

**KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI KANTOR PELAYANAN
PAJAK (KPP) PRATAMA JEPARA**

Program Studi Magister Manajemen



**JEFRI YANUAR PRIYANTO
NIM : 20401800049**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEMARANG
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

**KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI KANTOR PELAYANAN
PAJAK (KPP) PRATAMA JEPARA**

**Disusun Oleh :
JEFRI YANUAR PRIYANTO
Nim : 20401800049**

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Magister Manajemen
Tanggal 18 Agustus 2021



Ketua Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si
NIK. 210499045

Pembimbing

Dr. Hendar, SE, M.Si
NIK. 2104990

Digitally signed by
Dr. Hendar, SE,
M.Si
Date: 2021.08.09
08:59:33 +07'00'

Abstract

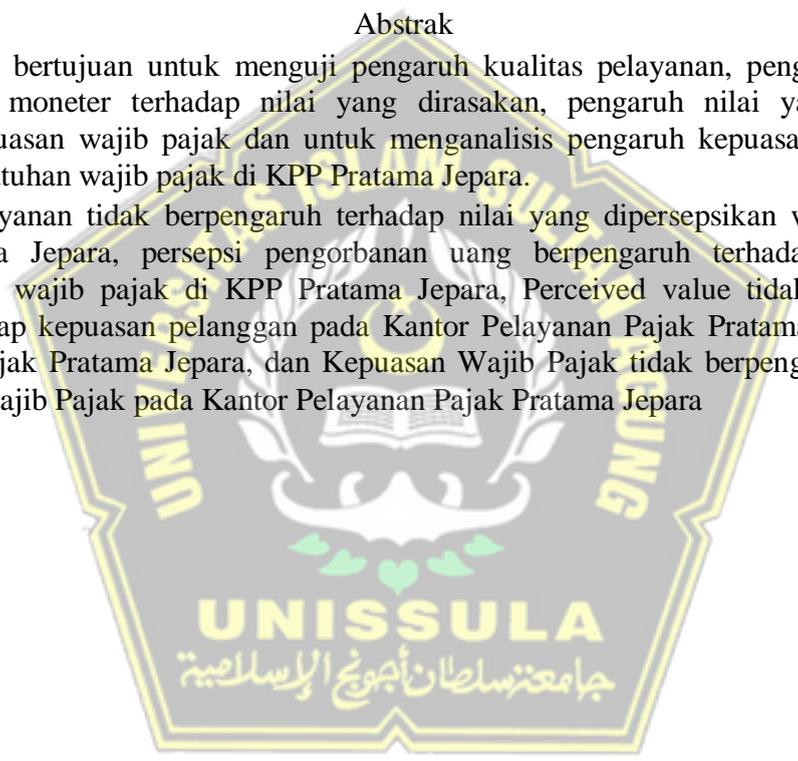
This study aims to examine the effect of service quality, the effect of perceived monetary sacrifice on perceived value, the effect of perceived value on taxpayer satisfaction and to analyze the effect of taxpayer satisfaction on taxpayer compliance at the Jepara Primary Tax Office.

Service quality has no effect on the perceived value perceived by the taxpayer at the Jepara Primary Tax Office, perceived monetary sacrifice has an influence on the perceived value perceived by the taxpayer at the Jepara Pratama Tax Office, Perceived value has no positive effect on customer satisfaction in the office Tax Primary Tax Service at the Jepara Primary Tax Office, and Taxpayer Satisfaction do not have an effect on Taxpayer compliance at the Jepara Primary Tax Office.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, pengaruh persepsi pengorbanan moneter terhadap nilai yang dirasakan, pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wajib pajak dan untuk menganalisis pengaruh kepuasan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Jepara.

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap nilai yang dipersepsikan wajib pajak di KPP Pratama Jepara, persepsi pengorbanan uang berpengaruh terhadap nilai yang dipersepsikan wajib pajak di KPP Pratama Jepara, Perceived value tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara, dan Kepuasan Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara



KATA PENGANTAR

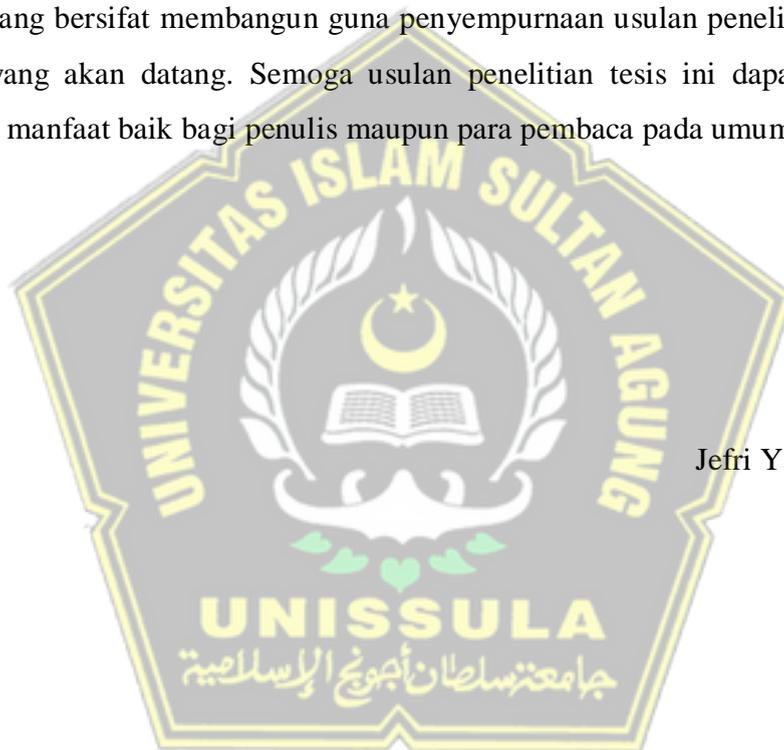
Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan usulan penelitian tesis yang berjudul **“KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA JEPARA”**. Tesis ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian tesis ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Prof. Widodo, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
3. Bapak Dr. Hendar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga usulan penelitian tesis ini dapat tersusun.
4. Kepada kedua orang tua saya dan adik saya serta keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis agar selalu semangat dan pantang menyerah dalam menyusun usulan penelitian tesis ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S2 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Teman dan sahabat yang telah banyak memberikan bantuan baik dalam bentuk semangat, doa, maupun saran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal penelitian tesis ini.

7. Teman-teman angkatan 64 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian tesis ini.
8. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa usulan penelitian tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan usulan penelitian tesis ini di masa yang akan datang. Semoga usulan penelitian tesis ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.



Semarang,
Penulis,

Jefri Yanuar Priyanto

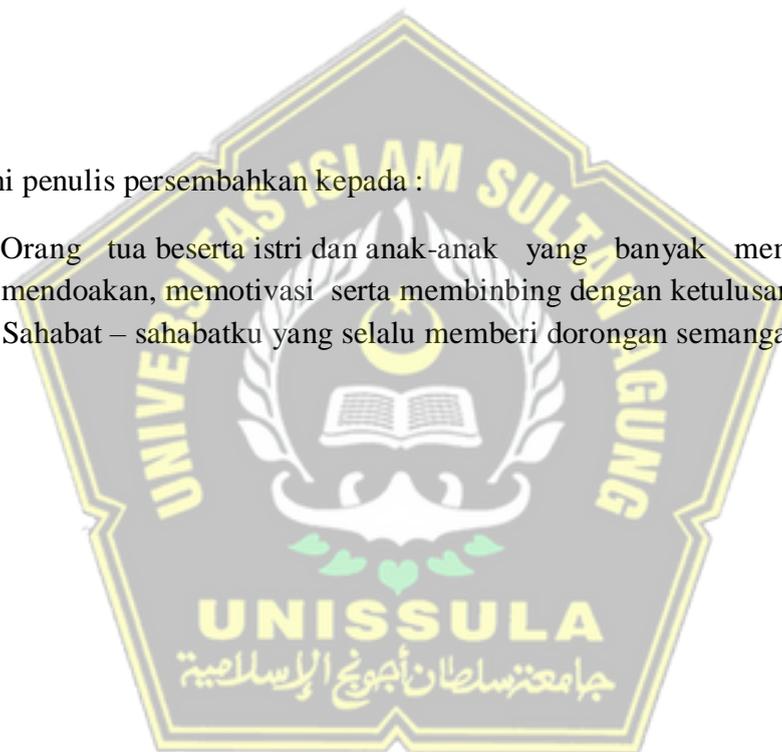
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“ Apabila kamu ingin hidup bahagia, maka terikatlah pada tujuan dan kuasa Tuhan, bukan orang atau benda“.

Tesis ini penulis persembahkan kepada :

- Orang tua beserta istri dan anak-anak yang banyak membantu, mendoakan, memotivasi serta membimbing dengan ketulusan hati.
- Sahabat – sahabatku yang selalu memberi dorongan semangat



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	22
2.1 Kualitas Pelayanan	22
2.2 Nilai yang dirasakan.....	24
2.3 Kepuasan	26
2.4 Kepatuhan	27
2.5 Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Yang Dirasakan	28
2.6 Pengorbanan Moneter dan Nilai Yang Dirasakan	29
2.7 Persepsi Nilai Yang Dirasakan dan Kepuasan Wajib Pajak.....	30
2.8 Kepuasan dan Kepatuhan	31
2.9 Model Empirik	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Sumber dan Jenis Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	35

3.5	Variabel dan Indikator.....	36
3.6	Teknik Analisis.....	38



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Penerimaan Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara.....	2
Table 2.1 Definisi operasional, indikator dan sumber	25
Table 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Table 4.1 Usia Responden	33
Table 4.1 Pendidikan Terakhir Responden	33
Table 4.1 Pendidikan Terakhir Responden.....	33
Table 4.8 Composite reliability.....	41
Table 4.9 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	42
Table 4.10 Cronbach Alpha	43
Table 4.11 R Square.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Model Penelitian..... 38
Gambar 2.1 Hasil Model Penelitian kepatuhan wajib pajak setelah modifikasi 38



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pembangunan Nasional Berlangsung secara terus-menerus agar kesejahteraan rakyat dapat ditingkatkan. Untuk merealisasikan tersebut, sumber dana dari dalam negeri yang harus digali oleh Negara yaitu pajak. Pajak adalah sumber utama pendapatan Negara dan kontribusi rakyat kepada negara yang terutang yang digunakan untuk membiayai Pengeluaran Negara.

Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) negara kita sebagian besar sumber dananya berasal dari pajak (sekitar 81,37%). Salah satu direktorat yang berada di Bawah Kementerian Keuangan adalah Direktorat Jenderal Pajak yang mempunyai tugas dalam urusan keuangan dan kekayaan Negara. Salah satunya adalah mencapai target penerimaan pajak.

Peningkatan kepatuhan pajak merupakan hal yang penting dalam penggalan potensi pajak. Berikut laporan penerimaan pajak pada tahun 2015 – 2019 :

Table 1.1
Data Pendapatan Pajak di KPP Pratama Jepara

Penerimaan (Bruto) Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara		
Tahun Pajak	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan
2015	596,229,231,985	465,858,303,592
2016	690,042,966,998	530,628,212,331
2017	741,100,031,000	612,717,632,251
2018	763,025,891,000	745,328,685,869
2019	830,560,857,000	851,148,494,803

Data : KPP Pratama Jepara (2020)

Pada tabel diatas terjadi peningkatan dari tahun 2015 sebesar Rp. 465,858,303,592 dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 851,148,494,803. Pada tahun 2019, penerimaan pajak yang dapat mencapai target sedangkan pada tahun-tahun sebelumnya tidak mencapai target yang telah ditentukan.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menyusun rencana strategis (Renstra) untuk periode 2020-2024 sebagai acuan untuk merancang peta strategi, rencana kerja, dan rencana strategis unit organisasi di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Misi Utama Rencana Strategis Direktorat Jenderal Pajak (DJP) 2020-2024

- a. Merumuskan regulasi perpajakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi.
- b. Pelayanan yang berkualitas dan terstandardisasi sehingga meningkatkan kepatuhan pajak.
- c. Mengembangkan proses bisnis inti berbasis digital yang didukung oleh budaya organisasi yang adaptif dan kolaboratif serta petugas pajak yang berintegrasi, professional, dan memiliki motivasi tinggi.

Sasaran strategis pajak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) 2020-2024

- a) Kebijakan fiskal
- b) Penerimaan Negara
- c) Penataan organisasi dan SDM
- d) Sistem informasi
- e) Pengendalian dan pengawasan internal

Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan langkah nyata berupa pelayanan prima kepada Wajib Pajak seperti penyuluhan, sosialisasi dan melakukan penyegaran (update) kebijakan yang terkait dengan peraturan perpajakan dengan menyesuaikan kondisi ekonomi nasional. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No 46 Tahun 2013 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang ditujukan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki omzet kurang dari 4.8M dalam satu tahun. Alasannya adalah untuk memberikan kepastian peraturan dan kemudahan dalam urusan perpajakan bagi UMKM namun dari aspek keadilan merupakan salah satu kontra yang sering disoroti mengingat pajak penghasilan PP 46/2013 termasuk dalam PPh Final. PPh final tidak memandang apakah hasil akhir dari usaha wajib pajak tersebut laba atau rugi, sepanjang wajib pajak memiliki omset maka wajib pajak harus membayar pajak. Apabila penghasilan bersih dalam satu tahun kurang dari Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), wajib pajak orang pribadi UMKM tetap membayar pajak sedangkan wajib pajak orang pribadi karyawan tidak. Hal ini menyebabkan wajib pajak mengeluh terkait tarif tersebut, sehingga Pemerintah menurunkan tarif pajak. Pemerintah menurunkan tarif Pajak. sampai 0.5 persen. Besarnya tarif tersebut dituangkan dalam Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018.

Dengan terbitnya PP 23/2018 menjadi daya tarik bagi pelaku UMKM untuk masuk ke dalam administrasi perpajakan sehingga menambah basis data. Selanjutnya petugas pajak melakukan pembinaan dan pengawasan dan melakukan sosialisasi untuk memberikan informasi terkait pemberlakuan PP

23/2018. Petugas pajak dan pihak terkait perlu untuk melakukan pembinaan terhadap wajib pajak untuk meningkatkan kesadaran pajak. Apabila kesadaran pajak tinggi maka akan kepatuhan pajak sukarela menjadikan pajak yang dipungut berdasarkan pada dugaan sehingga kejujuran wajib pajak adalah sumber utama. Selain meningkatkan kesadaran pajak, petugas pajak perlu melakukan pembinaan untuk tata cara pembukuan. Terakhir berusaha agar PP 23/2018 diterapkan dengan benar, misal meningkatkan kapasitas petugas pajak dan melakukan penegakan hukum perpajakan.

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan membayar pajak, salah satunya adalah kepuasan wajib pajak. Pandangan yang positif kepada petugas pajak sangat penting dalam kepuasan wajib pajak. Adanya kepuasan, maka wajib pajak tidak merasa dirugikan bila membayar pajak. Diharapkan pula dengan adanya kepuasan tersebut, wajib pajak akan secara sukarela untuk membayar pajak dan membantu dalam mengurangi tax avoidance maupun tax evasion yang sering dilakukan oleh wajib pajak. Apabila wajib pajak sudah Merasa puas, dengan sendirinya wajib pajak akan lebih patuh untuk membayar pajak. Dengan begitu maka bisa lebih meningkatkan lagi penerimaan Negara yang berasal dari sektor pajak (Pahala et al., 2013).

Penelitian dari Putu & Ni (2016) menyatakan penerapan *EFiling* berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi sedangkan Nafi Inayaty Zahro,SE,M.Si (2012) menyatakan bahwa penerapan *EFiling* tidak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Enni & Musfialdy (2016) menjelaskan bahwa dalam penelitiannya

sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, hal ini sosialisasi pajak motor di Pekanbaru belum mampu memberikan peningkatan dan Wajib Pajak kemungkinan belum tau isi dari sosialisasi pajak bermotor sedangkan Kualitas Pelayanan juga tidak mampu memberikan peningkatan kepatuhan wajib pajak, hal ini juga kualitas pelayanan pajak motor di Indonesia kurang memuaskan, hal ini banyaknya system peraturan yang belum standar yang membuat prosedur yang masih susah sedangkan Gustiari & Herkulanus (2019) pada perpajakan kendaraan bermotor di Denpasar membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, hal ini membuktikan bahwa pelayanan perpajakan motor dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepatuhan dan sementara itu merujuk pernyataan sebelumnya terbukti bahwa pelayanan (prosedur perpajakan kendaraan) berbeda-beda (belum standar di Indonesia).

Dalam menunjang *E-Registration* dan *E-Filing* Direktorat Jenderal Pajak Mengeluarkan *EBilling* yang merupakan wujud dari sistem administrasi modern untuk meningkatkan kepatuhan. Menurut Pradnyana & Prena (2019) menyatakan bahwa penerapan *EBilling* berpengaruh positif signifikan terhadap wajib pajak orang pribadi. Dari penelitian lainnya menurut Piranka (2019) menyatakan bahwa *EBilling* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Fuadi & Yenni (2013) dan Prajogo & Widuri (2013) menemukan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun Masruroh & Zulaikha (2013) menemukan bahwa kualitas pelayanan fiskus tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib

pajak.

Berdasarkan hasil diatas telah ditemukan perbedaan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kepatuhan WP.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang akan dianalisis dan diteliti yaitu mengenai tingkat kepatuhan wajib pajak atas faktor-faktor kualitas pelayanan, pengorbanan moneter yang dirasakan, nilai yang dirasakan, kepuasan WP KPP Pratama Jepara. Bagaimana mendorong kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara dari permasalahan tersebut ? Pertanyaan yang diajukan berdasarkan permasalahan di atas:

1. Konsekuensi kualitas pelayanan atas nilai yang dirasakan WP di KPP Jepara ?
2. Konsekuensi pengorbanan moneter yang dirasakan atas nilai yang dirasakan WP di KPP Jepara ?
3. Konsekuensi nilai yang dirasakan atas kepuasan WP di KPP Jepara ?
4. Konsekuensi kepuasan WP atas kepatuhan WP di KPP Jepara ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Mengkaji konsekuensi kualitas pelayanan atas nilai yang dirasakan di KPP Jepara.
2. Mengkaji konsekuensi pengorbanan moneter yang dirasakan atas nilai yang dirasakan di KPP Jepara.
3. Mengkaji konsekuensi nilai yang dirasakan atas kepuasan WP di KPP

Jepara.

4. Mengkaji konsekuensi kepuasan WP atas kepatuhan WP di KPP Jepara.

1.4 Manfaat Penelitian

Mampu memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Secara Teoritis

Pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak dapat ditingkatkan, selain itu juga diharap berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan perpajakan.

2. Secara Praktis

Direktorat Jenderal Pajak (DJP), terkait dengan pemberian informasi mengenai kualitas layanan petugas pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Wajib Pajak usaha mikro kecil menengah (UMKM), terkait memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan petugas pajak dengan kepatuhan WP pada KPP Jepara.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu keadaan dinamis yang berhubungan dengan komoditas, service, orang, mekanisme, dan kawasan yang mencukupi dan melampaui kemauan sedangkan service adalah serangkaian tindakan melalui suatu proses yang memunculkan hubungan spontan seseorang dengan yang lainnya, atau peralatan secara wujud dan menyediakan kesenangan. Service dapat diartikan sebagai usaha petugas pajak dalam menolong, menangani, atau menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan oleh wajib pajak (Jatmiko & Agus, 2006). Menurut Awaluddin et al., (2017) kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diselenggarakan untuk bisa memberi kepuasan maksimal yang berhubungan dengan segala keperluan terhadap wajib pajak. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak semakin baik maka akan mendorong wajib pajak untuk patuh. Keputusan Dirjen Pajak Nomor KEP-88/PJ/2004 Tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan Secara Elektronik, Direktur Jenderal Pajak memutuskan bahwa “Wajib Pajak dapat menyampaikan Surat Pemberitahuan secara elektronik melalui perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi (Application Service Provider) yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal Pajak”. *Efiling* ialah suatu Cara Penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) baik SPT Masa, maupun SPT Tahunan atau pemberitahuan perpanjangan SPT Tahunan Oleh Orang Pribadi maupun Badan ke Direktorat Jenderal Pajak yang dilakukan secara online dan realtime melalui penyedia jasa aplikasi atau Application Service Provider (ASP). *Ebilling* ialah serangkaian cara yang meliputi kegiatan pendaftaran peserta, pembuatan Kode, pembayaran berdasarkan kode dan rekonsiliasi billing dalam system modul penerimaan negara.

Indikator Kualitas Pelayanan:

1. Prosedur administrasi pelayanan pajak mudah dan tidak berbelit-belit
2. Pegawai pajak memberikan pelayanan profesional
3. Pegawai pajak menyampaikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak orang pribadi
4. Pegawai pajak menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti.
5. Sarana dan prasarana kantor pajak sudah memadai.

2.2 Pengorbanan Moneter yang dirasakan

Pengorbanan moneter, yaitu pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam bentuk moneter, yang dalam hal ini adalah biaya yang dikeluarkan. Persepsi pengorbanan non-moneter dan moneter, Mengikuti (Zeithaml & Valerie, 1988) nilai telah diartikan seperti kesenjangan sekitar apa yang didapatkan dan apa yang dikorbankan (berikan), termasuk pengorbanan moneter dan non- moneter, seperti aksesibilitas dan waktu yang dihabiskan. Konsep pengorbanan moneter untuk pajak diartikan suatu harga yang diikuti sertakan oleh seseorang (yang disahkan sesuai dengan hukum yang berlaku) demi mendanai biaya global pemerintah serta tidak mendapat pelayanan timbal (kontraprestasi) secara langsung (Vanessa & Hari, 2009). Faktor yang mempengaruhi kemauan membayar pajak yaitu sistem administrasi perpajakan, pelayanan, penegakan hukum, dan tarif (Devano & Rahayu, 2006).

Berdasarkan beberapa definisi diatas kesimpulannya bahwa Pengorbanan Moneter adalah faktor pengaruh utama nilai yang dirasakan. Selanjutnya, Pengorbanan moneter tampaknya menjadi pendorong kuat Kualitas Pelayanan. Selain itu, efek negatif pengorbanan moneter pada nilai yang dirasakan menunjukkan dampak ini mungkin merupakan tantangan yang dikurangi.

Indikator Pengorbanan Moneter yang dirasakan

1. Tarif pajak yang ditetapkan relatif wajar
2. Biaya yang dikeluarkan untuk membayar pajak relatif wajar
3. Pajak yang ditetapkan selaras dengan penghasilan yang diperoleh

2.3 Nilai yang dirasakan (Perceived Value)

Customer Perceived Value (CPV) adalah adanya selisih diantara prospektif penilaian pelanggan dari seluruh manfaat serta biaya pada suatu penawaran terhadap sebuah alternatif (Adixio & Saleh, 2013). Selain itu pendapat dari Putri & Santoso (2018) yang menyatakan bahwa nilai yang diterima adalah manfaat yang dirasakan yang bertukar dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan. Nilai yang diterima merupakan prediksi perbandingan antara pengeluaran yang diberikan dan kegunaan yang diterima (Hapsari et al., 2017). Sebagian riset juga memperlihatkan bahwa Perceived Value adalah prediktor kuat dalam kepuasan. Antecedent dari Perceived Value yaitu wawasan dan tabiat (Castellanos et al., 2016). Perceived Value juga dianggap sebagai antecedent terkuat dalam kepuasan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas kesimpulannya Nilai yang dirasakan adalah evaluasi subyektif dan pertukaran kognitif dari sesuatu yang dialokasikan dan sesuatu yang didapat. Nilai yang dirasakan memiliki pengaruh kuat pada kepatuhan secara tidak langsung.

Indikator nilai yang dirasa yaitu:

1. Bermanfaat bagi keluarga
2. Lebih mudah mendapatkan informasi pajak
3. Penghargaan sebagai wajib pajak patuh
4. Lebih mudah memahami penjelasan petugas pajak

2.4 Kepuasan Wajib Pajak

Secara Sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap kemampuan (Tjiptono, 2015). Kepuasan adalah perasaan gembira atau kesal yang akan muncul setelah membandingkan hasil yang diutamakan terhadap hasil yang diinginkan. Apabila hasil yang diberikan memenuhi harapan maka akan tampak rasa bahagia begitu pula sebaliknya kepuasan diukur dengan indikator pernyataan puas setelah mendapatkan layanan. Kepuasan menjaga pengukuran perseorangan dalam membuat pengukuran “pemenuhan yang menyenangkan” (Kaura et al., 2015). Kotler & Keller (2009) mendefinisikan kepuasan sebagai cerminan dari “penilaian seseorang atas suatu produk dengan persepsi kinerja dalam hubungannya dengan harapan”.

Dari beberapa penjelasan di atas kesimpulannya kepuasan adalah balasan dari pemuasan yang dinyatakan dengan membandingkan antara hasil yang diinginkan dengan yang diutamakan. Apabila hasil yang diinginkan dibawah yang diutamakan, maka akan tampak rasa kesal, kurang senang bahkan tidak senang, namun sebaliknya bila sesuai dengan diutamakan, maka ada kesenangan dan bila hasil melebihi yang diutamakan, akan sangat senang. Kepuasan mempunyai dampak langsung yang kuat pada kepatuhan. Kepuasan bersifat dinamis, artinya bahwa ekspektasi terhadap suatu layanan akan mengalami perubahan seiring dengan waktu.

Menurut Yuliansyah et al. (2019) kepuasan diukur dengan beberapa indikator yaitu:

1. Perasaan senang setelah membayar pajak
2. Puas atas sistem perpajakan yang sudah baik
3. Bersedia mengajak orang lain untuk membayar pajak

2.5 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan dapat diartikan suatu kondisi seseorang yang taat terhadap perintah atau peraturan yang diberikan yang berarti Wajib Pajak taat atau patuh dan melaksanakan kewajiban. Perpajakan Sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Kepatuhan pajak adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi hak dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Megawangi et al., (2017) menyatakan kepatuhan Wajib Pajak merupakan suatu kondisi seseorang yang patuh dalam persyaratan pelaporan dimana Wajib Pajak mengajukan, melaporkan dan membayarkan kewajibannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam Safri (2003) kepatuhan di bidang perpajakan diartikan sebagai kondisi dimana Wajib Pajak memenuhi hak dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Menurut (Mardiasmo, 2016) situasi kepatuhan untuk pemenuhan kewajiban perpajakan terdiri dari kepatuhan nilai formal dan kepatuhan kondisi material. Kepatuhan wajib pajak dilihat dari sisi “kewajiban”, dibagi menjadi dua kepatuhan (Siamena et al., 2017):

1. Kepatuhan formal yaitu kepatuhan terhadap aturan formal perpajakan,
2. Kepatuhan material bersifat matematis bisa jadi pemotongan menghasilkan kurang bayar atau lebih bayar.

Kepatuhan wajib pajak dari “niat”, dibagi dua yaitu :

1. Kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*).
2. Kepatuhan terpaksa (*compulsory compliance*).

Berdasarkan beberapa definisi diatas kesimpulannya bahwa nilai yang dirasakan memiliki pengaruh kuat pada loyalitas / kepatuhan secara tidak langsung (melalui kepuasan pelanggan). Dampak langsung dari kepuasan pelanggan pada loyalitas / kepatuhan juga terbukti kuat. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan adalah prediktor utama loyalitas / kepatuhan.

Indikator kepatuhan menurut (Ramdan, 2017) :

1. Bersedia menyampaikan SPT tahunan tepat waktu
2. Bersedia membayar pajak tepat pada waktunya
3. Bersedia untuk mengevaluasi penggunaan dana pajak oleh pemerintah
4. Bersedia melaporkan kekayaan dan penghasilan yang semestinya kena pajak

2.6 Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Yang Dirasakan

Layanan adalah kegiatan yang imajiner atau tidak dapat dijamah yang terjadi karena adanya hubungan (Hufron , 2017). Kualitas layanan yang telah diterima akan diukur setelah mendapatkan layanan tersebut atau biasa dikenal dengan persepsi kualitas (Tjiptono , 2015).

Riset telah menunjukkan bahwa kualitas meningkatkan nilai, kemudian meningkatkan kepuasan (Ali et al., 2016). Riset (Hapsari et al., 2017) tentang kaitannya antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan mengatakan kalau kualitas layanan memajukan nilai yang dirasa. Jika kualitas layanan yang diperoleh melebihi impian. Semakin bagus kualitas yang diberikan, nilainya semakin tinggi pula. Dihipotesiskan bahwa semakin banyak persepsi mereka telah menerima, semakin tinggi nilai yang dipersepsikan.

H 1: Persepsi kualitas layanan akan berdampak positif pada persepsi nilai

2.7 Pengorbanan Moneter Yang Dirasakan dan Persepsi Nilai Yang

Dirasakan

Menurut Zeithaml (1988) menyatakan bahwa perceived sacrifice atau pengorbanan moneter memiliki kaitan dengan apa yang dikorbankan atau apa yang diberikan untuk bisa mendapatkan suatu produk atau layanan. Selain itu, pengorbanan moneter juga akan mencakup harga non moneter yaitu seperti tebag, waktu, pencarian, serta psikis. Bila persepsi nilai rendah, maka pengorbanan yang dirasakan akan tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengorbanan yang dirasakan signifikan se cara statistik (Wen et al, 2005)

Mengikuti Zeithaml & Valerie (1988), nilai telah didefinisikan sebagai kesenjangan antara yang didapatkan dan yang diberikan, termasuk pengorbanan moneter. Pelanggan memandang harga sebagai pengorbanan moneter. Nilai yang dirasakan dapat mengurangi persepsi tentang biaya yang terkait dengan penggunaan. Keinginan membayar pajak sebagai suatu harga yang diikutsertakan oleh seseorang (yang disahkan sesuai dengan hukum yang berlaku) demi mendanai biaya global pemerintah serta tidak mendapat pelayanan timbal (kontraprestasi) secara langsung (Vanessa & Hari , 2009). Dengan demikian, seseorang mungkin puas dengan layanan tetapi masih merasakan nilai rendah karena pengorbanan yang dirasakan tinggi.

Tinjauan literatur menunjukkan konsensus untuk dampak positif harga pada persepsi pengorbanan, yang mengarah kepengaruh negatif langsung pada Nilai yang dirasakan (Simon, 2015).

H2: Pengorbanan Moneter Yang Dirasakan memiliki pengaruh negatif yang relevan atas Perceived Value

2.8 Persepsi Perceived Value dan Satisfaction

Nilai yang diterima memiliki efek positif pada kepuasan : semakin tinggi nilai yang ditawarkan , semakin tinggi pula kepuasan (Hapsari et al., 2017). Kepuasan dipengaruhi secara relevan terhadap nilai yang diperoleh (Hapsari et al., 2017). Riset (Hapsari et al., 2017) terdapat korelasi positif langsung yang relevan antara nilai yang diterima dan kepuasan. Nilai yang diterima juga dianggap sebagai acuan yang dominan dari kepuasan. Semakin baik nilai yang diterima terhadap service maka semakin puas terhadap service yang diberikan (Arifin et al., 2019).

Nilai yang diterima melebihi pengeluaran dalam memperoleh service tersebut , maka akan menimbulkan kepuasan yang tinggi dan akan mempengaruhi kepatuhan (Hapsari et al., 2017). Penelitian di Perhotelan Taiwan , Hapsari et al., (2017) menunjukkan bahwa kepuasan para tamu hotel dipengaruhi secara relevan oleh anggapan mereka terhadap nilai yang diterima untuk memperoleh layanannya. Beberapa riset juga menunjukkan bahwa nilai yang diterima adalah prediktor kuat dalam kepuasan.

H3: Nilai yang dirasakan akan memiliki efek positif pada Kepuasan Pelanggan

2.9 Kepuasan dan Kepatuhan

Kepuasan mempunyai pengaruh yang relevan terhadap kepatuhan (Hapsari et al., 2017). Kepuasan menentukan akan terjadinya transaksi kembali , namun terdapat kemungkinan seseorang yang puas tidak melakukan transaksi ulang atau rasa ketidakpuasan tetap memilih untuk patuh adapun kemungkinan seseorang yang puas akan mengalami kepatuhan lebih tinggi (Izogo et al.,2015).

Menurut penelitian milik Hidayat , et al (2014) memberitahukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif dan relevan terhadap kepatuhan. Keadaan

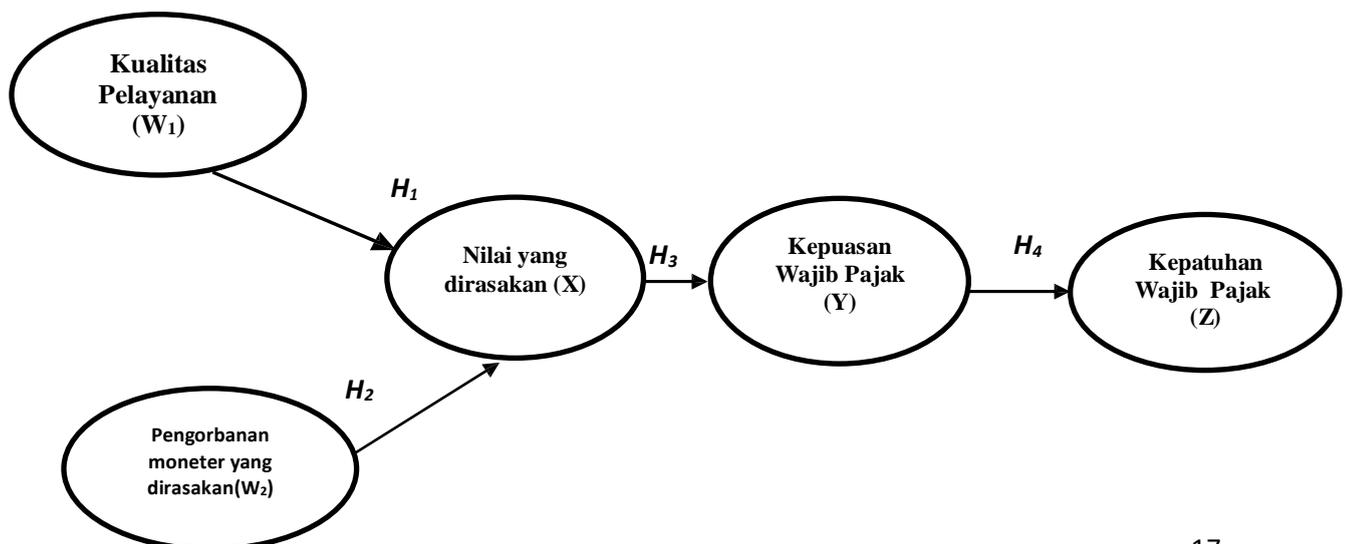
tersebut dikarenakan kepuasan yang didapatkan dari e-filing memiliki dampak terhadap tingkat kepatuhan dikarenakan kepuasan adanya penerapan e-filing.

(Kotler & Keller, 2009) mendefinisikan kepuasan sebagai cerminan dari penilaian seseorang atas suatu produk atau jasa dan kinerja yang diterima dalam hubungan dengan keinginan. Suatu hasil yang tidak sesuai dengan keinginan menghasilkan disconfirmation negatif, sedangkan hasil kinerja dinilai di atas titik referensi menghasilkan disconfirmation positif (Oliver, 1980). Etemad & Rizzuto, (2013) menemukan orang harus sangat puas untuk menjadi loyal dan menguntungkan dengan kepuasan seseorang dilihat sebagai anteseden terhadap kepatuhan.

Beberapa penelitian telah mengindikasikan bahwa ketika harapan terlampaui, orang lebih cenderung untuk kembali dan memberi tahu orang lain, menciptakan iklan dan loyalitas dari mulut ke mulut (Lee et al., 2005). Kepuasan mengarah ke kepatuhan, terlihat dari karakter yang menguntungkan. Kepuasan secara relevan akan berpengaruh positif terhadap kepatuhan (Hapsari et al., 2017). Semakin puas dengan layanan yang diberikan maka akan menjadi patuh.

H4: Kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepatuhan.

2.10 Model Empirik



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada riset ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis riset yang memiliki pendekatan dengan kajian empiris yang digunakan untuk dapat menganalisis, mengumpulkan, serta menunjukkan data numerik menjadi sebuah naratif (Prajitno, 2013). Selain itu, penelitian kuantitatif akan memberikan pengukuran secara akurat pada setiap objek penelitian karena menunjukkannya dengan data numerik.

3.2 Teknik Sampling

Populasi/komunitas Penelitian

Komunitas merupakan subyek penelitian yaitu objek / subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik yang digunakan peneliti untuk mengkaji lalu diambil simpulannya (Sugiyono, 2014). Komunitas dalam riset ini yaitu seluruh Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah tahun 2019 dengan jumlah komunitas dalam riset ini sebesar 11.877 yang terdaftar Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara.

Sampling merupakan pecahan dari total dan spesifik yang dipegang oleh komunitas. Apabila jumlah komunitas relatif dominan, serta para periset tak dapat memeriksa keseluruhan komunitas, mereka akan mengambil sampelnya (Sugiyono, 2014). Teknik sampling ini memakai yang jenis *purposive sampling* yaitu metode pemungutan contoh bersumber pada perbandingan tertentu atau penentuan sekawanan subjek didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri komunitas. Pertimbangan yang dipakai dalam menentukan sampel riset ini yaitu: Responden tercatat sebagai Wajib Pajak yang tergolong UMKM pada KPP Pratama Jepara.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Terdiri atas primer dan sekunder. Sumber pertama yang mendapatkan data merupakan data primer, misalnya dari orang, misal interviu, isi kuesioner. Bahan dalam riset ini meliputi data yang diperoleh dari hasil peredaran kuesioner kepada responden mengenai identitas beserta tanggapan responden. Orang yang melakukan penelitian dengan mengumpulkan dan memperoleh data melalui sumber yang telah ada maka itu termasuk data sekunder. Bahan dalam riset ini meliputi informasi pendapatan fiskal di KPP Pratama Jepara.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik penghimpunan informasi yang dipakai yaitu Kuesioner, yakni teknik penghimpunan informasi yang tepat apabila periset mengetahui siapa variabel akan diukur serta mengetahui apa yang dapat diinginkan dari responden (Sugiyono, 2014). Kuesioner dalam riset ini memakai pertanyaan privat dan terbuka dengan memakai rines likert yaitu responden diberi alternatif opsi tanggapan pada setiap pertanyaan yang berasio 1-5 meliputi Sangat Tidak Setuju /STS , Tidak Setuju /TS , Cukup Setuju /CS , Setuju /S , Sangat Setuju /SS.

3.5 Variabel dan Indikator

Variabel/peubah tersebut dijelaskan ke dalam pengertian operasional parameter riset, parameter serta kategori data:

Table 2.1
Deskripsi operasional, indikator/parameter
serta sumber

No.	Deskripsi Operasional	Indikator/Parameter	Sumber
-----	-----------------------	---------------------	--------

1	<p>Kualitas Pelayanan adalah pelayanan yang diselenggarakan untuk bisa memberi kepuasan maksimal yang berhubungan dengan segala keperluan terhadap wajib pajak.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prosedur administrasi pelayanan pajak mudah dan tidak berbelit-belit • Pegawai pajak memberikan pelayanan profesional • Pegawai pajak menyampaikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak orang pribadi • Pegawai pajak menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti. • Sarana dan prasarana kantor pajak sudah memadai. 	<p>Awaluddin et al., (2017)</p>
2	<p>Pengorbanan moneter yang dirasakan adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam bentuk moneter, yang dalam hal ini adalah biaya yang dikeluarkan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tarif pajak yang ditetapkan relatif wajar • Biaya yang dikeluarkan untuk membayar pajak relatif wajar • Pajak yang ditetapkan selaras dengan penghasilan yang diperoleh 	<p>Zeithaml & Valerie (1988)</p>

3	<p>Nilai yang dirasakan yaitu perbandingan antara keuntungan yang diperoleh dengan pengeluaran.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bermanfaat bagi keluarga • Lebih mudah mendapatkan informasi pajak • Penghargaan sebagai wajib pajak patuh • Lebih mudah memahami penjelasan petugas pajak. 	Forozia, (2012)
4	<p>Kepuasan adalah fase perasaan manusia setelah membandingkan hasil yang dipikirkan dengan yang diinginkan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan senang setelah membayar pajak • Puas atas sistem perpajakan yang sudah baik • Bersedia mengajak orang lain untuk membayar pajak. 	(Yuliansyah et al., 2019)
5	<p>Kepatuhan Wajib Pajak adalah kondisi seseorang yang patuh pada peraturan perpajakan sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bersedia menyampaikan SPT tahunan tepat waktu • Bersedia membayar pajak tepat pada waktunya • Bersedia untuk mengevaluasi penggunaan dana pajak oleh pemerintah • Bersedia melaporkan kekayaan dan penghasilan yang semestinya kena 	(Ramdan, 2017)

3.6 Teknik Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini bermaksud untuk mengawasi respon dari responden terhadap masing-masing persoalan yang menjadi perangkat dalam riset ini. Untuk memperoleh perkiraan tentang tingkatan pemahaman responden atas faktor yang diriset, sebuah nilai indikator dapat dijabarkan (Ferdinand, 2013). Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis varian yaitu dengan *Partial Least Square* (PLS). Penggunaan PLS dalam penelitian ini yaitu SmartPLS 3.0 dengan alasan terdapat tiga tipe faktor yaitu independen, dependen, dan intervening.

PLS memiliki tujuan agar dapat membantu peneliti untuk memprediksi. PLS memiliki variabel laten dengan linear agregat dari setiap indikator. Bagian poin faktor potensial diciptakan bersumber dari model struktural yang menghubungkan variabel laten, serta model penilaian yang menyambungkan antar parameter bersama konstruk) yang dispesifikasikan, lalu hasilnya merupakan *residual variance* dari variabel dependen (Ghozali, 2006).

PLS menggunakan tiga estimasi parameter, yaitu *weight estimate* (perkiraan berat) untuk membuat angka variabel laten. *Path estimate* (perkiraan jalur) dapat menyambungkan antara variabel laten dengan indikator. Sedangkan nilai konstanta regresi merupakan keterkaitan antara *means* dengan lokasi parameter pada indikator dan variabel laten. Terdapat tiga tahapan agar dapat memperoleh tiga estimasi tersebut, yaitu pertama memperoleh *weight estimate*, kedua memperoleh estimasi inner model dan outer model, ketiga yaitu dapat memperoleh konstanta.

a. Tes Validitas

Tes validitas merupakan tes instrument untuk mengetahui seberapa valid suatu item dalam alat pengukuran apa yang ingin diukur atau untuk memahami apakah kuesioner yang dipakai benar-benar kredibel untuk menilai variabel yang diriset (Priyatno, 2014). Tes validitas juga memiliki tujuan untuk dapat mengetahui evaluasi yang harus dilakukan terhadap pertanyaan maupun pernyataan yang ada pada kuesioner yang masih belum valid atau bahkan kurang relevan, karena uji ini digunakan agar dapat mengukur indikator pada kuesioner.

Pedoman dalam pengambilan kesimpulan pada tes validitas riset ini yaitu menggunakan PLS 3.0 yang dinilai dari Loading Factor (LF) atau Role of Thumbs dengan indikator $> 0,5$ maka akan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika Loading Factor (LF) atau Role of Thumbs dengan indikator $< 0,5$ maka dinyatakan tidak valid.

b. Tes Reliabilitas

Tes reliabilitas dipakai untuk memahami konsistensi alat ukur apakah sarana pengukur yang dipakai bisa dipercayakan serta konsisten apabila penilaian tersebut dilakukan kembali. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Priyatno, 2014). Selain itu uji reliabilitas digunakan agar dapat menetapkan suatu instrument pada kuesioner bisa dipakai beberapa kali atau tidak.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu variabel indikator pada pengukuran variabel laten yang konsisten akan ditunjukkan oleh nilai construct reliability dan variance extracted. Jika nilai dari construct reliability $> 0,7$ maka indikator pada variabel tersebut akan dinyatakan konsisten.

c. *Outer Model* (Model Pengukuran)

- 1) Validitas konvergen yang memiliki angka loading factor yang ada di variabel potensial beserta indikatornya dan angka yang diinginkan $> 0,7$
- 2) Validitas Diskriminan yang nilainya adalah cross loading faktor dengan tujuan agar dapat memahami konstruk diskriminan secara proporsional melalui teknik melakukan perbandingan yang menuju ke angka loading pada konstruk harus memiliki angka yang dominan daripada angka loading konstruk lain.
- 3) Keandalan Komposit. Bahan pada keandalan komposit harus $>0,8$ maka akan dinilai memiliki reliabilitas yang tinggi.
- 4) Average Variance Extracted . Angkanya diharapkan memiliki nilai $> 0,5$.
- 5) Coefficient/Cronbach alpha. Coefficient/Cronbach alpha menggunakan koefisien untuk pengukuran umum dari adanya konsistensi internal skala yang multi-item. Coefficient/Cronbach alpha yang dapat diterima adalah $> 0,6$.

d. *Inner Model* (Pengujian Model Struktural)

Jika model pengujian yang di estimasi manakala kriteria Outer model telah dipenuhi, selanjutnya akan melakukan penelitian Inner model.

- 1) R-Square merupakan kontribusi pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent. Nilai R square akan dikatakan kuat jika nilai $> 0,6$.
- 2) Estimasi Koefisien Jalur. Nilai ini menggambarkan angka pada pengaruh dan kaitan pada konstruk potensial melalui Bootstrapping.
- 3) Effect Size (F square). F square ini dilakukan untuk dapat mengetahui kebaikan dari setiap model. Jika nilai yang di dapat $0,02$ maka akan

dinyatakan kecil, jika 0,15 akan dinyatakan sedang, dan jika 0,35 akan dinyatakan besar.

4) Q Square bertujuan untuk memahami kapasitas pada metode blindfolding. Jika angkanya 0,02 maka akan dinyatakan minim, jika 0,15 akan dinyatakan sedang, dan jika 0,35 akan dinyatakan besar.

a. Tes Hipotesis

Tes hipotesis pada riset ini adalah untuk dapat menguraikan faktor dari pengaruh antar variabel independent dan juga variabel dependent. Percobaan ini melakukan path analys. Hasil korelasi dari antar konstruksi dapat diukur dari path coefficient serta tingkat signifikansinya lalu dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Premis yang dinyatakan diperbolehkan maupun tidak diperbolehkan, melalui data akan dinilai dengan tahap relevansinya, tahap relevansi dilihat dari P value yang digunakan yaitu sebesar 5% dengan tingkatan keandalan 0,05 akan menangkal suatu premis.

b. Multiple linear regression analysis

Pada percobaan ini teknik regresi yang dipakai adalah multiple linear regression yang merupakan analisis model yang mempunyai banyak variabel independen. Teknik tersebut untuk mengukur dampak kualitas pelayanan, pengorbanan moneter serta nilai yang diterima, pada kepuasan bersama kepatuhan sebagai faktor intervening. Riset ini menggunakan model linier yaitu:

$$X = \beta_1 W_1 + \beta_2 W_2 + e$$

$$Y = \beta_3 X + e$$

$$Z = \beta_4 Y + e$$

Keterangan:

X = Nilai yang dirasakan

Y= Kepuasan

Z = Kepatuhan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien Regresi

W1 = Kualitas

W2 = Pengorbanan Moneter yang dirasakan



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

KPP Pratama Jepara

KPP Jepara adalah salah satu lembaga atau instansi Direktorat Jenderal Pajak yang masih dalam naungan Kementerian Keuangan dan memiliki tugas untuk menghimpun seluruh penerimaan pajak pada wilayah Jepara. KPP Pratama Jepara memiliki tugas untuk memberi pelayanan pada masalah perpajakan bagi masyarakat dan juga Wajib Pajak.

Secara garis besar, KPP Pratama Jepara bertugas untuk melakukan pelayanan, pembinaan yang terdiri dari penyuluhan, konsultasi, dan sosialisasi), memberi pengawasan serta penegakan hukum terhadap Wajib Pajak.

4.1. Deskripsi Variabel

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, peneliti menggambarkan secara umum tentang data yang di dapat dengan menggunakan analisis deskriptif variabel.

1) Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dari bulan Desember 2020 hingga bulan Januari 2021. Data dihimpunkan seraya mengedarkan angket secara spontan pada responden. Berawal 80 angket yang diedarkan, terdapat 45 kuesioner yang balik kemudian dapat diolah.

2) Karakteristik responden

Karakteristik responden yang didapatkan melalui perolehan angket yang dibuat responden adalah:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Gender	Kuantitas	Kadar (%)
Pria	35	77,7 %
Wanita	10	22,3
Total	45	100%
Umur	Kuantitas	Kadar (%)
21-30	13	28,9 %
31-40	21	46,7 %
41-50	11	24,4 %
Total	45	100%
Pendidikan	Kuantitas	Kadar (%)
SMA/Sederajat	8	17,8%
Diploma	11	24,4%
S1	15	33,3%
S2	4	8,9%
Lain-lain	7	15,6
Total	45	100%
Lama Berwirausaha	Kuantitas	Kadar (%)
0-5 tahun	16	35,5%
6-10 tahun	20	44,4%
11-15 tahun	7	15,5%
>15 tahun	2	9,5%
Total	45	100%

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan tabel tersebut, gender narasumber pria sebesar 77,7% lalu narasumber wanita sebanyak 22,3 %. Usia narasumber yang berumur 21-30 yaitu sejumlah 13 personal (28,9%), yang berumur 31-40 sejumlah 21 personal (46,7%), yang berumur 41-50 sejumlah 11 personal (24,4%). Narasumber yang memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 8 orang (33,3%).

Narasumber yang menyandang gelar Sarjana Diploma sebanyak 11 personal (24,4%). Narasumber yang menyandang gelar Sarjana Strata 1 sebanyak 15 personal (17,8%). Narasumber yang menyandang gelar Sarjana Strata 2 yaitu sebanyak 4 personal (8,9%), dan lain-lain sebanyak 7 personal (15,6%).

Narasumber yang memiliki lama berwirausaha selama 0-5 tahun yaitu sejumlah 16 personal (35,5%). Narasumber yang memiliki lama berwirausaha selama 6-10 tahun sejumlah 20 personal (44,4%). Narasumber yang memiliki lama berwirausaha selama 11-15 tahun sejumlah 7 personal (15,5%), dan narasumber yang memiliki lama berwirausaha selama > 15 tahun sejumlah 2 personal (9,5%).

Dari penjelasan tabel diatas dapat disimpulkan dari data penelitian terlihat bahwa pelaku usaha lebih banyak dijalankan wajib pajak berjenis kelamin laki-laki, dengan memiliki usia 31-40 tahun. Selain itu data penelitian juga menyatakan bahwa pelaku usaha sebagai wajib pajak memiliki pendidikan terakhir S1, dan rata-rata telah mendirikan usahanya selama 6-10 tahun.

Descriptive Analysis of Research Variables

1. Variable Descriptive Analysis Kualitas Pelayanan

Berdasarkan lima indikator Kualitas Pelayanan, maka direkapitulasi dan tabulasi, mendapatkan hasil:

Tabel 4.2 Variable Descriptive Analysis Kualitas Pelayanan

No.	Definisi	STS	TS	CS	S	SS	MEAN
		1	2	3	4	5	
Kualitas Pelayanan (W1)							
1	Prosedur administrasi pelayanan pajak mudah dan tidak berbelit-belit.		35			10	3,22
2	Pegawai pajak memberikan pelayanan profesional				23	22	3,53
3	Pegawai pajak menyampaikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak orang pribadi.				19	26	3,55
4	Pegawai pajak menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti.		28			17	3,37
5	Sarana dan prasarana kantor pajak sudah memadai.		22			23	3,46

Sumber: Olah Data (2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap kualitas pelayanan sebagian besar menyatakan setuju. Sebagian besar wajib pajak memiliki persepsi yang kurang baik terhadap prosedur administrasi pelayanan fiskal, penyampaian informasi pegawai pajak. Beberapa diantaranya berpendapat bahwa sarana dan prasarana kantor pajak belum memadai. Namun sebagian besar memiliki persepsi yang baik terhadap sikap profesional pegawai pajak dan dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan wajib pajak.

2. Variable Descriptive Analysis Pengorbanan Moneter yang Dirasakan

Berdasarkan lima indikator Pengorbanan Moneter, maka direkapitulasi dan tabulasi, mendapatkan hasil:

Tabel 4.3 Variable Descriptive Analysis Pengorbanan Moneter yang dirasakan

No.	Definisi	STS	TS	CS	S	SS	MEAN
		1	2	3	4	5	
Pengorbanan moneter yang dirasakan (W2)							
1	Tarif pajak yang ditetapkan relatif wajar				20	25	3,77
2	Pembayaran pajak yang saya lakukan sesuai dengan penghasilan yang diperoleh				21	24	3,73
3	Saya berharap diberi kemudahan dalam pembayaran pajak				5	40	4,02

Sumber: Olah Data (2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap Pengorbanan Moneter yang Dirasakan sebagian besar menyatakan sangat setuju. Beberapa wajib pajak merasa bahwa tarif pajak masih relatif wajar dan sama dengan pendapatan yang diterima, serta mengharapkan agar mendapat kemudahan ketika melakukan pembayaran pajak.

3. Variable Descriptive Analysis Perceived Value

Bersumber pada lima indikator Nilai yang Dirasakan, maka direkapitulasi dan tabulasi, mendapatkan hasil:

Tabel 4.4 Variable Descriptive Analysis Perceived Value

No.	Definisi	STS	TS	CS	S	SS	MEAN
		1	2	3	4	5	
Nilai yang dirasakan (X)							
1	Bermanfaat bagi keluarga			10	18	17	3,35
2	Lebih mudah mendapatkan informasi pajak			8	20	17	3,46
3.	Penghargaan sebagai wajib pajak patuh	2	10	8	18	7	3,15
4	Lebih mudah memahami penjelasan petugas pajak			9	22	14	3,22

Sumber: Olah Data (2021)

Tabel tersebut menunjukkan kalau tanggapan narasumber kepada Nilai yang Dirasakan mayoritas menunjukkan sepakat. Walaupun terdapat beberapa responden yang tidak setuju karena penghargaan sebagai wajib pajak diberikan sebagai kepuasan dari nilai yang dirasakan, namun mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pajak dapat memberi manfaat bagi keluarga, informasi pajak mudah di dapatkan, pemberian penghargaan sebagai wajib pajak yang patuh, dan pemahaman terhadap penjelasan petugas pajak lebih mudah.

4. Variable Descriptive Analysis Kepuasan Wajib Pajak

Berdasarkan lima indikator Kepuasan Wajib Pajak, maka direkapitulasi dan tabulasi, mendapatkan hasil:

Tabel 4.5 Variable Descriptive Analysis Kepuasan

No.	Definisi	STS	TS	CS	S	SS	MEAN
		1	2	3	4	5	
KepuasanWajib Pajak (Y)							
1	Perasaan senang setelah membayar pajak				10	35	3,80
2	Puas atas sistem perpajakan yang sudah baik				22	23	3,68
3.	Bersedia mengajak orang lain untuk membayar pajak		28			17	3,53

Sumber: Olah Data (2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap Kepuasan Wajib Pajak

sebagian besar menyatakan sangat setuju. Walaupun terdapat beberapa responden yang tidak setuju dengan indikator bahwa penanggung fiskal yang akan senang melalui penyajian di kantor fiskal tentu bersedia mengajak orang lain untuk membayar pajak, namun mayoritas responden setuju bahwa dengan kepuasan wajib pajak akan diukur dari perasaan senang setelah membayar pajak dan puas atas sistem perpajakan yang sudah baik.

5. Variable Descriptive Analysis taxpayer compliance

Berdasarkan lima indikator ketaatan penanggung fiskal, maka direkapitulasi dan tabulasi, mendapatkan hasil:

Tabel 4.6 Variable Descriptive Analysis taxpayer compliance

No.	Definisi	STS	TS	CS	S	SS	MEAN
		1	2	3	4	5	
Kepatuhan wajib Pajak (Z)							
1	Bersedia menyampaikan SPT tahunan tepat waktu				35	10	4,02
2	Bersedia membayar pajak tepat pada waktunya				16	29	3,86
3	Bersedia untuk mengevaluasi penggunaan dana pajak oleh pemerintah		3		24	18	3,51
4	Bersedia melaporkan kekayaan dan penghasilan yang semestinya kena pajak		3		22	20	3,54

Sumber: Olah Data (2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa tanggapan narasumber pada Kepatuhan Wajib Pajak mayoritas menunjukkan sepakat. Mayoritas responden setuju dengan kepatuhan wajib pajak yang diukur dari indikator bersedia menyampaikan SPT tahunan tepat waktu, bersedia membayar pajak tepat pada waktunya, bersedia untuk mengevaluasi penggunaan dana pajak

oleh pemerintah, dan bersedia melaporkan kekayaan dan penghasilan yang semestinya kena pajak.

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

1. Convergent Validity

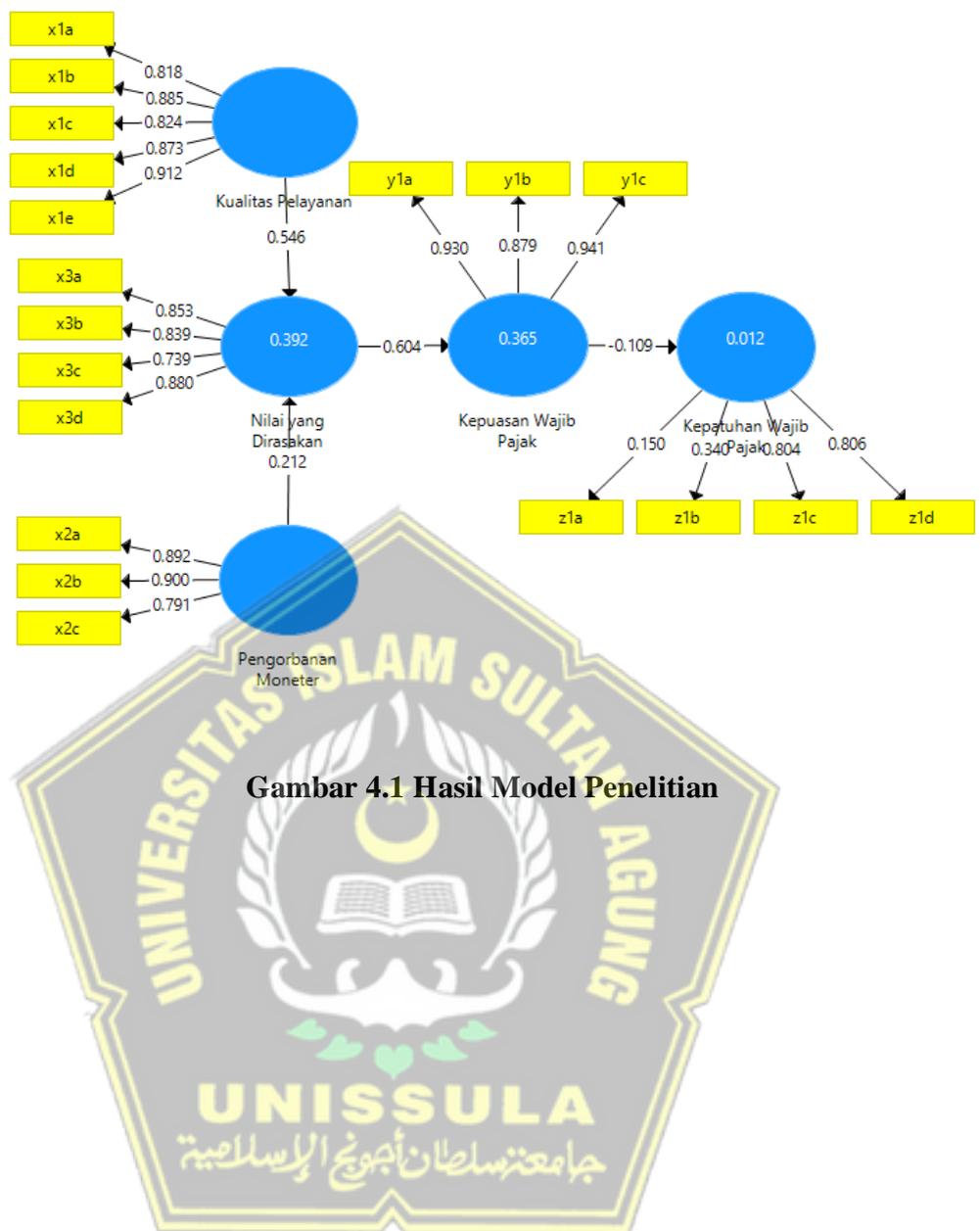
Tabel 4.7 Tabel Nilai Konstruk

Kualitas Pelayanan		Pengorbanan Moneter		Nilai yang Dirasakan		Kepuasan Wajib Pajak		Kepatuhan Wajib Pajak	
x1a	0,818	x2a	0,892	x3a	0,853	y1a	0,930	z1a	0,150
x1b	0,885	x2b	0,900	x3b	0,839	y1c	0,879	z1b	0,340
x1c	0,824	x2c	0,791	x3c	0,739	y1c	0,941	z1c	0,804
x1d	0,873			x4d	0,880			z1d	0,806
x1e	0,912								

Sumber data: Olah data (2021)

Dari data penelitian diatas, menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Kualitas Pelayanan, Pengorbanan Moneter, Nilai yang Dirasakan, dan Kepuasan Wajib Pajak memiliki nilai konstruk diatas 0,7. Namun pada variabel Ketaatan Penanggung Fiskal dalam riset olah data menunjukkan bahwa indikator pertama dan kedua memiliki nilai outer loading 0,150 dan 0,340. Dikarenakan nilai tersebut tidak memenuhi nilai minimal dari syarat, maka indikator tersebut (z1a dan z1b) dapat dibuang dari model.

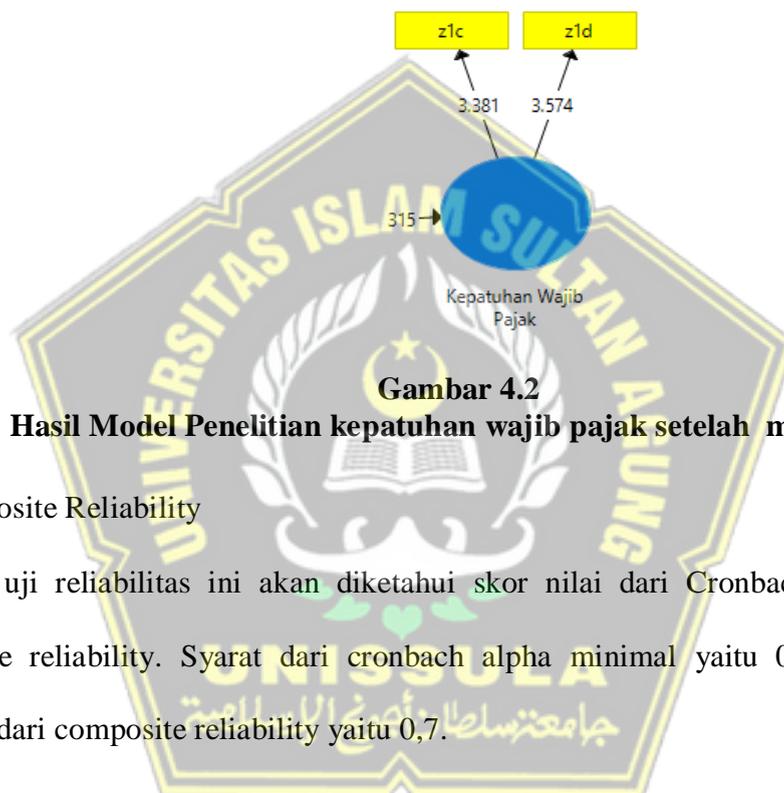
Setelah pembuangan indikator z1a dan z1b, memiliki tujuan untuk dapat memperbaiki model agar menghindari pemberian pengaruh buruk pada pengujian selanjutnya.



Gambar 4.1 Hasil Model Penelitian

2. Discriminant Validity

Berikut merupakan hasil dari kalkulasi sesudah parameter tiada mencukupi ketentuan dari angka loading variabel dibuang, dan menghasilkan bahwa angka loading variabel parameter-parameter per variabel tidak boleh $> 0,6$, maka dilanjutkanlah pada uji Discriminant Validity



Gambar 4.2
Hasil Model Penelitian kepatuhan wajib pajak setelah modifikasi

3. Composite Reliability

Pada uji reliabilitas ini akan diketahui skor nilai dari Cronbach alpha dan composite reliability. Syarat dari cronbach alpha minimal yaitu 0,6, dan skor minimal dari composite reliability yaitu 0,7.

Table 4.8 Composite Reliability

	Composite reliability
Kualitas Pelayanan	0,924
Nilai yang dirasakan	0,941
Pengorbanan moneter	0,936
Kepuasan wajib pajak	0,898
Ketaatan Penanggung Fiskal	0,879

Sumber: Pengolahan data (2021)

Pada data tersebut menunjukkan bahwa seluruh nilai composite measure $>0,70$.

Maka disimpulkan seluruh konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

4. AVE

Evaluation of discriminant validity diketahui dari Average Variance Extracted method pada tiap konstruk potensial. Berikut merupakan nilai AVE pada masing-masing konstruk:

Table 4.9 Nilai Average Variance Extracted

Variabel	AVE
Service Quality	0,859
Nilai yang dirasakan	0,841
Pengorbanan moneter	0,745
Kepuasan wajib pajak	0,688
Kepatuhan wajib pajak	0,744

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai AVE pada setiap konstruk diatas 0,5. Oleh karena itu tidak ada masalah pada convergent validity pada setiap model yang di uji.

5. Cronbach Alpha

Cronbach alpha digunakan untuk mengukur outer model melalui penghitungan setiap legalitas (konvergen dan diskriminan) dengan mengecek reliabilitas konstruk. Setiap konstruk akan dinyatakan reliabel apabila nilai conrbach alpha $>0,60$

Table 4.10 Cronbach Alpha

	Cronbach Alpha
Kualitas Pelayanan	0,835
Nilai yang dirasakan	0,905
Pengorbanan moneter	0,915
Kepuasan wajib pajak	0,847
Kepatuhan wajib pajak	0,829

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel tersebut menunjukkan nilai cronbach alpha pada seluruh konstruk yaitu >0,60. Oleh karena itu disimpulkan bahwa seluruh konstruk mempunyai reliabilitas yang baik.

Analisa Inner Model

1. Analisa R²

Pada analisis ini, nilai R² akan memperlihatkan tingkat determinasi pada variabel eksogen terhadap endogennya. Semakin besar nilai R² maka akan semakin baik tingkat determinasinya. Nilai R² akan dinyatakan kuat bila memenuhi nilai 0,75 dan 0,5, dan akan dinyatakan lemah jika nilai kurang dari 0,5.

**Table 4.11
R Square**

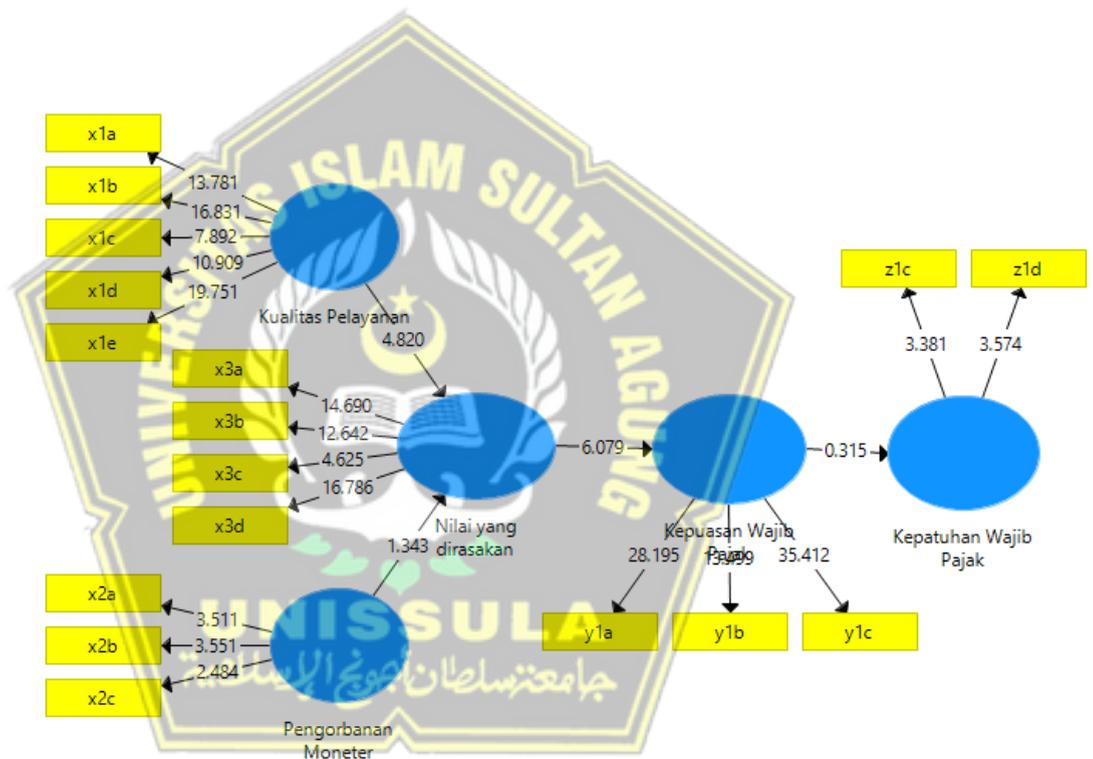
	R Square
Kepatuhan wajib pajak	0,004
Kepuasan wajib pajak	0,365
Nilai yang dirasakan	0,392

Sumber: Olah Data (2021)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa ketiga koefisien determinasi kurang dari 0,5 maka dinyatakan bahwa tingkat determinasi lemah.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis Yang dilakukan dengan hasil pengujian dari inner model (model struktural) yaitu output R Square, koefisien parameter, dan juga t-statistik. Diterima atau ditolakny hipotesis yaitu dilihat dari nilai signifikansi antara nilai konstruk,t statistik, dan p-value



Gambar 4.3
Hasil Model Penelitian setelah
modifikasi

Tabel 4.12

Hasil Standardized Path Coefficient

	Hipotesis Regression	B	T Value	P Value	Ket
H1	KP → NYD	0.546	4.820	0.000	diterima
H2	PM → NYD	0.212	1.343	0.180	ditolak
H3	NYD → KEP	0.604	6.079	0.000	diterima
H4	KEP → KpWP	-0.109	0.315	0.735	ditolak

Sumber: Data primer yang diolah (2021)

Ket : KP = Kualitas Pelayanan, PM = Pengorbanan Moneter, NYD =Nilai yang diharapkan, KEP = Kepuasan Wajib Pajak, KpWP = Kepatuhan Wajib Pajak

4.2 Pembahasan

Hipotesis pertama adalah pengujian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap persepsi nilai yang dirasakan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien kualitas pelayanan terhadap persepsi nilai yang dirasakan wajib pajak memiliki nilai p value 0.000 . Hasil ini dinyatakan signifikan karena p value < 0,05. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap persepsi nilai yang dirasakan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Hasil ini didukung oleh penelitian milik Hapsari et al., 2017 tentang kaitannya antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan mengatakan kalau kualitas layanan memajukan nilai yang dirasa. Jika kualitas layanan yang diperoleh melebihi impian semakin bagus kualitas yang diberikan, nilainya semakin tinggi pula.

Hipotesis kedua adalah pengujian mengenai pengaruh pengorbanan moneter yang dirasakan terhadap persepsi nilai yang dirasakan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara memiliki nilai p value 0,180. Hasil ini dinyatakan tidak

signifikan karena $p \text{ value} > 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa saat ini pengorbanan moneter yang dirasakan oleh wajib pajak tidak menimbulkan pengaruh pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Hasil ini juga didukung oleh penelitian milik Simon (2015) persepsi pengorbanan moneter yang tidak berpengaruh pada nilai yang dirasakan.

Hipotesis ketiga adalah pengujian mengenai nilai yang dirasakan memiliki efek terhadap kepuasan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara memiliki nilai $p \text{ value} 0.000$. Hasil ini dinyatakan signifikan karena $p \text{ value} < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa nilai yang dirasakan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Hasil penelitian ini didukung oleh Mergee Hume dan Gillian Sullivan Mort (2008) yang menyatakan bahwa nilai yang dirasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Hipotesis keempat adalah pengujian mengenai pengaruh kepuasan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara memiliki nilai $p \text{ value} 0.735$. Hasil ini dinyatakan tidak signifikan karena $p \text{ value} > 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa kepuasan wajib pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Wajib Pajak tidak harus merasa puas terlebih dahulu kemudian wajib pajak tersebut menjadi patuh. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian milik Izogo .et al. (2015) bahwa seseorang yang puas tidak melakukan transaksi ulang atau rasa ketidakpuasan tetap memilih untuk patuh adapun kemungkinan seseorang yang puas akan mengalami kepatuhan lebih tinggi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan, pengorbanan moneter yang dirasakan terhadap nilai yang dirasakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara dan juga pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wajib pajak dan pengaruh kepuasan wajib pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, maka dapat diambil keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap persepsi nilai yang dirasakan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara
2. Pengorbanan moneter yang dirasakan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi nilai yang dirasakan wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara
3. Nilai yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara
4. Kepuasan Wajib Pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara

5.2 Implikasi Teoritis

Meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak, selain itu juga diharap berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan perpajakan. Dari hasil penelitian pada penelitian

ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan, namun pengorbanan moneter yang dilakukan justru tidak memiliki pengaruh terhadap nilai yang dirasakan. Dari sinilah wajib pajak dan pihak-pihak perpajakan harus lebih saling membangun tingkat komunikasi yang baik.

5.3 Implikasi Manajerial

Penelitian ini berkontribusi penting bagi kualitas pelayanan nilai yang dirasakan dalam konteks penelitian ini spesifik pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan oleh wajib pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Memberi pelayanan yang bermutu terhadap wajib pajak adalah salah satu tugas petugas pajak agar membuat wajib pajaknya merasa nyaman dan semakin tergerak untuk selalu memenuhi kewajiban perpajakannya, selain itu petugas pajak juga harus bersikap tegas kepada wajib pajak dalam penerapan peraturan perpajakannya sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penting agar wajib pajak untuk mau meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait perpajakan.

5.4 Kelemahan Penelitian

Kelemahan pada penelitian ini yaitu masih kurangnya jumlah sampel dan responden. Selain itu masih ada beberapa variabel lain yang mendukung kepatuhan wajib pajak namun tidak digunakan dalam penelitian ini seperti, sosialisasi pajak, sanksi pajak, dan pengetahuan perpajakan.

5.5 Agenda Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian berikutnya yaitu disarankan untuk memperluas dan mengembangkan obyek penelitian, serta menambahkan jumlah sampel sehingga penelitian bisa dapat lebih digeneralisasi dan juga bisa memasukkan beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.



DAFTAR PUSTAKA

- Adixio, R. F., & Saleh, L. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya. *Journal Of Business And Banking*, 3(2), 151. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i2.233>
- Arifin, M., Romzi, & Rachma, N. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(10), 108–123.
- Awaluddin, Ishak, N., Sitti, D., & Rahmi, W. O. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Volume*, 2(2), 109–122.
- Castellanos, M. V., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The Relevance Of Psychological Factors In The Ecotourist Experience Satisfaction Through Ecotourist Site Perceived Value. *Journal Of Cleaner Production*, 124, 226–235.
- Devano, S., & Rahayu, S. K. (2006). *Perpajakan: Konsep, Teori, Dan Isu*. Kencana.
- Enni, S., & Musfialdy. (2016). The Effect Of Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Tax Penalties, Compliance Cost At Taxpayer Compliance With Service Quality As Mediating Variable. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 219, 682–687.
- Etemad, S. R., & Rizzuto, D. (2013). The Antecedents Of Consumer Satisfaction and Loyalty In Fastfood Industry: a Cross-National Comparison Between Chinese And Swiss Consumers. *International Journal Of Quality & Reliability Management*, 30(7), 780–798.
- Ferdinand, A. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fuadi, A. O., & Yenni, M. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Journal Of Tax & Accounting*, 1(1), 18–27.
- Gunadi. (1999). *Akuntansi Dan Pemeriksaan Pajak*. Abdi Tandur.

- Gustiari, L. A., & Herkulanus, B. S. (2019). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kewajiban Moral Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, 24(2302–8556), 606–632.
- Hapsari, Raditha, Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The Impact Of Service Quality, Customer Engagement And Selected Marketing Constructs On Airline Passenger Loyalty. *International Journal Of Quality And Service Sciences*, 9(1), 21–40.
- Izogo, E., Emeka, & Ogba, I. E. (2015). Service Quality, Customer Satisfaction And Loyalty In Automobile Repair Services Sector. *International Journal Of Quality And Reliability Management*, 32(3).
- Jatmiko, & Agus, N. (2006). *Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus Dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Kaura, V., Sharma, C. S. D., Prasad, & Sourabh. (2015). Service Quality, Service Convenience, Price And Fairness, Customer Loyalty, And The Mediating Role Of Customer Satisfaction. *Marketing Intelligence And Planning*, 33(4).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). Erlangga. [Http://Docplayer.info/31435130-Bab-Iii-Landasan-Teori-Membeli-Untuk-Mewujudkan-Kepuasan-Konsumen-Maka-Perusahaan-Harus.html](http://Docplayer.info/31435130-Bab-Iii-Landasan-Teori-Membeli-Untuk-Mewujudkan-Kepuasan-Konsumen-Maka-Perusahaan-Harus.html)
- Lee, Y. ., Park, K. H., Park, D. H., Lee, K. A., & Kwon, Y. . (2005). The Relative Impact Of Service Qualityon Service Value, Customer Satisfaction, And Customer Loyalty In Korean Family Restaurant Context. *International Journal Of Hospitality & Tourism Administration*, 6(1), 27–51.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Andi Offset.
- Masruroh, S., & Zulaikha. (2013). Pengaruh Kemanfaatan Npwp, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Diponegoro. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(4), 1–15.
- Megawangi, Cokorda, A. M., & Setiawan, P. E. (2017). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*,

19(3), 2348–2377.

- Oliver, R. (1980). A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal Of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Pahala, I., Hasanah, N., & Sari, I. M. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan persepsi Wajib Pajak Mengenai Beban Pajak Penghasilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan*, 1–10.
- Piranka, T. (2019). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filling, E-Billing Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Pontianak Timur. *Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(2).
- Pradnyana, I. B. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, E-Billing Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak (Kpp) Pratama Denpasar Timur. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 56–65.
- Prajitno. (2013). Metodologi Penelitian. *Jurnal Komunikasi Bandung*, 1(2), 1–29.
- Prajogo, J. N., & Widuri, R. (2013). Pengaruh Tingkat Pemahaman Peraturan Pajak Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Dan Persepsi Atas Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Wilayah Sidoarjo. *Tax & Accounting Review*, 3(2).
- Putri, D., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai Yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Pos Indonesia (Persero)). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(5), 1–13.
- Putu, R. S., & Ni, L. S. (2016). Engaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Biaya Kepatuhan Pajak, Dan Penerapan E-Filing Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 14(2), 1239–1269.
- Safri, N. (2003). *Pengantar Perpajakan*. Granit.
- Siamena, E., Sabijono, H., Jessy, D. ., & Warongan. (2017). Pengaruh Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(2), 917–927.

- Simon, H. (2015). *Confessions Of The Pricing Man: How Price Affects Everything*. Springer.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Vanessa, T., & Hari, P. (2009). Dampak Sunset Policy Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. *Makalah Simposium Nasional Indonesia Perpajakan II*.
- Yuliansyah, A., Timotius, & Handoko, D. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction J-Klin Beauty Jember. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 2(2), 292–301.
- Zeithaml, L., & Valerie, A. (1988). Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: a Means-End Model And Synthesis Of Evidence. *Journal Of Marketing*, 52(3), 2–22.

