian Sidoarjo [PhD Thesis]. IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Pakpahan, T. D. P. A., & Anna, L. A. L. (2013). PENGARUH KOMUNIKASI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA BISNIS PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA

(PERSERO) TBK. CABANG ISKANDAR MUDA

MEDAN. Jurnal Media Informasi Manajemen, 1(4).

Pianda, D. (2018). Kinerja guru: Kompetensi guru, motivasi kerja dan kepemimpinan kepala sekolah. CV Jejak (Jejak Publisher).

Pratama, S. (2018). Perilaku Komunikasi Komunitas Pemuda Hirjah Di Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas Pemuda Hijrah The Shift Melalui Acara Dakwah) [PhD Thesis]. Universitas Komputer Indonesia.

Pujiati, T., & Triadi, R. B. (2016). Pengaruh Konsep Diri Dan Budaya Dalam Komunikasi Interpersonal. PROCEEDINGS UNIVERSITAS PAMULANG, 1(1).

Putri, A. F. (2018). RESPON MAHASISWA TENTANG AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ JOKOWI (Studi Deskriptif Kuantitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya) [PhD Thesis]. UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945.

- Rahmadani, D. A. (2017). Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makasssar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Ratnah, R., & Muljadi, M. (2018). Pengaruh tangible dan responsiveness terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor pada layanan SAMSAT keliling Balaraja Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 6(1), 37–46.
- RITONGA, H. M., PANE, D. N., & RAHMAH, C. A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *JUMANT*, 12(2), 30–44.
- Rizalina, R. A. (2014). PENGARUH ETIKA KERJA ISLAM DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI “PT ASURANSI TAKAFUL KELUARGA” REPRESENTATIVE OFFICE SIDOARJO [PhD Thesis]. UIN Sunan Ampel Surabaya.

- ROHMAN, A. (2016). STUDI KOMPARASI PEMIKIRAN MAHMUD YUNUS DAN MOHAMMAD NATSIR [PhD Thesis]. Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). Pengantar ilmu komunikasi. Deepublish.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41–53.
- Susanto, J. (2016). Etika Komunikasi Islami. *Waraqat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 24–24.
- Susila Nur, L. (2010). Analisis Kualitas Pengaruh Pelayanan Kantor Kelurahan Terhadap Kepuasan Masyarakat Kelurahan Jagalan Kecamatan Jebres Kota Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 1(1).
- Umam, K., & Yudi, Y. (2016). Pengaruh Menggunakan Software Macromedia Flash 8 Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas VIII. *Kalamatika: Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(1), 84–92.

Uno, H. B. (2007). Teori motivasi & pengukurannya.

USMAN, U. (2018). PENGARUH PRODUKSI CENGKEH
TERHADAP PENDAPATAN MASYARAKAT(STUDI
KASUS DESA TOMPOBULU KECAMATAN
BULUPODDO KABUPATEN SINJA [Diploma, INSTITUT
AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI].

<http://repository.iaimsinjai.ac.id/id/eprint/273/>

Walsa, E., & Ratnasari, S. L. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan
Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Citra Pembina
Pengangkutan Industries Batam. *Jurnal Eksekutif*, 13(1).

Widodo, E. S. (2017). Profesionalisme Kerja dan Kualitas Pelayanan
PT Pos Indonesia. *Jurnal Manajemen Transportasi &
Logistik*, 4(1), 39–50.

Wijayanti, E. T. (2017). BAB 1 Konsep Dasar Komunikasi.

Wiratama, B. (2018). Perilaku Komunikasi Para Pengemis Di
“Kampung Pengemis” Gang Eme Kota Bandung (Studi
Fenomenologi Pada Warga Yang Bekerja Sebagai Pengemis
Di “Kampung Pengemis” Gang Eme Sukabungah RT 09 dan

RT 10, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung) [PhD Thesis].

Universitas Komputer Indonesia.

- Wulandari, D. R., & Ali, H. (2018). Business Ethics & Good Governance Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan The Body Shop. Diambil Kembali Dari Slideshare. Net:
[https://www. Slideshare. Net/Dyahruthw/7beampggdyah-Ruth-Wulandarihapzi-Alietika-Amp-Bisnisetika-Bisnis-the-Body-Shop-Universitas-Mercu-Buana2018docx](https://www.slideshare.net/Dyahruthw/7beampggdyah-Ruth-Wulandarihapzi-Alietika-Amp-Bisnisetika-Bisnis-the-Body-Shop-Universitas-Mercu-Buana2018docx).
- Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1), 9–28.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email : info@iain-sinjai.ac.id

Website : <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 148/SK/BAN-PT/Akred/PT/IV/2015



**SURAT KEPUTUSAN
NOMOR:045 /III/1.3.AU/F/KEP/2018**

**TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2018/2019**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

- yang :
1. Bahwa untuk penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2018/2019, maka dipandang perlu ditetapkan Dosen Pembimbing penulisan skripsi dalam Surat Keputusan.
 2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
- ngat :
- a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
 - b. Undang-undang No.20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
 - c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
 - d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
 - e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
 - f. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
 - g. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- erhatikan.a :
- Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2018/2019.

MEMUTUSKAN

- apkan :
- Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa.
- a :
- Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Suriati,S.Ag.,M.Sos.I	Salam, SE., MM.

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Hasriani
NIM : 150103017
Prodi : Prodi Ekonomi Syariah (EKOS)
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Komunikasi Islam Terhadap Kinerja Pegawai Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor SAMSAT Sinjai.

- Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.



**FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email : info@iaim-sinjai.ac.id

Website : <http://www.iaim-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 148/SK/BAN-PT/Akred/PT/IV/2015

- : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 18 Rabiul Awal 1440 H

: 27 November 2018 M


Bekas

Muh. Anis, M.Hum.
NBM. 976724

isan disampaikan kepada Yth:
Cetua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
Cetua Prodi EKOS IAIM Sinjai di Sinjai.



FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612
Email: info.iainsinjai@yahoo.com Website: http://www.iain-sinjai.ac.id
TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 148/SK/BAN-PT/Akred/PT/IV/2015



Nomor : 457/III /1.3.AU/F/2019
Lamp :
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yang Terhormat
Kepala: Dinas Pemukiman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP)
Di -
Sinjai

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAIM Sinjai, dengan ini
disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Hasriani
NIM : 150103017
Prodi Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)
Semester : VIII

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

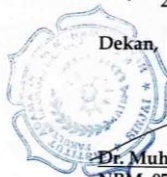
**“Pengaruh Etika Komunikasi Islam Terhadap Kinerja Pegawai dan Kepuasan
Pelanggan di Kantor Samsat Sinjai ”**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat
diberikan izin melaksanakan penelitian di Kantor Samsat Sinjai

Atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Sinjai, 22 Syawal 1440 H
26 Juni 2019 M



Dekan,

Dr. Muh. Anis M. Hum
NBM. 976 724



1201919009000291

PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jalan Persatuan Raya No. 116, Kelurahan Biringgare Kabupaten Sinjai Telpom : (0482) 21069 - 22450 Fax : (0482) - 22450 Kode Pos : 92612 Kabupaten Sinjai

Yth. Kepala Kantor Samsat Kab. Sinjai

Nomor : 1352/21/01/DPM-PTSP/II/2019
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Di
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai
 , Nomor : 457/III/1.3.AU/F/2019, Tanggal 26 Juni 2019 Perihal Izin Penelitian, Bahwa
 Mahasiswa/Peneliti yang tersebut di bawah ini :

Nama : HASRIANI
 Tempat / Tanggal Lahir : Sinjai/20 Juni 1995
 Nama Perguruan Tinggi : INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) MUHAMMADIYAH SINJAI
 NIM : 150103017
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
 Alamat : Jerrung I, Kel./Desa Lamatti Riawang, Bulupoddo, Kabupaten Sinj

Bermaksud akan Mengadakan Penelitian di Daerah/Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan
 Skripsi/Tesis/Desertasi, Dengan Judul : PENGARUH ETIKA KOMUNIKASI ISLAM TERHADAP
 KINERJA PEGAWAI DAN KEPUASAN PELANGGAN DI KANTOR SAMSAT SINJAI

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 1 Juli s.d 15 Juli 2019

Pengikut : -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan
 dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus melaporkan diri kepada instansi tersebut di atas;
 2. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari masalah yang telah diizinkan semata-mata kepentingan pengumpulan data;
 3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan dan mengindahkan adat istiadat setempat;
 4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada instansi tersebut di atas; dan
 5. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada Bupati Sinjai Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kabupaten Sinjai

Pada tanggal : 01 Juli 2019

a.n. **BUPATI SINJAI**
 KEPALA DINAS,

ANDI ADEHA SYAMSURI, AP, S.IP, M.SI

Pangkat : Pembina Utama Muda

NIP. : 197501051993111001

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Sinjai (sebagai laporan);
2. Dekan IAI Muhammadiyah Kab. Sinjai di Sinjai
3. Arsip



FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612
Email: info.iainsinjai@yahoo.com Website: http://www.iainsinjai.ac.id

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 148/SK/BAN-PT/Akred/PT/IV/2015



Nomor : 442/III /1.3.AU/F/2019
Lamp :
Hal : **Izin Penelitian**

Kepada Yang Terhormat
Kepala Kantor Samsat Sinjai
Di -

Sinjai

Assalamu 'AlaikumWr. Wb.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Sarjana Satu (S1) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam IAIM Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **Hasriani**
NIM : 150103017
Prodi Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)
Semester : VIII

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

“Pengaruh Etika Komunikasi Islam Terhadap Kinerja Pegawai dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Samsat Sinjai”

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di Kantor Samsat Sinjai .

Atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Sinjai, 19 Syawal 1440 H
23 Mei 2019 M

Dekan,

Dr. Mub Anis M. Hum
NBM. 976 724



PEMERINTAH PROPINSI SULAWESI SELATAN
BADAN PENDAPATAN DAERAH
KANTOR UNIT PELAKSANA TEKNIS (UPT) PENDAPATAN WILAYAH SINJAI
Jl. Persatuan Raya No. 168 Telepon (Fax) 0482-23769
SINJAI Kode Pos 92612

Sinjai, 16 Juli 2019

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 848/376 /BAPENDA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Drs. ANDI DEWAN DAPI, MH**
Nip : 19720709 199203 1 004
Jabatan : Kasubag Tata Usaha UPT Pendapatan Wilayah Sinjai

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Hasriani
Nim : 150103017
Tempat/Tgl. Lahir : Sinjai, 20 Juni 1995
Prodi Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)
Kampus : INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Komunikasi Islam Terhadap Kinerja Pegawai dan Kepuasan Pelanggan di Kantor SAMSAT Kabupaten Sinjai

Dengan ini menyatakan bahwa yang bersangkutan diatas Benar telah melaksanakan proses penelitian di Unit Pelaksana Tekhnis (UPT) Pendapatan wilayah Sinjai selama 15 hari dari tanggal 01 Juli s/d 15 Juli 2019.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

**A.n. Kepala UPT Pendapatan Wilayah Sinjai
Kasubag Tata Usaha,**


Drs. ANDI DEWAN DAPI, MH
Pangkat : Penata TK I
NIP. 19720709 199203 1 004

Tembusan : disampaikan kepada Yth,

1. Bapak Sekretaris Bapenda Prov. Sulsel ;
2. Arsip.

-filekaupdt--

DOKUMENTASI



BIODATA PENULIS

Nama : Hasriani

NIM : 150103017

Tempat/TGL. Lahir : Sinjai, 20 Mei 1995

Alamat : Desa LamattiRiawang, Kec. Bulupoddo

Riwayat Pendidikan :

1. SD/MI : SD Negeri 106 Jerrung 1, Tamat Tahun 2009
2. SLTP/MTS : SMP 2 Bulupoddo, Tamat Tahun 2012
3. SMK/SMA : SMA Negeri Bulupoddo, Tamat Tahun 2015

Handphone : 085145831450

Email : Hasriani@gmail.com

Nama Orang tua : SABRI (Ayah)
RIA (Ibu)