

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selalu terdapat kesenjangan antara *expectation* dan *perceived* yang membuat klien tidak puas, yaitu *expectation* lebih besar dari *perceived*. Dalam penelitian ini juga ditemukan hal yang sama, dimana *expectation* responden belum dapat terpenuhi oleh kantor akuntan publik. Kesenjangan paling besar adalah dalam dimensi *tangible* dan *reliability*. Klien sangat mementingkan dimensi *reliability*, tetapi kantor akuntan publik belum dapat memenuhinya. Sedangkan pada dimensi *tangible*, baik klien dan kantor akuntan publik tidak terlalu memberikan perhatian. Hal ini dapat dilihat dari penilaian responden atas jawaban kuesioner. Dimensi *tangible* mendapat tempat terakhir dari lima dimensi berdasarkan *expectation* dan *perceived* klien.
2. Diketahui bahwa secara parsial dimensi-dimensi *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien. Sedangkan berdasarkan analisis regresi secara simultan, ditemukan ternyata tidak ada pengaruh secara simultan antara dimensi-dimensi ini dengan kepuasan responden. Selain itu, kualitas jasa hanya berpengaruh sebesar 26% atas kepuasan responden, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lainnya.

3. Dapat disimpulkan bahwa responden masih belum terbuka pandangannya. Klien tidak melihat *service quality* sebagai hal yang penting dalam menentukan kepuasannya. Terdapat hal-hal lain (variabel lain) yang lebih berpengaruh pada kepuasan klien, sehingga hasil analisis regresi secara parsial dan simultan tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Selain itu, reponden sebagai klien kantor akuntan publik di Surabaya masih belum melihat dimensi-dimensi *service quality* sebagai satu kesatuan. Seharusnya dimensi-dimensi *service quality* ini dipandang sebagai kesatuan dalam keseluruhan *service quality* yang mempengaruhi kepuasan klien seperti dalam penelitian sebelumnya. Berdasarkan teori *service quality* dan kepuasan klien, seharusnya kepuasan klien adalah cerminan dari *service quality*.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat diberikan beberapa saran kepada pada kantor akuntan publik dan klien di Surabaya. Bagi kantor akuntan publik diharapkan dapat lebih memahami harapan klien, sehingga dalam pelaksanaan jasanya, kesenjangan-kesenjangan dapat dikurangi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan survey terhadap klien mengenai jasa yang telah diberikannya. Survey dapat dilakukan dengan pembagian kuesioner atau wawancara singkat. Tujuannya adalah untuk mengetahui penilaian klien atas jasa kantor akuntan publik.

Bagi klien kantor akuntan publik, diharapkan dapat menilai kantor akuntan publik berdasarkan proses pemberian jasa dan kualitas jasa yang diberikan, tidak hanya berdasarkan hasil dari jasa tersebut. Selain itu, diharapkan klien lebih terbuka pandangannya mengenai pentingnya kualitas jasa kantor akuntan publik.

Dilihat dari hasil penelitian ini, dapat diberikan saran bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih baik dari penelitian ini, berhubungan dengan beberapa kelemahan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini seharusnya berfokus pada jasa audit, tetapi karena kurangnya responden (pengguna jasa audit) yang berkehendak untuk mengisi kuesioner, maka fokus penelitian ini diperluas menjadi jasa yang diberikan oleh kantor akuntan publik di Surabaya. Bagi peneliti selanjutnya harap mempertimbangkan masalah ini. Kedua, berhubungan dengan penentuan sampel, jumlah sampel dan jumlah kuesioner yang dapat digunakan. Dalam penentuan sampel, peneliti diharapkan dapat menambah sampel penelitian atau menggunakan objek atau sampel yang berbeda,, sehingga data yang diperoleh dapat lebih baik. Termasuk dalam pertimbangan adalah penentuan jumlah sampel, responden, dan kuesioner yang dibagikan, Selain itu, peneliti selanjutnya mempertimbangkan kondisi yang kurang mendukung penelitian di Indonesia, dimana banyak perusahaan yang keberatan mengisi kuesioner atau mendukung penelitian akademisi. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode yang lebih efektif

dalam mengumpulkan data, misalkan dengan mendatangi secara langsung perusahaan yang menjadi responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, 2007, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang:Bayumedia Publishing.
- Boynton, W. C, Raymond, N. J., dan Walter, G. K., 2001, *Modern Auditing*, Edisi Ketujuh Jilid I, Alih Bahasa : Paul A. Rajoe. 2002., Jakarta:Erlangga.
- Fitzsimmons, J. A., Mona, J. F., 1999, *Service Management: Operations, Startegy, and Information Technology*, New York: McGraw-Hill.
- Goetsch, D. L., dan Stanley, B. D., 2000, *Quality Management: Intoduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Service*, New Jersey:Prentice-Hall.
- Hardi, 2008, Sejarah Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI), di akses 22 Agustus, 2009, <http://www.akuntanpublikindonesia.com>.
- Institut Akuntan Publik Indonesia, 2001, *Standar Profesi Akuntan Publik*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ismail, I., Hasnah, H., Daing, N. I., dan Salmi, M. I., 2006, Service Quality, Clieen Satisfaction, and Loyalty towards Audit Firms: Perception of Malaysian Public Listed Companies, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 21, No. 7, 738-756.

- Jasfar, F., 2005, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor:Ghalia Indonesia.
- Jefford, R., dan Greg, M. T., 1993, TQM and CPA Firm, *Journal of Accountancy*, Juli: 59-63
- Kotler, P., dan Gary, A., 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid I*, Alih Bahasa: Alexander Sindoro. 2004., Jakarta: Indeks.
- Litwin, M. S., 1995, *How to Measure Survey Reliability and Validity*, California: Sage Publication.
- Lovelock, C., 2001, *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, 4<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice-Hall.
- Mason, R. D., dan Douglas A. L, 1996, *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Ketujuh Jilid 2, Alih Bahasa: Uka Wikarya, Widyono Soetjipto, Sugiharso.1999., Jakarta: Erlangga.
- Ratnatunga, J., dan Waldmann, E., 2003, A Marketing Approach to Service Quality in Accounting: A Case Study, *Journal of Business and Economics Research*, Vol 2, No. 5, Mei: 29-43.
- Saunders, M., Philip L., dan Adrian T., 2007, *Research Methods for Business Students*, 4<sup>th</sup> ed., New Jersey: Prentice-Hall.

- Saxby, C. L., Craig, R. E., dan Timothy, R. K., 2004, Service Quality In Accounting Firms: The Relationship of Service Quality to Client Satisfaction and Firm/Client Conflict, *Journal of Business&Economic Research*, Vol. 2, No. 11, November: 75-86.
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tjiptono, F., 2004, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : ANDI.
- \_\_\_\_\_, 2008, *Service Managment Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, F., dan Gregorius, C., 2005, *Service, Quality, Satisfaction*, Yogyakarta : ANDI.
- Umar, H., 2002, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zeithaml, V. A., Mary J. B., dan Dwayne D. G., 2009, *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, New York: McGraw-Hill.