

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Wajib Pajak Pengguna  
Layanan Help Desk di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Magelang

Tesis S-2

Program Studi Magister Manajemen Widya Wiwaha



Diajukan oleh:

Gatot Riadi

161103179

Kepada

MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2018

## Kata Pengantar

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. Saya menyadari bahwa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini, sangatlah saya butuhkan. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr., Abdul Halim, MBA, Ak., selaku Direktur STIE Widya Wiwaha.
2. Bapak Dr Endy Gunanto, MM dan Ibu Dra. Uswatun Chasanah, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan dan berdiskusi, memberikan masukan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak Drs. Anas Hidayat, MBA, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk penelitian ini.
4. Bapak Ir. Wiratmoko, MT, selaku Kepala KPP Pratama Magelang yang telah mendukung dalam perolehan data yang diperlukan dan penyelesaian studi.
5. Teman-teman di Seksi Pengawasan dan Konsultasi I KPP Pratama Magelang yang telah membantu dalam perolehan data yang penulis butuhkan.
6. Almarhum kedua orang tua saya yang telah mendidik, membesarkan dan menanamkan pentingnya pendidikan kepada saya.
7. Istri dan kedua anak saya tercinta yang telah memberikan berbagai dukungan dalam studi hingga penyelesaian penelitian ini.
8. Seluruh staff pengajar dan segenap karyawan Program Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pemurah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya dalam masa studi hingga penyelesaian penelitian ini. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, April 2018

Penulis

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## Daftar Isi

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	iii
Daftar Tabel .....	v
Daftar Gambar dan Grafik .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Pengertian Jasa .....	16
2.3 Karakteristik Jasa .....	17
2.4 Kualitas Pelayanan .....	18
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	18
2.4.2 Pengukuran SERVQUAL .....	20
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	21
2.6 Model Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Desain Penelitian .....	23
3.2 Definisi Operasional .....	23
3.2.1 Variabel Kualitas Pelayanan .....	23
3.2.2 Variabel Reliability .....	24
3.2.3 Variabel Responsiveness .....	24
3.2.4 Variabel Assurances .....	25
3.2.5 Variabel Empathy .....	25
3.2.6 Variabel Kepuasan Pelanggan .....	26
3.3 Populasi dan Sampel .....	26
3.4 Instrumen Penelitian .....	27
3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	28
3.6 Pengumpulan Data .....	28
3.7 Metode Analisis Data .....	29
3.8 Pengujian Hipotesis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	31
4.2 Deskripsi Data .....	36
4.3 Pembahasan .....	48
4.3.1 Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	48
4.3.1.1 Uji Validitas .....	48
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	51
4.3.2 Statistik Deskriptif .....	52
4.3.3 Hasil Uji Asumsi .....	57
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	57
4.3.3.2 Uji Linieritas .....	57
4.3.3.3 Uji Multikolinieritas .....	58

4.3.3.4 Uji Autokorelasi .....	59
4.3.3.5 Uji Heterokedastisitas .....	60
4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	61
4.3.5 Pengujian hipotesis pertama sd kelima (uji t) .....	61
4.3.6 Uji F .....	62
4.3.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	63
4.3.7.1 Tangible .....	63
4.3.7.2 Reliability .....	64
4.3.7.3 Responsiveness .....	66
4.3.7.4 Assurances .....	67
4.3.7.5 Empathy .....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	72
5.1 Simpulan .....	72
5.2 Saran .....	73

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## Daftar Tabel

Tabel 3.1	Jumlah Wajib Pajak KPP Pratama Magelang .....	26
Tabel 4.1	Komposisi Pegawai KPP Pratama Magelang berdasarkan pendidikan .....	36
Tabel 4.2	Skala Likert .....	38
Tabel 4.3	Hasil Penyebaran Kuesioner .....	39
Tabel 4.4	Tabulasi Silang Lama Terdaftar * Bentuk Subyek Pajak .....	46
Tabel 4.5	Tabulasi Silang Sumber Informasi Peraturan * Bentuk Subyek Pajak .....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Correlation Product Moment .....	48
Tabel 4.7	KMO and Barlett's Test .....	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Dengan Analisis Faktor Variabel Kualitas Pelayanan ....	50
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	52
Tabel 4.11	Hasil Distribusi Frekuensi Tangible .....	53
Tabel 4.12	Hasil Distribusi Frekuensi Reliability .....	53
Tabel 4.13	Hasil Distribusi Frekuensi Responsiveness .....	54
Tabel 4.14	Hasil Distribusi Frekuensi Assurances .....	55
Tabel 4.15	Hasil Distribusi Frekuensi Empathy .....	56
Tabel 4.16	Hasil Distribusi Frekuensi Kepuasan .....	56
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas .....	57
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas .....	58
Tabel 4.19	Hasil Uji Muoltikolinieritas .....	59
Tabel 4.20	Hasil Uji Autokorelasi .....	59
Tabel 4.21	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel 4.22	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	61

## Daftar Gambar Dan Grafik

Gambat 3.1	Model Penelitian .....	22
Gambar 4.1	Struktur Organisasi KPP Pratama Magelang .....	35
Grafik 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Subyek Pajak .....	41
Grafik 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Lamanya Terdaftar .....	39
Grafik 4.3	Sumber Informasi Peraturan .....	45

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## ABSTRAKSI

*Layanan help desk* berperan dalam penjelasan tentang peraturan pajak, prosedur perpajakan dan solusi atas permasalahan aplikasi yang digunakan dalam pelaporan pajak. Dengan demikian kualitas pelayanan *help desk* menjadi hal krusial yang perlu diperhatikan oleh manajemen di Kantor Pelayanan Pajak selaku organisasi penyelenggara pelayanan publik. Penelitian ini menggunakan 169 responden. Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances* dan *empathy* secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna layanan *help desk* di KPP Pratama Magelang. Secara parsial dimensi *tangible* dan *responsibility* berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna layanan *help desk* sedangkan *responsiveness*, *assurances* dan *empathy* secara tidak signifikan berpengaruh pada kepuasan pengguna layanan *help desk* di KPP Pratama Magelang. *Reliability* merupakan dimensi yang dominan pada kepuasan pengguna layanan *help desk* di KPP Pratama Magelang.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan

STIE Widya Wiwaha  
Jangan Plagiat

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu sasaran strategis Direktorat Jenderal Pajak (DJP) adalah meningkatkan kepuasan Wajib Pajak dan seluruh *stakeholder* perpajakan dalam rangka mewujudkan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap pelayanan perpajakan. Salah satu upaya untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi atas pelayanan perpajakan adalah dengan melaksanakan pelayanan prima kepada Wajib Pajak. Pelayanan prima pada dasarnya adalah pelayanan dengan mengedepankan sikap peduli kepada pelanggannya. Pelayanan yang dilakukan dengan tindakan yang terbaik. Proses pelayanan ditujukan untuk memuaskan pelanggannya dan berorientasi pada standar layanan.

Direktorat Jenderal Pajak merupakan instansi pemerintah yang seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Oleh karenanya pelayanan yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pajak merupakan pelayanan publik. Sesuai dengan Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan prima pada pelayanan publik adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan barang publik, jasa publik atau pelayanan administratif. Penyelenggaraan pelayanan publik wajib berpegangan pada asas-asas layanan publik.

Pelayanan prima yang diterapkan pada pelayanan publik harus memenuhi asas pelayanan publik. Asas pelayanan publik ini diatur dalam Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Pasal 4 Undang-Undang Pelayanan Publik menyatakan penyelenggaraan pelayanan publik berasaskan:

- a. Kepentingan umum
- b. Kepastian hukum
- c. Kesamaan hak
- d. Keseimbangan hak dan kewajiban
- e. Keprofesionalan
- f. Partisipatif
- g. Persamaan perlakuan/tidak diskriminatif
- h. Keterbukaan
- i. Akuntabilitas
- j. Fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan
- k. Ketepatan waktu, dan
- l. Kecepatan, kemudahan dan keterjangkauan

Pelayanan publik yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pajak termasuk dalam ruang lingkup pelayanan atas jasa publik. Pemenuhan ketentuan perundang-undangan oleh masyarakat berkaitan dengan pelaksanaan ketentuan perundang-undangan di bidang perpajakan adalah jasa publik yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Pelaksanaan layanan jasa publik ini dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) sebagai organisasi penyelenggara pelayanan publik.

Dalam pemenuhan ketentuan perundang-undangan di bidang perpajakan, masyarakat berkewajiban setidaknya mengerti peraturan perpajakan yang berlaku. Saat ini Direktorat

Jenderal Pajak mengemban 5 (lima) Undang-Undang di bidang perpajakan. Pada kelima undang-undang tersebut Direktorat Jenderal Pajak memiliki kewenangan administrasi sesuai pelaksanaan pengelolaan tugas pokok dan fungsinya. Kelima Undang-Undang tersebut adalah:

1. Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
2. Undang-Undang Pajak Penghasilan (PPh)
3. Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPN & PPnBM)
4. Undang-Undang Bea Materai
5. Undang-Undang Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Dengan diberlakukannya Undang-undang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah, Direktorat Jenderal Pajak tidak lagi mengemban Undang-Undang Pajak Bumi dan Bangunan secara keseluruhan. Kewenangan Direktorat Jenderal Pajak dibatasi hanya pada sektor P3 (Perkebunan, Perhutanan dan Pertambangan). Sedangkan sektor P2 (Pedesaan dan Perkotaan) kewenangan pengelolaan dialihkan kepada Pemerintah Kota dan Pemerintah Kabupaten.

Masyarakat seharusnya mematuhi kelima undang-undang tersebut di atas. Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan mengatur bagaimana tata cara pelaksanaan keempat undang-undang yang lainnya. Ketentuan perundang-undangan perpajakan yang seharusnya dilaksanakan meliputi pendaftaran sebagai Wajib Pajak, penghitungan pajak, pembayaran pajak dan pelaporan pajak. Tata cara pemenuhan ketentuan perundang-undangan perpajakan dari masing-masing keempat undang-undang pajak yang kemudian lebih dikenal menjadi jenis pajak (Pajak Penghasilan, PPN dan PPnBM, Bea Materai dan PBB) diatur secara terpisah dalam masing-masing peraturan pelaksanaan.

Kepatuhan masyarakat kepada ketentuan perundang-undangan di bidang perpajakan sangat tergantung pada tingkat pemahaman masyarakat Wajib Pajak terhadap peraturan di bidang perpajakan yang berlaku. Perubahan dalam kondisi perekonomian nasional dan transaksi perdagangan mempengaruhi kebijakan pemerintah. Peraturan perpajakan adalah salah satu kebijakan pemerintah yang dipengaruhi oleh dinamika yang terjadi pada perekonomian nasional.

Kebijakan pemerintah yang telah diundangkan wajib diikuti dan dilaksanakan oleh masyarakat. Pemenuhan kewajiban untuk mematuhi ketentuan yang telah diundangkan khususnya di bidang perpajakan menuntut masyarakat Wajib Pajak untuk memahami peraturan yang berlaku. Hal ini berarti adanya kebutuhan masyarakat Wajib Pajak akan pelayanan publik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Wajib Pajak untuk mendapatkan informasi mengenai ketentuan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku yang harus diikuti oleh masyarakat Wajib Pajak.

Sebagai penyelenggara pelayanan publik, Direktorat Jenderal Pajak dalam rencana strategisnya telah menetapkan kepuasan para *stake holder* sebagai sasaran yang hendak dicapai. Implementasi rencana strategis ini diwujudkan dalam bentuk penerapan pelayanan prima. Pelayanan prima diterapkan oleh Kantor Pelayanan Pajak sebagai organisasi penyelenggara pelayanan publik. Kantor Pelayanan Pajak melayani para *stake holder* untuk memenuhi kebutuhannya dalam upaya mematuhi ketentuan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku.

Pemahaman terhadap peraturan pajak yang berlaku merupakan salah satu kebutuhan masyarakat Wajib Pajak untuk bersikap patuh terhadap perundang-undangan di bidang perpajakan. Kantor Pelayanan Pajak sebagai organisasi penyelenggara pelayanan publik menyelenggarakan layanan *help desk* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Wajib Pajak akan penjelasan tentang peraturan perpajakan yang berlaku. Petugas *help desk* memberikan

penjelasan secara langsung kepada Wajib Pajak yang mendatangi Kantor Pelayanan Pajak untuk memperoleh pemahaman atas berbagai hal yang belum diketahuinya.

*Help desk* berperan dalam memberikan pemahaman dan penjelasan tentang ketentuan dan prosedur perpajakan kepada Wajib Pajak. *Help desk* menjelaskan peraturan perpajakan kepada Wajib Pajak. Berbagai tata cara perpajakan atas pelayanan yang terkait dengan pelaksanaan hak dan kewajiban di bidang perpajakan juga dapat diberikan oleh petugas *help desk*. Solusi atas permasalahan aplikasi yang digunakan dalam pelaporan pajak juga dapat diperoleh di *help desk*. Dengan demikian kualitas pelayanan *help desk* menjadi hal krusial yang perlu diperhatikan oleh manajemen di Kantor Pelayanan Pajak selaku organisasi penyelenggara pelayanan publik.

Kualitas layanan *help desk* yang baik adalah layanan yang dapat memuaskan kebutuhan pihak yang dilayani. Ini berarti kebutuhan Wajib Pajak akan pemahaman terhadap peraturan pajak yang berlaku dapat dipenuhi. Terpenuhinya kebutuhan ini akan mendorong Wajib Pajak bersikap patuh terhadap peraturan pajak yang berlaku.

Penyampaian jasa membutuhkan interaksi antara pengguna dengan penyedia jasa. Oleh karena itu kualitas layanan *help desk* ditentukan oleh proses interaksi dan komunikasi yang berlangsung selama proses penyampaian pelayanan *help desk*. Keluhan yang dirasakan Wajib Pajak pengguna layanan *help desk* juga muncul pada proses interaksi dan komunikasi ini. Keluhan-keluhan inidisampaikan oleh Wajib Pajak secara langsung kepada manajemen. Keluhan yang muncul antara lain bersumber dari kesalahan pemilihan kata, sikap kurang santun yang ditunjukkan petugas layanan *help desk* dan ruang pelayanan yang kurang nyaman.

Pemilihan kata yang mempunyai makna negatif oleh petugas layanan *help desk* dalam menanggapi permasalahan yang diajukan oleh Wajib Pajak adalah salah satu sumber timbulnya masalah komunikasi dalam layanan *help desk*. Penempatan kata “hanya” yang tidak tepat dalam penyusunan kalimat yang diucapkan petugas layanan *help desk* menjadikan timbulnya suatu

keluhan dari Wajib Pajak. Wajib Pajak merasa pengorbanannya untuk menyelesaikan urusan pajak diremehkan.

Sikap kurang santun yang ditunjukkan petugas layanan *help desk*. Keluhan Wajib Pajak berkaitan dengan kesantunan adalah tindakan petugas layanan *help desk* memainkan telepon selular pada saat melayani Wajib Pajak. Tindakan ini menunjukkan kepedulian yang belum optimal dari petugas layanan *help desk*. Pada sisi lain, Wajib Pajak merasa kepentingannya tidak diperhatikan oleh petugas layanan *help desk*.

Ruang pelayanan yang kurang nyaman adalah salah satu yang dikeluhkan oleh Wajib Pajak pengguna layanan *help desk*. Wajib Pajak akan menunggu sebelum nomer antriannya dipanggil oleh petugas layanan *help desk* untuk dilayani. Pengatur suhu ruangan yang mati menjadikan suhu ruang pelayanan meningkat. Ketidaknyamanan ini bisa saja berakibat pada kebosanan Wajib Pajak ketika menunggu giliran memperoleh pelayanan *help desk*.

Banyak penelitian terkait dengan kepuasan pelayanan telah dilakukan untuk mengukur kualitas pelayanan. Penelitian yang telah dilakukan diantaranya adalah Analisis Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Jatinegara yang dilakukan oleh Hotman Auditua. penelitian dilakukan di tahun 2009.

Penelitian terdahulu merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang terdiri dari 24 butir pertanyaan yang meliputi aspek-aspek dari kelima dimensi SERVQUAL yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances*, dan *empathy*. Metode sampling yang digunakan adalah Stratified Random Sampling. Kuesioner ditujukan kepada Wajib Pajak pengguna layanan yang berada di Tempat Pelayanan Terpadu (TPT) Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Jatinegara sebagai responden.

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis gap tiap dimensi, bagi Wajib Pajak badan yang mampu memenuhi harapan adalah dimensi *Tangible* dan *Assurances* dan bagi orang pribadi dimensi yang mampu memenuhi

harapan adalah dimensi *Responsiveness* dan *Assurances*. Hasil penelitian juga menyarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Perbaikan pelayanan agar diprioritaskan pada dimensi *Reliability* yaitu kecepatan dalam pemrosesan dan penyampaian pelayanan tepat waktu dan dimensi *Tangible* yaitu menambah jumlah komputer dan printer di Tempat Pelayanan Terpadu.

Tempat Pelayanan Terpadu adalah tempat di mana para Wajib Pajak menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), mengajukan berbagai permohonan, dan mendaftar untuk ber-NPWP. Penjelasan yang diberikan oleh petugas di Tempat Pelayanan Terpadu biasanya mengenai kelengkapan yang harus disertakan. Petugas pada Tempat Pelayanan Terpadu tidak memberikan penjelasan yang berkaitan dengan materi perundang-undangan perpajakan.

Pada tahun 2009 ketika penelitian terdahulu ini dilaksanakan, layanan *help desk* masih dilakukan oleh petugas *Account Representative* (AR) yang wilayah kerjanya meliputi di mana Wajib Pajak yang membutuhkan penjelasan tersebut berdomisili. Dengan kata lain, pada saat itu layanan *help desk* belum dilaksanakan sebagai bentuk layanan yang mandiri. *Help desk* menjadi layanan mandiri dimulai pada tahun 2015. Dengan demikian layanan *help desk* tidak termasuk yang menjadi obyek penelitian pada penelitian terdahulu.

## 1.2 Perumusan Masalah

Kualitas layanan *help desk* yang bagus akan memberikan pemahaman dan solusi yang memadai bagi Wajib Pajak yang memanfaatkan layanan ini. Kualitas layanan *help desk* yang kurang baik dapat digambarkan dengan adanya kesenjangan antara harapan Wajib Pajak dengan pengalaman yang dialami oleh Wajib Pajak pengguna layanan. Kesenjangan yang terjadi merupakan ruang untuk dilakukannya perbaikan dalam layanan *help desk*. Adanya keluhan Wajib Pajak mengenai petugas layanan *help desk* dalam hal komunikasi dan kesopanan serta ruang pelayanan yang kurang nyaman menunjukkan adanya kesenjangan yang dirasakan oleh Wajib Pajak. Oleh karena itu pengukuran terhadap kualitas layanan *help desk* pada Kantor Pelayanan Pajak merupakan hal yang penting untuk dilakukan.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan di atas, maka penelitian ini akan menjawab pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *tangible* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang ?
2. Apakah *reliability* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang ?
3. Apakah *responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang ?
4. Apakah *assurances* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang ?
5. Apakah *empathy* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Guna mengetahui *tangible* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
2. Guna mengetahui *reliability* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
3. Guna mengetahui *responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
4. Guna mengetahui *assurances* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang

5. Guna mengetahui *empathy* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini sekiranya dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat praktis.
  - a. Penelitian ini memberi sumbangan kajian bagi KPP Pratama Magelang dalam hubungannya dengan pelayanan *help desk* kepada Wajib Pajak.
  - b. Penelitian ini dapat menjadi input atau bahan masukan guna perbaikan kualitas layanan *help desk* dalam memenuhi kebutuhan Wajib Pajak.
2. Manfaat teoritis.
  - a. Peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak mengenai pengaruh 5 (lima) dimensi SERVQUAL secara bersama-sama pada kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
  - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca kajian ilmu pengetahuan yang berkaitan di bidang pemasaran umumnya atau tentang kualitas pelayanan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada saat ini kondisi persaingan usaha semakin keras. Persaingan usaha sudah sangat berbeda dengan kondisi satu dasawarsa yang lalu. Perkembangan teknologi, globalisasi dan deregulasi telah menciptakan perilaku konsumen yang tidak terjadi pada dasawarsa yang lalu.

Harapan konsumen terhadap kualitas dan pelayanan semakin tinggi. Teknologi internet sangat memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi tentang suatu produk. Hal ini menjadikan konsumen semakin pintar dalam usaha memenuhi kebutuhan maupun keinginannya.

Produsen barang maupun jasa di dalam negeri berkompetisi tidak hanya dengan pengusaha domestik melainkan juga harus berhadapan dengan pengusaha dari manca negara. Globalisasi telah menjadikan dunia seolah menjadi tanpa batas. Persaingan yang ketat seperti ini akan mendorong peningkatan biaya promosi dan sebagai konsekuensinya laba perusahaan akan mengalami penurunan.

Perkembangan teknologi terutama teknologi informasi telah menggeser cara berbisnis. Bisnis yang semula dilakukan secara konvensional saat ini dilakukan secara elektronik yang lebih dikenal dengan *electronic business* (e-bisnis). E-bisnis telah berkembang sedemikian pesat. Dengan e-bisnis konsumen sangat dimudahkan dalam bertransaksi. Konsumen tidak perlu lagi mendatangi gerai si penjual. Sebaliknya *retailer* tidak lagi memerlukan gerai untuk berdagang. Perdagangan dilaksanakan dengan semakin efisien.

Era globalisasi dan kemajuan teknologi memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran. Pemasaran, seperti halnya dengan ilmu pengetahuan, bersifat dinamis dan selalu mengalami perubahan. Perubahan dalam dunia pemasaran merupakan suatu keharusan lantaran

dunia bisnis sebagai induk dari pemasaran terus menerus berubah menyesuaikan diri dengan kemajuan jaman. Hal ini dikarenakan fungsi pemasaran adalah menciptakan, mempromosikan dan men-*deliver* barang dan jasa kepada konsumen. Berikut ini adalah definisi pemasaran (*marketing*) menurut *American Marketing Association* (AMA); “*Marketing (management) is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals*” (Kotler, 2000, 8)

Pada kondisi persaingan yang ketat seperti saat ini hanyalah organisasi yang mampu menjadi lebih efektif dibandingkan dengan para pesaing yang akan mampu untuk mencapai tujuannya. Dengan demikian organisasi akan berhasil merebut *customer* dan mengalahkan para pesaing. Memenuhi kebutuhan dan kepuasan para pelanggan dengan cara yang lebih baik merupakan cara untuk menjadi lebih efektif (Kotler, 2000: 34). Ini berarti cara pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan yang efektif adalah memperhatikan kualitas pelayanan.

Banyak penelitian yang telah dilakukan di bidang pemasaran yang menjadikan kualitas pelayanan sebagai obyek penelitian. Penelitian terdahulu yang relevan dengan kualitas pelayanan diantaranya sebagai berikut:

1. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau) penelitian dilakukan oleh Achmad Tavip Junaedi, Djumilah Hadiwijoyo, Eka Afnan Troena, Iwan Triyuwono Program Doktor Ilmu Manajemen FEB Universitas Brawijaya Malang, 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengekspos model hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas untuk perbankan syariah. Ada empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti. kualitas pelayanan sebagai variabel independen, loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat dan, keadilan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Beberapa temuan dari

penelitian ini adalah loyalitas dapat di pertahankan jika diimplementasikan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik. Kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan, memuaskan pelanggan akan selalu setia dengan perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan SERVQUAL pada pengukuran kualitas pelayanan. Keadilan untuk bagi hasil akan memuaskan pelanggan, tetapi keadilan bagi bagi hasil tidak signifikan di pengaruhi dengan loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank penelitian dilakukan oleh Kusuma Wijayanto Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi-dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis pengaruh dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* kepada kepuasan dan loyalitas pelanggan. 2) untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta. Teknik sampling yang digunakan *accidental sampling* dengan responden sejumlah 100 responden. Analisis data menggunakan *multiple linear regression*, pengujian statistic *t test and F test and test-R2*. Hasil pengujian menunjukkan *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga mempengaruhi loyalitas konsumen.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur, penelitian dilakukan oleh I Wayan Widya Suryadharma dan I Ketut Nurcahya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, 2015.

Penelitian ini meneliti mengenai kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dan kepuasan pelanggan pada Hotel Bintang Pesona di Denpasar. Berdasarkan metode penentuan sampel maka sampel yang digunakan 105 responden. Dari hasil analisis ang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur dan kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi tersebut secara parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien RSUD Kota Bogor. Penelitian dilakukan oleh Adityawarman Adil Muhammad Syamsun dan Mukhamad Najib, Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2016. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan biaya terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner terhadap pasien Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota Bogor. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil analisis *Partial Least Square (PLS)* menunjukkan kualitas pelayanan dan biaya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien sedangkan biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Penelitian ini juga menunjukkan kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

5. Kualitas Pelayanan Pembuatan Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Semarang, penelitian dilakukan oleh Denny, Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Semarang, 2017. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan Kantor Imigrasi Kelas I Semarang dengan harapan pengguna jasa layanan/pelanggan, peneliti menggunakan tiga komponen teori Morgan dan Murgatroyd yaitu, "*The triangel of balance in service quality*" yaitu *interpersonal component, procedure environment atau process component, and technical atau profesional component* guna menghasilkan pelayanan yang berkualitas. Di dalam pelaksanaannya dapat digolongkan dengan dimensi-dimensi yang terdapat dalam dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibel* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiviness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati). Penelitian ini menggunakan penelitian metode kualitatif. Hal ini dikarenakan penelitian berupaya untuk memahami manajemen pelayanan publik dan dampak dari hasil Analisis Kualitas Pelayanan Pengurusan Paspor Pada Kantor Imigrasi Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pegawai sudah bersikap sopan dan ramah kepada para pemohon paspor. Pegawai juga murah senyum kepada para pemohon paspor dan sikap pegawai yang sangat bersahabat kepada masyarakat membuat pelayanan itu menjadi lebih baik dan pelayanan tidak terasa menjadi kaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk keyamanan ruang tunggu dari pembuat paspor sudah baik dan masyarakat merasa nyaman. Namun, Lahan parkir yang tersedia di Kantor Imigrasi Semarang memang sangat kecil untuk menampung kendaraan para pemohon paspor. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai kualitas pelayanan dalam pembuatan paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Semarang. Peneliti menyimpulkan bahwa kurang

maksimalnya pelayanan yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Semarang mengenai pelayanan pembuatan paspor.

Kelima penelitian terdahulu mempunyai kesamaan dengan penelitian yang saat ini peneliti lakukan. Kualitas pelayanan yang dihibungkan dengan kepuasan pelanggan merupakan obyek penelitian baik pada kelima penelitian terdahulu maupun penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Metode penelitian yang digunakan adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif kecuali penelitian terdahulu nomor urut 5 menggunakan metode kualitatif. Kelima penelitian terdahulu dan penelitian saat ini sama-sama menggunakan pendekatan SERVQUAL dalam pengukuran kualitas pelayanan.

Disamping adanya kesamaan, juga terdapat hal yang membedakan penelitian saat ini dari penelitian terdahulu. Hal yang membedakan pada penelitian saat ini adalah terletak pada sifat kebutuhan pelanggan terhadap bidang yang menjadi obyek penelitian. Penelitian saat ini menempatkan layanan *help desk* di kantor pelayanan pajak menjadi bidang obyek penelitian. Sebagaimana telah dibahas pada Bab I bahwa layanan *help desk* berperan dalam memberikan pemahaman, penjelasan tentang ketentuan dan prosedur perpajakan kepada Wajib Pajak. Oleh karena itu dampak kualitas pelayanan *help desk* yang memuaskan adalah Wajib Pajak menjadi lebih memahami ketentuan dan prosedur perpajakan. Pemahaman ini akan mendorong Wajib Pajak untuk lebih bersikap patuh terhadap peraturan perpajakan. Inilah yang membedakan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu. Penelitian saat ini menjadi tidak relevan apabila pengukuran kualitas pelayanan dikaitkan dengan loyalitas pelanggan. Bentuk loyalitas Wajib Pajak adalah kepatuhan Wajib Pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. Kepatuhan biasanya dinyatakan dalam angka jumlah Surat Pemberitahuan yang disampaikan oleh Wajib Pajak ke Kantor Pelayanan Pajak di mana Wajib Pajak tersebut terdaftar.

## 2.2 Pengertian Jasa

Sektor jasa akan mendominasi ekonomi Indonesia ke depannya, sedangkan kontribusi sektor manufaktur terus mengalami tren penurunan. Kontribusi jasa 32%, lebih besar dibandingkan dengan manufaktur yang hanya 19% dari Produk Domestik Bruto (PDB) 2016. (Richard, 2017) Ada banyak macam jasa yang diperhitungkan dalam perekonomian Indonesia. Tentu saja jasa yang diperhitungkan dalam Produk Domestik Bruto (PDB) adalah produk jasa yang memerlukan pengorbanan ekonomi bagi konsumen yang akan memanfaatkan jasa tersebut. Selain golongan jasa tersebut di atas terdapat juga jasa yang bersifat sosial dan jasa publik yang diselenggarakan oleh pemerintah. Kedua jenis jasa terakhir seringkali tidak memerlukan pengorbanan ekonomi bagi masyarakat yang memanfaatkan jasa tersebut.

Beberapa pengertian jasa yang diberikan oleh para pakar pemasaran (sebagaimana dikutip dalam Auditua, Hotman, 2009, 8):

*Service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product. (Kotler, 2003 : 444)*

*A service is an activity or series activities of more or less intangible nature that normally, but not necessarily, take place in interactions between the customer and service employees and/or physical resources or good and/or system of the service provider, which are provided as solutions to customer problems. (Gronroos, 1990)*

Sedangkan menurut Christopher Lovelock (2010, 16) definisi jasa sebagai berikut:

Jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Seringkali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (time-based), dalam bentuk suatu kegiatan (performances) yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, obyek maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli. Sebagai pertukaran dari uang, waktu dan upaya, pelanggan jasa berharap akan mendapatkan nilai (value) dari suatu akses ke barang-barang, tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan sistem tertentu; tetapi para pelanggan biasanya tidak akan

mendapatkan hak milik dari unsur-unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa tersebut.

### 2.3 Karakteristik Jasa

Terdapat perbedaan yang sangat jelas antara produk berwujud barang dengan produk berupa jasa. Berikut ini adalah karakteristik jasa menurut para ahli:

Griffin (1996) bahwa karakteristik jasa, sebagai berikut (sebagaimana dikutip dalam Aji, Wahyu 2014):

1. *Intangibility* (Tidak berwujud), jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan), jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan, mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan).
3. *Customization* (Kustomisasi), jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan.

Sedangkan Kotler (sebagaimana dikutip dalam Auditua, 2009, 11) membedakan jasa dari produk barang adalah sebagai berikut:

#### 1. *Intangibility* (tak nyata)

Produk jasa itu, tidak berbentuk tetapi keberadaannya dapat dirasakan oleh pemakai pada saat proses pelayanan tersebut terjadi. Jasa bersifat intangible, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli atau dikonsumsi. Konsep intangible itu sendiri memiliki dua pengertian (Berry dalam Tjiptono, 2000 : 15) yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohani.

## 2. *Inseparability* (tak terpisahkan)

Pelayanan dirasakan pada saat proses pelayanan itu diproduksi sehingga pelayanan itu tidak dapat disimpan. Pelayanan biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

## 3. *Perishability* (mudah habis)

Karakteristik *inseparability* mengakibatkan jasa tersebut bersifat mudah habis tetapi 'efek' dari jasa itu masih dapat dirasakan konsumen. Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

## 4. *Variability* (bervariasi)

Pelayanan disediakan oleh manusia untuk manusia dan setiap manusia memiliki persepsi yang berbeda maka pelayanan yang diberikan dan yang diterima bervariasi dari satu individu ke individu lainnya dan dari waktu ke waktu. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa (Bovee, Houston dan Thill dalam Tjiptono 2000 : 17) yaitu kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral/motivasi pegawai dalam melayani pelanggan, dan beban kerja organisasi.

## 2.4 Kualitas Pelayanan

### 2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Sifat jasa yang tidak berwujud menyulitkan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dibandingkan kualitas jasa. Menurut Gronroos kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Gronroos membagi dimensi kualitas jasa menjadi 2, yaitu: *technical* (kualitas teknik) dan *functional* (kualitas fungsional) Kualitas teknik adalah apa yang pelanggan dapatkan, sedangkan kualitas fungsional mengacu pada bagaimana mereka menerima jasa pelayanan. (Lovelock, 2010: 154)

Model kualitas pelayanan yang paling populer dan sering menjadi acuan dalam penelitian pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*). SERVQUAL diciptakan dan

dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Lonard Berry (1985, 1988, 1990, 1993, 1994) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap 6 (enam) sektor jasa: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan, ritel dan pialang sekuritas. Konsep ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*Attribute Performance*) meningkat lebih besar dari pada harapan (*expectation*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas pelayanan jasa akan positif dan sebaliknya. (Tjiptono, 2016, 149)

Dengan demikian dapat dikatakan terdapat dua faktor yang seharusnya dikaitkan dalam kualitas jasa yaitu, *expected service* dan *perceived service*. Apabila yang diterima atau dirasakan oleh pengguna jasa telah sesuai dengan yang diharapkan diterima atau dirasakan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan oleh pengguna jasa melampaui harapannya, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya bila jasa yang diterima atau dirasakan oleh pengguna jasa lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan buruk.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam penelitiannya menemukan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu (Tjiptono, 2016, 137):

1. *Reliability*

Kemampuan organisasi untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. *Assurance*

Perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap organisasi dan organisasi bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

### 3. *Tangibles*

Dimensi ini berkaitan dengan aspek fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan organisasi serta penampilan karyawan.

### 4. *Empathy*

Organisasi memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

### 5. *Responsiveness*

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan pelanggan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

#### 2.4.2 Pengukuran SERVQUAL

Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan serta *gap* diantara keduanya pada 5 (lima) dimensi kualitas jasa (*reliability, assurance, responsiveness, empathy* dan *tangibles*). Kelima dimensi tersebut dijabarkan ke dalam masing-masing atribut untuk variabel harapan dan variabel persepsi yang disusun dalam pernyataan-pernyataan berdasarkan skala Likert dari 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju). Evaluasi kualitas jasa menggunakan model SERVQUAL mencakup perhitungan perbedaan antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor SERVQUAL untuk setiap pasang pernyataan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Tjiptono, 2016, 159):

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan biasanya diartikan sebagai dipenuhinya harapan dengan kenyataan dari kinerja suatu produk yang diterima oleh konsumen tersebut. Berikut ini adalah pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler (Kotler, 2000, 36) “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations*”

Dari definisi di atas dinyatakan apabila kinerja produk berada di bawah harapan konsumen maka produk tersebut dapat dikatakan produk tersebut tidak dapat memuaskan konsumen. Produk tersebut berkinerja tidak bagus atau tidak berkualitas. Sebaliknya, apabila kinerja produk melebihi harapan konsumen maka produk tersebut dikatakan berkualitas bagus. Harapan konsumen terbentuk dari pengalaman masa lalunya, rekomendasi atau informasi dari pihak lain. Oleh karena itu penyedia jasa harus selalu berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan dengan kinerja pelayanannya untuk mencapai kepuasan pelanggan.

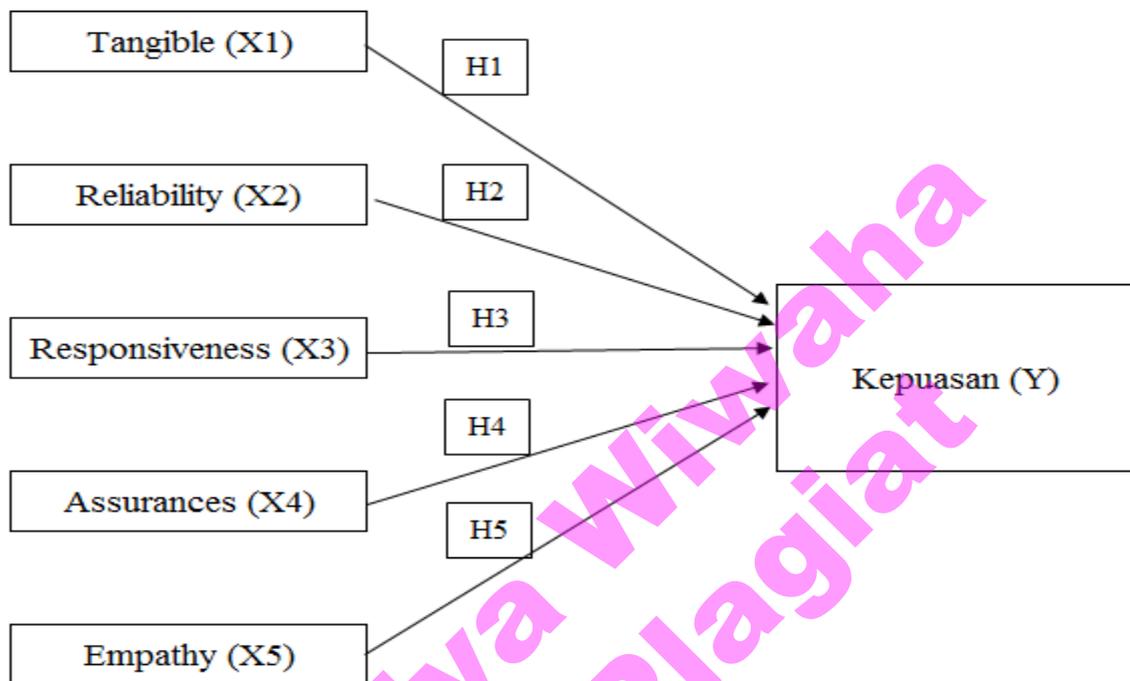
Menurut Parasuraman et.al (sebagaimana dikutip dalam Auditua, 2009, 20) dalam penelitiannya (1990 : 20) , kepuasan konsumen dalam bisnis pelayanan jasa dapat diukur dari kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterima. Harapan pelanggan mempunyai dua pengertian : pertama apa yang pelanggan yakini akan terjadi pada saat layanan disampaikan dan kedua, apa yang diinginkan pelanggan untuk terjadi (harapan). Kemudian persepsi adalah apa yang dilihat dan dialami setelah memasuki lingkungan yang diharapkan memberi sesuatu padanya.

## 2.6 Model Penelitian

SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*Expected Service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas baik, sedangkan jika kenyataan kurang

dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas tidak baik. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan.

Gambar 2.1 Model penelitian



Dari penjelasan di atas dapat diperoleh hipotesa sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub> : Adanya pengaruh positif *tangible* pada kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
2. H<sub>2</sub> : Adanya pengaruh positif *reliability* terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
3. H<sub>3</sub> : *responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
4. H<sub>4</sub> : *assurances* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang
5. H<sub>5</sub> : *empathy* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Design Penelitian**

Penelitian menggunakan penelitian survei dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel atau lebih dalam penelitian (Sugiono, 2015: 36) menyatakan penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

### **3.2. Definisi Operasional**

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan tentang kesempurnaan kinerja layanan. Untuk mengukur kualitas pelayanan jasa digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry (2004) yang disebut SERVQUAL (*Service Quality*). Kelima dimensi tersebut adalah *tangibles* atau atribut fisik, *reliability* atau kehandalan, *responsiveness* atau koresponsifan, *assurance* atau jaminan dan kepastian, dan *empathy*. Skala yang digunakan adalah 5 (lima) skala Likert.

#### **3.2.1 Variabel *Tangibles***

*Tangibles*, atau atribut fisik yaitu berkaitan dengan aspek fasilitas fisik, peralatan serta penampilan personil penyedia layanan. Indikator *tangibles* atau atribut fisik dalam penelitian ini adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya, meliputi : tersedia ruang pelayanan yang sejuk, bersih dan rapi (nyaman), tersedia peralatan kerja dan pendukungnya (komputer, printer dan jaringan), serta penampilan petugas *help desk* yang rapi, bersih dan ramah. Variabel *tangibles* diukur dengan pernyataan-pernyataan persepsi responden berdasarkan skala Likert, sebagai berikut:

Uraian	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.2.2 Variabel *Reliability*

Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan dengan andal, tepat dan akurat. Indikator *reliability* atau kehandalan dalam penelitian ini meliputi : identifikasi kebutuhan konsumen dengan benar, informasi yang disampaikan telah sesuai dengan yang dibutuhkan dan akurat, serta jawaban yang diberikan fokus pada solusi. Variabel *reliability* diukur dengan pernyataan-pernyataan persepsi responden berdasarkan skala Likert sebagai berikut:

Uraian	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.2.3 Variabel *Responsiveness*

*Responsiveness* yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap. Indikator *responsiveness* dalam penelitian ini meliputi : jeda waktu pemanggilan nomor antrian berikutnya, sikap antusias petugas *help desk* dalam merespon pertanyaan atau permasalahan yang disampaikan oleh Wajib Pajak dan kesediaan petugas *help desk* untuk membantu Wajib Pajak. Variabel *responsiveness* diukur dengan pernyataan-pernyataan persepsi responden berdasarkan skala Likert, sebagai berikut:

Uraian	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.2.4 Variabel *Assurance*

*Assurance* yaitu kemampuan untuk memberikan sesuatu yang dapat dipercaya (aman dan terjamin keandalannya). Indikator *assurance* dalam penelitian ini meliputi : petugas *help desk* memiliki wawasan pengetahuan dan peraturan pajak yang memadai, tersedianya dukungan literasi peraturan pajak bagi petugas *help desk* dan petugas *help desk* memiliki kemampuan verbal yang memadai. Variabel *assurance* diukur dengan pernyataan-pernyataan persepsi responden berdasarkan skala Likert, sebagai berikut:

Uraian	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.2.5 Variabel *Empathy*

*Empathy* yaitu tingkat kepedulian dan perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan dengan maksud untuk memahami kebutuhan pelanggan. Indikator *empathy* dalam penelitian ini meliputi manajemen memahami kebutuhan pelanggan berkebutuhan khusus (disabel, usia lanjut, wanita hamil), petugas *help desk* secara aktif mendengarkan pesan yang disampaikan oleh Wajib Pajak dan tanggapan yang tepat guna dalam memenuhi kebutuhan Wajib Pajak. Variabel *empathy* diukur dengan pernyataan-pernyataan persepsi responden berdasarkan skala Likert, sebagai berikut:

Uraian	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 3.2.6 Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari kenyataan yang dialami responden dari layanan produk dan jasa. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances* dan *empathy* secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan Wajib Pajak di KPP Pratama Magelang

### 3.3. Populasi dan Sampel

Wajib Pajak yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Magelang inilah merupakan populasi dari penelitian ini. Jumlah Wajib Pajak efektif per 1 Januari 2018 sebagai berikut:

Tabel: 3.1 Jumlah Wajib Pajak KPP Pratama Magelang

Kelompok Wajib Pajak	Jumlah
Orang Pribadi	112,154
Badan	10,105
Bendahara	2,283
Jumlah	124,542

Sumber: KPP Pratama Magelang

Penelitian ini menggunakan teknik penentuan *sample* adalah Kuota Sampling. Kuota sampling menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Ciri-ciri tertentu sebagai penetapan sampling adalah Wajib Pajak yang memanfaatkan layanan *help desk*. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah populasi 124.542 Wajib Pajak aktif dan tingkat toleransi kesalahan 5%. Apabila

kuesioner yang dikembalikan responden tidak memenuhi sebagai kuesioner yang dijawab secara lengkap, maka akan dicarikan responden pengganti.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

- n : jumlah sampel  
 N : jumlah populasi  
 e : batas toleransi kesalahan

Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin jumlah sampel sebesar 399. Namun demikian, jumlah *sample* yang direncanakan dibulatkan menjadi sejumlah 400 responden.

### 3.4. Instrumen penelitian

Keseluruhan variabel dalam penelitian ini diukur dengan model skala Likert. Skala ini menggunakan ukuran ordinal. Ukuran ordinal adalah angka yang diberikan di mana angka-angka tersebut menggunakan pengertian tingkatan. Ukuran ini tidak mengandung nilai absolut terhadap objek, tetapi hanya memberikan ukuran (ranking) jawaban dari responden yang diberi skor tertentu. Model skala ini dilihat sebagai berikut :

- a. Sangat setuju = bobot 5
- b. Setuju = bobot 4
- c. Cukup setuju = bobot 3
- d. Tidak setuju = bobot 2
- e. Sangat Tidak setuju = bobot 1

### 3.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Bila korelasi tersebut signifikan, maka alat ukur yang digunakan mempunyai validitas. Selanjutnya, dengan menggunakan angka kritis dari r tabel (tabel r product moment) dengan taraf signifikan 5% dan jumlah responden sebanyak 400 responden, jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih kecil dari r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis *Reliability* melalui metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,60 atau lebih.

### 3.6. Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data baik sumber data tertulis maupun tidak tertulis dengan cara sebagai berikut.

1. Observasi (Pengamatan) : pengumpulan data dengan melihat langsung, mendengar, dan mengamati objek yang akan diteliti dan dipergunakan untuk menyesuaikan data yang diperoleh.
2. Kuesioner: Berisi sejumlah pertanyaan secara tertulis yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yang diajukan kepada konsumen.

### 3.7 Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan analisis regresi sederhana. Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

X1 = Atribut Fisik

X2 = Kehandalan

X3 = Keresponsifan

X4 = Kepastian

X5 = Empati

Y = Kepuasan pelanggan

$b_0$  = Intersep

e = Faktor pengganggu

Formulasi model ini merupakan regresi yang berbentuk linier dimana bentuk ini secara teoritis variabel tidak bebas yang akan diteliti mempunyai kecenderungan hubungan yang linier terhadap masing-masing variabel bebasnya.

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya secara bersama-sama digunakan Uji F dengan formula sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2) (n - k - 1)} \quad (\text{Sugiyono, 2015:297})$$

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

H<sub>0</sub> : atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, jaminan dan kepastian, serta empati secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak pengguna layanan *help desk*.

H<sub>a</sub> : atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, jaminan dan kepastian, serta empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak pengguna layanan *help desk*.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (0,05). Signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian

c. Kriteria pengujian

Dalam penelitian ini menggunakan dua kriteria pengujian, yaitu :

H<sub>0</sub> diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$

H<sub>0</sub> ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

H<sub>0</sub> diterima apabila nilai signifikansi  $> 0,05$

H<sub>0</sub> ditolak apabila nilai signifikansi  $< 0,05$

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

KPP Pratama Magelang adalah instansi vertikal Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang berada di bawah unit Eselon I Direktorat Jenderal Pajak. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 206.2/PMK.01/2014 tentang Organisasi dan Tata Laksana Instansi Vertikal Direktorat Jenderal Pajak menyatakan bahwa KPP Pratama mempunyai tugas melaksanakan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan Wajib Pajak di bidang Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Tidak Langsung Lainnya, Pajak Bumi dan Bangunan dalam wilayah wewenangnya berdasarkan peraturan perundang-undangan. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, KPP Pratama menyelenggarakan fungsi:

- a. Pengumpulan, pencarian dan pengolahan data, pengamatan potensi perpajakan, penyajian informasi perpajakan, pendataan objek dan subjek pajak, serta penilaian objek Pajak Bumi dan Bangunan
- b. Penetapan dan penerbitan produk hukum perpajakan
- c. Pengadministrasian dokumen dan berkas perpajakan, penerimaan dan pengolahan Surat Pemberitahuan, serta penerimaan surat lainnya
- d. Penyuluhan perpajakan
- e. Pelayanan perpajakan
- f. Pelaksanaan pendaftaran Wajib Pajak

- g. Pelaksanaan ekstensifikasi
- h. Penatausahaan piutang pajak dan pelaksanaan penagihan pajak
- i. Pelaksanaan pemeriksaan pajak
- j. Pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak
- k. Pelaksanaan konsultasi perpajakan
- l. Pembetulan ketetapan pajak
- m. Pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan
- n. Pelaksanaan administrasi kantor

Wilayah kerja KPP Pratama Magelang meliputi wilayah hukum Kota Magelang dan Kabupaten Magelang. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, KPP Pratama Magelang dipimpin oleh seorang Kepala Kantor. Operasional KPP Pratama Magelang dilaksanakan oleh seksi-seksi yang terdiri dari:

1. Sub Bagian Umum dan Kepatuhan Internal

Subbagian Umum dan Kepatuhan Internal mempunyai tugas melakukan urusan kepegawaian, keuangan, tata usaha, rumah tangga, dan pengelolaan kinerja pegawai, pemantauan pengendalian intern, pemantauan pengelolaan risiko, pemantauan kepatuhan terhadap kode etik dan disiplin, dan tindak lanjut hasil pengawasan, serta penyusunan rekomendasi perbaikan proses bisnis.

2. Seksi Pelayanan

Seksi Pelayanan mempunyai tugas melakukan penetapan dan penerbitan produk hukum perpajakan, pengadministrasian dokumen dan berkas

perpajakan, penerimaan dan pengolahan Surat Pemberitahuan, serta penerimaan surat lainnya, serta pelaksanaan pendaftaran Wajib Pajak.

3. Seksi Pengelolaan Data dan Informasi

Seksi Pengelolaan Data dan Informasi mempunyai tugas melakukan pengumpulan, pencarian, dan pengolahan data, pengamatan potensi perpajakan, penyajian informasi perpajakan, perekaman dokumen perpajakan, urusan tata usaha penerimaan perpajakan, pengalokasian Pajak Bumi dan Bangunan, pelayanan dukungan teknis komputer, pemantauan aplikasi *e-SPT* dan *e-Filing*, pelaksanaan *i-SISMIOP* dan *SIG*, serta pengelolaan kinerja organisasi.

4. Seksi Ekstensifikasi dan Penyuluhan

Seksi Ekstensifikasi dan Penyuluhan mempunyai tugas melakukan pengamatan potensi perpajakan, pendataan objek dan subjek pajak, pembentukan dan pemutakhiran basis data nilai objek pajak dalam menunjang ekstensifikasi, bimbingan dan pengawasan Wajib Pajak baru, serta penyuluhan perpajakan.

5. Seksi Pengawasan dan Konsultasi I

Seksi Pengawasan dan Konsultasi I mempunyai tugas melakukan proses penyelesaian permohonan Wajib Pajak, usulan pembetulan ketetapan pajak, bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak, serta usulan pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan.

6. Seksi Pengawasan dan Konsultasi II

Seksi Pengawasan dan Konsultasi II, Seksi Pengawasan dan Konsultasi III, serta Seksi Pengawasan dan Konsultasi IV, masing-masing mempunyai tugas melakukan pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak, penyusunan profil Wajib Pajak, analisis kinerja Wajib Pajak, rekonsiliasi data Wajib Pajak dalam rangka melakukan intensifikasi dan himbauan kepada Wajib Pajak.

7. Seksi Pengawasan dan Konsultasi III

8. Seksi Pengawasan dan Konsultasi IV

9. Seksi Pemeriksaan

Seksi Pemeriksaan mempunyai tugas melakukan penyusunan rencana pemeriksaan, pengawasan pelaksanaan aturan pemeriksaan, penerbitan, penyaluran Surat Perintah Pemeriksaan Pajak, dan administrasi pemeriksaan perpajakan lainnya, serta pelaksanaan pemeriksaan oleh petugas pemeriksa pajak yang ditunjuk kepala kantor.

10. Seksi Penagihan

Seksi Penagihan mempunyai tugas melakukan urusan penatausahaan piutang pajak, penundaan dan angsuran tunggakan pajak, penagihan aktif, usulan penghapusan piutang pajak, serta penyimpanan dokumen-dokumen penagihan.

11. Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP)

KP2KP adalah instansi vertikal Direktorat Jenderal Pajak yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pelayanan

Pajak Pratama. KP2KP mempunyai tugas melakukan urusan pelayanan, penyuluhan, konsultasi perpajakan kepada masyarakat, pengamatan potensi perpajakan wilayah, dan pembuatan monografi pajak, serta membantu Kantor Pelayanan Pajak Pratama dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat.

## 12. Kelompok Jabatan Fungsional

Kelompok Jabatan Fungsional mempunyai tugas melakukan kegiatan sesuai dengan jabatan fungsional masing-masing berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi KPP Pratama Magelang



Pelaksanaan tugas penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan Wajib Pajak, KPP Pratama Magelang didukung oleh 104 pegawai. Tabel di bawah ini menunjukkan komposisi pegawai di KPP Pratama Magelang berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 4.1  
Komposisi pegawai KPP Pratama Magelang berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Pegawai
1	SD	2
2	SLTP	-
3	SLTA	11
4	Diploma I	15
5	Diploma III	19
6	Diploma IV	4
7	Sarjana – S1	41
8	Sarjana – S2	12
	Jumlah Keseluruhan Pegawai	104

Sumber : KPP Pratama Magelang

Layanan *help desk* yang menjadi obyek penelitian ini merupakan pelaksanaan salah satu fungsi KPP Pratama Magelang. Layanan *help desk* pada dasarnya adalah bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak. Bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan yang diberikan oleh layanan *help desk* bersifat pasif dan *one to one*.

#### 4.2 Deskripsi Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada Wajib Pajak pengguna layanan *help desk* di KPP Pratama Magelang. Kuesioner yang digunakan dirancang untuk mendapatkan data yang

dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan pertanyaan penelitian dibutuhkan data :

1. Ekspektasi Wajib Pajak terhadap kualitas layanan *help desk* KPP Pratama Magelang.
2. Persepsi Wajib Pajak terhadap kualitas layanan *help desk* KPP Pratama Magelang
3. Pernyataan kepuasan Wajib Pajak terhadap kualitas layanan *help desk* KPP Pratama Magelang

Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup agar jawaban diperoleh dari responden (Wajib Pajak) dapat diolah secara kuantitatif. Kuesioner tertutup ini berisi pertanyaan mengenai item-item yang dianggap penting dalam menilai kualitas layanan *help desk* KPP Pratama Magelang. Masing-masing pertanyaan diberikan alternatif jawaban dengan mengacu pada Skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi yang dapat berupa kata-kata antara lain : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Agar dapat diolah secara kuantitatif gradasi Skala Likert diberi skor sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Skala Likert

No	Skala Likert	Skor
1	Sangat Setuju - SS	5
2	Setuju – S	4
3	Netral – N	3
4	Tidak Setuju - TS	2
5	Sangat Tidak Setuju - STS	1

Sumber: Data yang diolah

Pertanyaan pada kuisisioner bersifat tertutup. Setiap pertanyaan disediakan pilihan jawaban sesuai dengan penilaian responden (Wajib Pajak). Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan didasarkan pada dimensi kualitas jasa. Kuisisioner dibagikan kepada Wajib Pajak yang pernah menggunakan layanan *help desk*. Kuisisioner yang digunakan untuk memperoleh data yang diolah secara kuantitatif disajikan pada lampiran – 1. Kuisisioner dibagikan kepada 400 (empat ratus) Wajib Pajak yang pernah (setelah) menggunakan layanan *help desk* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3  
Hasil Penyebaran Kuesioner

Jumlah Kuesioner Disebar	Jumlah Kuesioner Tidak Kembali	Jumlah Kuesioner Kembali – Cacat	Jumlah Kuesioner Kembali – Lengkap
400 set	193 set	38 set	169 set

Sumber: Data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa sampel yang akan diolah tidak mencapai jumlah yang direncanakan. Adanya hambatan yang berada di luar kendali peneliti menjadikan sampel yang diolah tidak mencapai angka 400.

Dengan demikian data yang diolah sejumlah 169 set kuesioner yang dikembalikan oleh responden dan dikategorikan lengkap. Pertimbangan peneliti untuk mengolah data dari kuesioner sejumlah 169 set adalah:

1. Menurut Fraenkel & Wallen (1993:92) ( sebagaimana dikutip dalam Dompu, Amirullah, 2014) besar sampel minimum untuk:
  - a. Penelitian deskriptif sebanyak 100.
  - b. Penelitian korelasional sebanyak 50.
  - c. Penelitian kausal-perbandingan 30/group.
  - d. Penelitian eksperimental sebanyak 30/15.
2. Jumlah sampel yang diolah lebih banyak daripada penelitian terdahulu. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu sejumlah 100 (seratus) responden.

Dari sejumlah responden yang mengembalikan kuesioner dan dikategorikan lengkap dapat dijelaskan sebagai berikut:

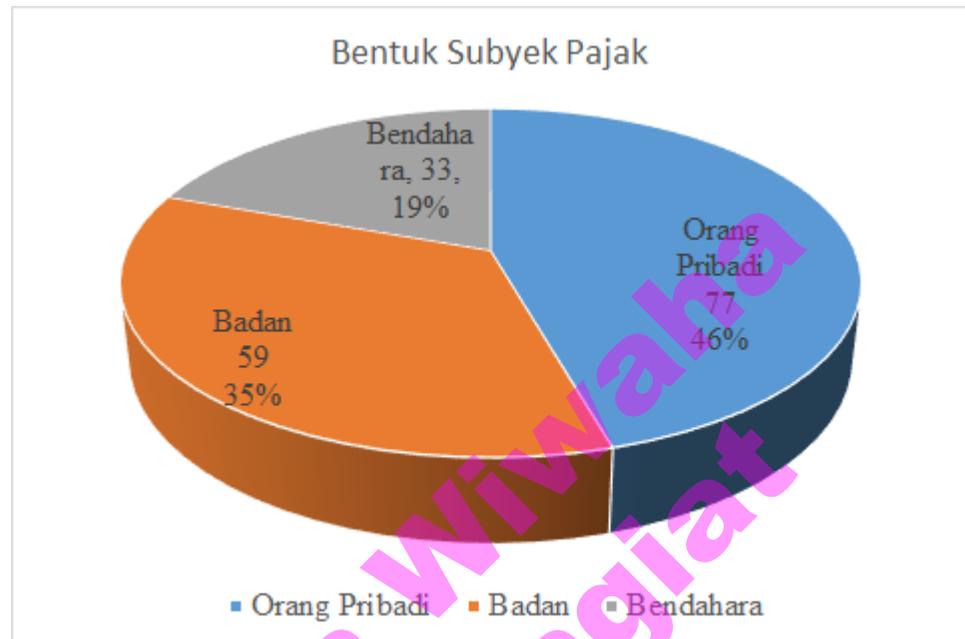
1. Subyek pajak

Subyek pajak adalah pihak yang dikenakan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan perundangan-undangan yang berlaku. Peneliti mengelompokkan subyek pajak ke dalam 4 kelompok yaitu:

- a. Orang pribadi
- b. Badan, antara lain seperti CV, PT, Yayasan, Koperasi dan sejenisnya
- c. Bendahara, yaitu pihak yang mengelola keuangan suatu instansi/lembaga pemerintah atau yang menggunakan dana yang bersumber dari APBN/APBD.
- d. BUT (Bentuk Usaha Tetap) yaitu bentuk usaha yang digunakan oleh subyek pajak luar negeri untuk memperoleh penghasilan di Indonesia.

Data yang diperoleh dalam kategori ini ditunjukkan sebagaimana dalam grafik di bawah ini.

Grafik 4.1 : Jumlah responden berdasarkan subyek pajak



Sumber : Data yang diolah

Responden terbanyak berasal dari kelompok subyek pajak orang pribadi yaitu sebesar 77 responden atau 46%. Subyek pajak badan ada di urutan kedua dengan jumlah responden 59 atau 35%. Bendahara berjumlah 33 responden atau sebesar 19%. Tidak terdapat responden BUT (Bentuk Usaha Tetap) hal ini dikarenakan tidak adanya bentuk usaha dari luar negeri yang melakukan usahanya di wilayah kerja KPP Pratama Magelang.

## 2. Lama terdaftar (memiliki NPWP)

Penggolongan lama terdaftar dimunculkan untuk melihat kematangan subyek pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakan. Penggolongan lama terdaftar ini dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu:

- a. Tidak lebih dari 1 tahun

Rentang waktu ini menunjukkan bahwa Wajib Pajak masih tergolong sebagai Wajib Pajak baru.

b. Antara 1 tahun sampai dengan 5 tahun

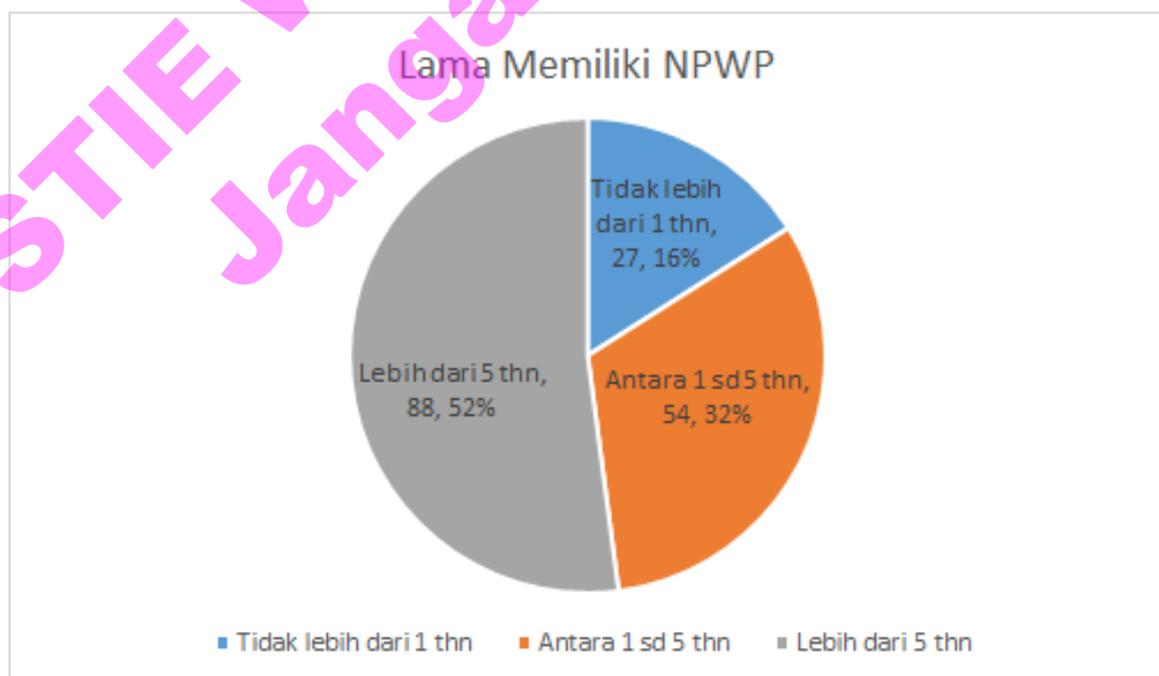
Pada rentang waktu ini Wajib Pajak digolongkan sebagai Wajib Pajak yang tumbuh. Wajib Pajak dianggap pada tingkat menengah dalam kematangan berkewajiban perpajakan.

c. Lebih 5 tahun

Lebih dari 5 (lima) tahun Wajib Pajak digolongkan sebagai Wajib Pajak yang sudah matang dalam melaksanakan ketentuan perpajakan.

Data yang diperoleh dalam kategori ini ditunjukkan sebagaimana dalam grafik di bawah ini.

Grafik 4.2 : Jumlah responden berdasarkan lamanya terdaftar



Sumber : Data yang diolah

Responden terbanyak berasal dari kelompok yang telah memiliki NPWP lebih dari 5 (lima) tahun yaitu sebesar 88 responden atau 52%. Responden yang memiliki NPWP antara 1 (satu) sampai dengan 5 (lima) tahun ada di urutan kedua dengan jumlah responden 54 atau 32%. Sedangkan responden yang memiliki NPWP tidak lebih dari 1 (satu) tahun berjumlah 27 responden atau sebesar 16%.

### 3. Sumber informasi peraturan

Kriteria pengelompokan ini dibatasi pada dari mana Wajib Pajak memperoleh informasi tentang peraturan pajak dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir. Pengelompokan ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran seberapa banyak Wajib Pajak yang memanfaatkan layanan *help desk*. Layanan *help desk* sebagai bentuk pelayanan mandiri merupakan peningkatan pelayanan bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak. *Help desk* sebagai layanan mandiri dimulai pada tahun 2015. Responden dibagi menjadi 5 (lima) kelompok berdasar sumber informasi peraturan, yaitu:

#### a. Penyuluhan pajak

Pada prinsipnya penyuluhan pajak juga merupakan sumber informasi peraturan yang dapat dimanfaatkan oleh Wajib Pajak. KPP Pratama Magelang menyediakan kelas pajak tematik. Bimbingan teknis perpajakan dalam kategori ini bersifat *one to many*.

b. Layanan *help desk*

Sejak tahun 2015 layanan bimbingan teknis telah ditingkatkan menjadi layanan mandiri yang dapat dimanfaatkan oleh Wajib Pajak setiap hari kerja. Bimbingan teknis perpajakan dalam kategori ini bersifat *one to one*.

c. Berbagai situs di internet

Peraturan pajak banyak bisa didapatkan di banyak situs internet. Berbagai situs yang memuat informasi peraturan pajak dikelola oleh konsultan pajak, perguruan tinggi dan pengamat di bidang perpajakan dapat membantu Wajib Pajak.

d. *Website* Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

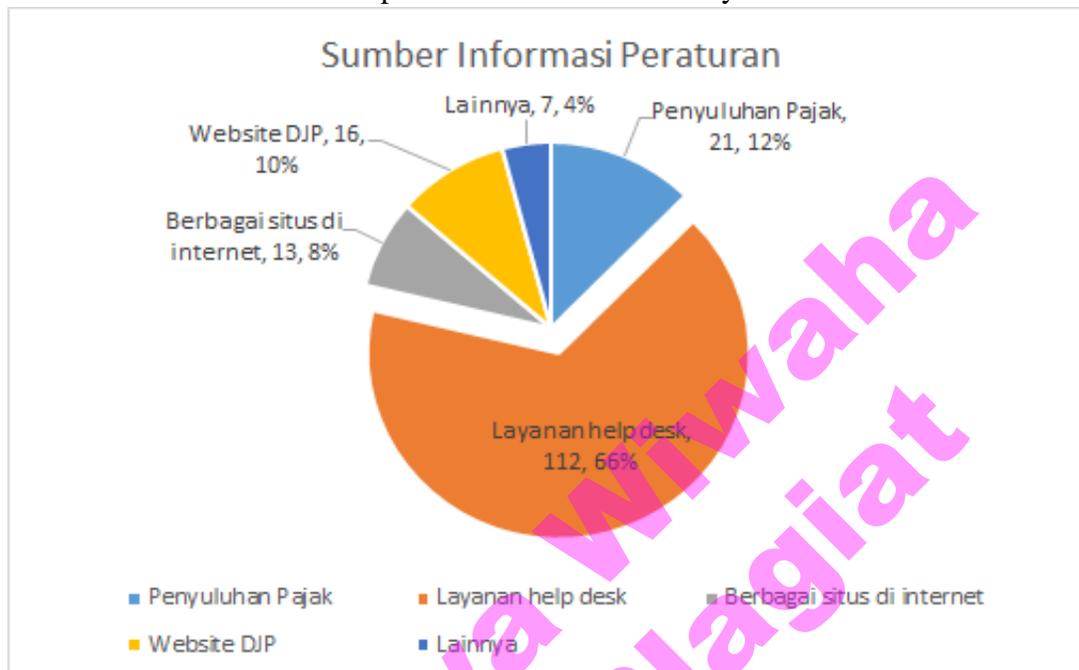
Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengelola laman yang tidak hanya berisi berita, artikel dan data terkait perpajakan di Indonesia.

Laman DJP [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id) juga memuat peraturan perpajakan, formulir bahkan aplikasi pajak yang dapat diunduh.

e. Lainnya

Kelompok ini digunakan untuk menampung apabila responden belum pernah mengakses sumber informasi di atas.

Grafik 4.3 : Jumlah responden berdasarkan lamanya terdaftar



Sumber : Data yang diolah

Dalam 3 (tiga) tahun terakhir kebanyakan responden memilih memanfaatkan layanan *help desk* yaitu sebesar 112 responden atau 66%. Responden yang memanfaatkan penyuluhan pajak di urutan kedua dengan jumlah responden 21 atau 12%. Sedangkan responden yang memilih mengakses [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id) sejumlah 16 responden atau sebesar 10%. Responden yang mengakses berbagai situs di internet sebanyak 13 responden atau sebesar 8%. Kelompok lainnya sejumlah 7 responden atau 4%. Pada kelompok lainnya ini Wajib Pajak menyatakan sumber informasi peraturan pajak diantaranya diperoleh dari teman kerja, radio atau media social seperti face book.

Apabila dari ketiga kategori data responden di atas dilakukan tabulasi silang diperoleh data sebagaimana disajikan tabel di bawah ini.

Tabel 4.4  
Tabulasi silang Lama Terdaftar \* Bentuk Subyek Pajak

		Bentuk Subyek Pajak			Total
		Orang Pribadi	Badan	Bendahara	
Lama Terdaftar	Count	15	6	6	27
	< 1 Tahun % of Total	8.9%	3.6%	3.6%	16.0%
	Count	29	13	12	54
	1-5 Tahun % of Total	17.2%	7.7%	7.1%	32.0%
	Count	33	40	15	88
	> 5 Tahun % of Total	19.5%	23.7%	8.9%	52.1%
Total	Count	77	59	33	169
	% of Total	45.6%	34.9%	19.5%	100.0%

Sumber : Data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan pengguna layanan *help desk* didominasi oleh responden yang telah memiliki NPWP lebih dari 5 (lima) tahun yaitu sebanyak 88 Wajib Pajak atau sebesar 52,1%. Responden yang memiliki NPWP diantara 1 (satu) sampai dengan 5 (lima) tahun sebanyak 54 Wajib Pajak atau sebesar 32,0%. Responden sampai dengan 1 (satu) tahun sebanyak 27 Wajib Pajak atau sebesar 16,0%. Tabel ini juga menunjukkan bahwa adanya jumlah yang meningkat di antara kelompok umur NPWP.

Tabel 4.5  
Sumber Informasi Peraturan \* Bentuk Subyek Pajak

			Bentuk Subyek Pajak			Total
			Orang Pribadi	Badan	Bendahara	
Pernah Mengikuti Penyuluhan Pajak	Count		13	2	6	21
	% of Total		7.7%	1.2%	3.6%	12.4%
Layanan help desk di KPP Pratama Magelang	Count		45	46	21	112
	% of Total		26.6%	27.2%	12.4%	66.3%
Sumber Informasi Peraturan	Count		7	4	2	13
	% of Total		4.1%	2.4%	1.2%	7.7%
Website Direktorat Jenderal Pajak	Count		9	4	3	16
	% of Total		5.3%	2.4%	1.8%	9.5%
Lainya	Count		3	3	1	7
	% of Total		1.8%	1.8%	0.6%	4.1%
Total	Count		77	59	33	169
	% of Total		45.6%	34.9%	19.5%	100.0%

Sumber : Data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan ketiga kelompok subyek pajak memilih menggunakan layanan *help desk* dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir sebagai sumber informasi peraturan pajak yaitu sebanyak 112 Wajib Pajak atau sebesar 66,3%. Peringkat kedua ketiga subyek pajak memilih penyuluhan pajak sebagai sumber informasi sebanyak 21 Wajib Pajak atau sebesar 12,4%. Laman

[www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id) dipilih sebanyak 16 Wajib Pajak atau sebesar 19,5% angka ini berada di atas berbagai situs di internet yang dipilih sebanyak 13 Wajib Pajak atau sebesar 7,7% .

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Uji Kualitas Instrumen dan Data

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

Validitas yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Instrumen dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur uji validitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *correlation product moment dan analisis faktor* Ghozali, (2013).. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas *correlation product moment*  $n=169$

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.776	0,1505	Valid
X1.2	0.768	0,1505	Valid
X1.3	0.744	0,1505	Valid
X1.4	0.629	0,1505	Valid
X2.1	0.755	0,1505	Valid
X2.2	0.859	0,1505	Valid
X2.3	0.832	0,1505	Valid
X2.4	0.767	0,1505	Valid
X3.1	0.737	0,1505	Valid
X3.2	0.835	0,1505	Valid
X3.3	0.793	0,1505	Valid
X3.4	0.859	0,1505	Valid
X3.5	0.782	0,1505	Valid
X4.1	0.777	0,1505	Valid
X4.2	0.843	0,1505	Valid
X4.3	0.780	0,1505	Valid
X4.4	0.894	0,1505	Valid
X5.1	0.798	0,1505	Valid
X5.2	0.897	0,1505	Valid
X5.3	0.853	0,1505	Valid

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X5.4	0.856	0,1505	Valid
X5.5	0.645	0,1505	Valid
Y1.1	0.738	0,1505	Valid
Y1.2	0.820	0,1505	Valid
Y1.3	0.868	0,1505	Valid
Y1.4	0.870	0,1505	Valid
Y1.5	0.863	0,1505	Valid

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas dengan *correlation product moment*  $n=169$  dapat dinyatakan bahwa semua item Uji memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,1505) sehingga semua item dinyatakan valid selanjutnya dilakukan analisis uji validitas dengan analisis faktor.

Tabel 4.7

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.948
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3929.597
	df	231
	Sig.	.000

Uji Validitas dengan analisis faktor Variabel Kualitas Pelayanan terdiri variabel faktor *Tangibles*, faktor *Reliability*, faktor *Responsiveness*, faktor *Assurance* dan faktor *Empathy* dengan nilai KMO lebih dari 0,5 dan nilai signifikan  $<0,05$  dapat dilanjutkan dengan analisis faktor.

Tabel 4.8  
 Hasil Uji Validitas dengan analisis factor  
 Variabel Kualitas Pelayanan

	Kualitas Layanan				
	<i>Tangibles</i>	<i>Reliability s</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>
X1.1	0.789				
X1.2	0.843				
X1.3	0.638				
X1.4	0.713				
X2.1		0.610			
X2.2		0.711			
X2.3		0.734			
X2.4		0.689			
X3.1			0.716		
X3.2			0.731		
X3.3			0.442		
X3.4			0.525		
X3.5			0.328		
X4.1				0.372	
X4.2				0.582	
X4.3				0.710	
X4.4				0.720	
X5.1					0.417
X5.2					0.750
X5.3					0.792
X5.4					0.688
X5.5					0.253

Sumber : Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas dengan *analisis factor*  $n=169$  Kualitas Pelayanan terdiri dari variabel faktor *Tangibles* dan factor *Reliability* masing-masing 4 pertanyaan dinyatakan seluruhnya valid nilai faktor loading lebih besar 0,5. Faktor *Responsiveness* terdiri dari 5 pertanyaan diketahui 3 valid dan 2 gugur yaitu no 3 dan 5 dengan factor loading kurang dari 0,5. Faktor *Assurance* dari 4 pertanyaan terdapat 1 soal yang gugur dan faktor *Empathy* dari 5 pertanyaan diketahui 2 gugur no 1 dan 5 dengan factor

loading kurang dari 0,5. Selanjutnya factor dengan soal yang gugur dihilangkan tidak digunakan untuk pembuktin hipotesis .

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Data yang reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X1)	0,871	Reliabel
<i>Reliability</i> (X2)	0,913	Reliabel
<i>Responsiveness</i> . (X3)	0,923	Reliabel
<i>Assurance</i> (X4)	0,922	Reliabel
<i>Empathy</i> (X5)	0,926	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,936	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6-0,7 sehingga dapat dinyatakan reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya.

### 4.3.2 Statistik Deskriptif

Deskripsi variabel penelitian dapat digunakan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel penelitian yang disajikan dengan statistik deskriptif. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan maka sumber informasi yang diperoleh dideskripsikan dalam bentuk nilai maksimum, nilai minimum, *mean*, dan standar deviasi. Perhitungan statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean Empiris			
	Min	Max	Mean	Std. Dev
<i>Tangibles</i> (X1)	4,0	20,0	16,89	2,93
<i>Reliability</i> (X2)	6,0	20,0	17,70	2,61
<i>Responsiveness</i> (X3)	3,0	15,0	13,59	1,97
<i>Assurance</i> (X4)	3,0	15,0	13,82	1,95
<i>Empathy</i> (X5)	3,0	15,0	13,60	2,10
Kepuasan (Y)	10,0	25,0	20,64	3,06

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel penelitian adalah baik. Hal ini ditunjukkan dari rata-rata skor pada variabel *tangible* sebesar 16,89 dan rata-rata skor pada variabel *reliability* sebesar 17,70. Rata-rata skor pada variabel *responsiveness* sebesar 13,59 dan rata-rata skor pada variabel *assurance* sebesar 13,82. Sedangkan rata-rata skor pada variabel *empathy* sebesar 13,60 dan rata-rata skor pada variabel kepuasan sebesar 20,64.

#### a. *Tangibles* (X1)

Distribusi frekuensi untuk variable *tangibles* dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11. Hasil Distribusi Frekuensi *Tangibles*

No	Kategori	Interval	Jumlah (f)	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	4,21 - 5,00	100	59,2
2	Tinggi	3,41 - 4,20	45	26,6
3	Sedang	2,61 - 3,40	22	13,0
4	Rendah	1,81 - 2,60	1	0,6
5	Sangat Rendah	1,00 - 1,80	1	0,6
Jumlah			169	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari 169 responden, *tangibles* sebagian besar pada kategori sangat tinggi sebanyak 100 responden (59,2%), kategori tinggi sebanyak 45 responden (26,6%), pada kategori sedang sebanyak 22 responden (13,0%) dan kategori rendah dan sangat rendah masing-masing sebanyak 1 responden (0,6%). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *tangibles* adalah kategori sangat tinggi.

**b. Reliability (X2)**

Distribusi frekuensi untuk variable *reliability* dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12. Hasil Distribusi Frekuensi *Reliability*

No	Kategori	Interval	Jumlah (f)	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	4,21 - 5,00	113	66,9
2	Tinggi	3,41 - 4,20	43	25,4
3	Sedang	2,61 - 3,40	11	6,5
4	Rendah	1,81 - 2,60	1	0,6
5	Sangat Rendah	1,00 - 1,80	1	0,6
Jumlah			169	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari 169 responden, *reliability* sebagian besar pada kategori sangat tinggi sebanyak 113 responden (66,9%), kategori tinggi sebanyak

43 responden (25,4%), pada kategori sedang sebanyak 11 responden (6,5%) dan kategori rendah dan sangat rendah masing-masing sebanyak 1 responden (0,6%). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *reliability* adalah kategori sangat tinggi.

c. **Responsiveness (X3)**

Distribusi frekuensi untuk variable *responsiveness* dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13. Hasil Distribusi Frekuensi *Responsiveness*

No	Kategori	Interval	Jumlah (f)	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	4,21 - 5,00	130	76,9
2	Tinggi	3,41 - 4,20	27	16,0
3	Sedang	2,61 - 3,40	10	5,9
4	Rendah	1,81 - 2,60	1	0,6
5	Sangat Rendah	1,00 - 1,80	1	0,6
Jumlah			169	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari 169 responden, *responsiveness* sebagian besar pada kategori sangat tinggi sebanyak 130 responden (76,9%), kategori tinggi sebanyak 27 responden (16,0%), pada kategori sedang sebanyak 10 responden (5,9%) dan kategori rendah dan sangat rendah masing-masing sebanyak 1 responden (0,6%). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *responsiveness* adalah kategori sangat tinggi.

**d. Assurances (X4)**

Distribusi frekuensi untuk variable *assurance* dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14. Hasil Distribusi Frekuensi *Assurance*

No	Kategori	Interval	Jumlah (f)	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	4,21 - 5,00	130	76,9
2	Tinggi	3,41 - 4,20	28	16,6
3	Sedang	2,61 - 3,40	8	4,7
4	Rendah	1,81 - 2,60	2	1,2
5	Sangat Rendah	1,00 - 1,80	1	0,6
Jumlah			169	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari 169 responden, *assurances* sebagian besar pada kategori sangat tinggi sebanyak 130 responden (76,9%), kategori tinggi sebanyak 28 responden (16,6%), pada kategori sedang sebanyak 8 responden (4,7%), kategori rendah sebanyak 2 responden (1,2%) dan sangat rendah sebanyak 1 responden (0,6%). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *assurances* adalah kategori sangat tinggi.

**e. Empathy (X5)**

Distribusi frekuensi untuk variable *empathy* dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15. Hasil Distribusi Frekuensi *Empathy*

No	Kategori	Interval	Jumlah (f)	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	4,21 - 5,00	121	71,6
2	Tinggi	3,41 - 4,20	33	19,5
3	Sedang	2,61 - 3,40	12	7,1
4	Rendah	1,81 - 2,60	1	0,6
5	Sangat Rendah	1,00 - 1,80	2	1,2
Jumlah			169	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari 169 responden, *empathy* sebagian besar pada kategori sangat tinggi sebanyak 121 responden (71,6%), kategori tinggi sebanyak 33 responden (19,5%), pada kategori sedang sebanyak 12 responden (7,1%), kategori rendah sebanyak 1 responden (0,6%) dan sangat rendah sebanyak 1 responden (1,2%). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *empathy* adalah kategori sangat tinggi.

**f. Kepuasan (Y)**

Distribusi frekuensi untuk variable kepuasan dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16. Hasil Distribusi Frekuensi Kepuasan

No	Kategori	Interval	Jumlah (f)	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	4,21 - 5,00	62	36,7
2	Tinggi	3,41 - 4,20	85	50,3
3	Sedang	2,61 - 3,40	21	12,4
4	Rendah	1,81 - 2,60	1	0,6
5	Sangat Rendah	1,00 - 1,80	0	0,0
Jumlah			169	100,0

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari 169 responden, kepuasan sebagian besar pada kategori tinggi sebanyak 85 responden (50,3%), kategori sangat tinggi sebanyak 62

responden (36,7%), pada kategori sedang sebanyak 21 responden (12,4%), dan kategori rendah sebanyak 1 responden (0,6%). Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek kepuasan adalah kategori tinggi.

### 4.3.3 Hasil Uji Asumsi

Uji asumsi sebagai prasarat untuk melakukan analisis regresi ganda. Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, linieritas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas.

#### 4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas residual dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria penerimaan normalitas residual adalah jika nilai signifikansi hasil perhitungan lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusinya dinyatakan normal, sebaliknya jika lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusi dinyatakan tidak normal (Ghozali, 2013). Hasil penghitungan untuk semua variabel disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas

Variabel	KSZ	Sig.	Kesimpulan
<i>Unstandardiz Residual</i>	1,082	0,192	Normal

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel penelitian, dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

#### 4.3.3.2 Uji Linieritas

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Pengujian dilakukan

dengan bantuan *SPSS 15,00 for windows*. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* kurang dari 0,05 maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier. Hasil pengujian linieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.18. Ringkasan Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>F</i>	<i>Sig</i>	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X1)	134,727	0,000	Linier
<i>Reliability</i> (X2)	167,464	0,000	Linier
<i>Responsiveness</i> (X3)	97,883	0,000	Linier
<i>Assurance</i> (X4)	108,904	0,000	Linier
<i>Empathy</i> (X5)	102,824	0,000	Linier

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *linearity* lebih kecil dari 0,05 untuk variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy terhadap kepuasan* sehingga dapat dinyatakan model regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier.

#### 4.3.3.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Berdasarkan aturan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*, maka apabila VIF melebihi angka 10 atau *tolerance* kurang dari 0,10 maka dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 atau *tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.19 sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Tangibles (X1)	0,468	2,135	No multikolinieritas
Reliability (X2)	0,292	3,424	No multikolinieritas
Responsiveness (X3)	0,303	3,299	No multikolinieritas
Assurance (X4)	0,237	3,217	No multikolinieritas
Empathy (X5)	0,255	3,916	No multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah 2018

Hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel independen diperoleh  $Tolerance > 0,1$  dan nilai  $VIF < 10$  nilai maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

#### 4.3.3.4 Uji Autokorelasi

Uji *autokorelasi* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi dapat diukur dengan menggunakan *Durbin Watson Test*. Untuk menentukan apakah persamaan regresi linier terdapat autokorelasi atau tidak maka. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Autokorelasi

Jumlah Variabel Bebas	DL	DU	4-DU	Nilai DW	Keputusan
5	1,655	1,802	2,198	1,866	Tidak terjadi autokorelasi

Hasil analisis diketahui nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,866 yang berada di antara nilai *du* sebesar 1,802 dan *4-du* sebesar 2,198 sehingga dikatakan dalam model tidak ada autokorelasi.

#### 4.3.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu autokorelasial satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variace dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskesdasitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X1)	0,490	No Heterokedastisitas
<i>Reliability</i> (X2)	0,490	No Heterokedastisitas
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,877	No Heterokedastisitas
<i>Assurance</i> (X4)	0,760	No Heterokedastisitas
<i>Empathy</i> (X5)	0,104	No Heterokedastisitas

Sumber: data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.21 heteroskedasitas dengan metode *glejser*, jika hasil analisis absolut variabel independen tidak signifikan secara statistik tidak berpengaruh terhadap variabel terikat maka tidak terjadi Heteroskedasitas, menunjukkan bahwa nilai signifikan masing-masing variabel independen ( $\alpha > 0,05$ ) sehingga dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi linear ganda menggunakan bantuan program komputer yang diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Ganda

Variabel	r <sub>hit</sub>	Sig.	Koefisien	t <sub>hit</sub>	Sig.
<i>Tangibles</i> (X1)	0.662	0,000	0,308	3,878	0,000
<i>Reliability</i> (X2)	0.701	0,000	0,382	3,389	0,001
<i>Responsiveness</i> (X3)	0.613	0,000	0,059	0,402	0,688
<i>Assurance</i> (X4)	0.630	0,000	0,127	0,756	0,451
<i>Empathy</i> (X5)	0.617	0,000	0,154	1,030	0,304
Konstanta	4,041				
F <sub>hitung</sub>	41,772				
Sig. F	0,000				
R Square	0,548				

\* Nilai signifikan <5%

$$Y = 4,041 + 0,308X_1 + 0,382X_2 + 0,059X_3 + 0,127X_4 + 0,154X_5$$

#### 4.3.5 Pengujian hipotesis pertama dan kelima (uji t)

Berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat diketahui pada variabel *tangibles* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,878 dengan signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) artinya bahwa *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan. Koefisien regresi *tangibles* = 0,308, artinya apabila *tangibles* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 30,8% dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel *reliability* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,389 dengan signifikansi sebesar 0,001 ( $p < 0,05$ ) artinya bahwa *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan. Koefisien regresi *reliability* = 0,382, artinya apabila *reliability* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 38,2% dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel *responsiveness* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,402 dengan signifikansi sebesar 0,688 ( $p > 0,05$ ) artinya bahwa *responsiveness* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Koefisien regresi *responsiveness* = 0,059, artinya apabila *responsiveness* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 5,9% dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel *assurance* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,756 dengan signifikansi sebesar 0,451 ( $p > 0,05$ ) artinya bahwa *assurance* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Koefisien regresi *assurance* = 0,127, artinya apabila *assurance* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 12,7% dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel *empathy* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,030 dengan signifikansi sebesar 0,304 ( $p > 0,05$ ) artinya bahwa *empathy* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Koefisien regresi *empathy* = 0,154, artinya apabila *empathy* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 15,4% dengan asumsi variabel lain tetap.

#### 4.3.6 Uji F

Uji signifikansi simulatan atau uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diuji dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan. Hasil analisis regresi linier ganda didapat nilai signifikan sebesar 0,000 artinya variabel kualitas pelayanan meliputi *tangibles*, *reliability*,

*responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Nilai koefisien determinasi menggunakan *R squares* ( $R^2$ ) untuk menentukan besar kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variasi variabel dependen pada regresi ganda. Berdasarkan hasil regresi ganda didapatkan nilai *R squares* ( $R^2$ ) sebesar 0,548. Nilai ini menunjukkan bahwa 54,8% varian yang terjadi terhadap kepuasan dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, dan sebesar 45,2% ditentukan oleh faktor lain.

#### **4.3.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.3.7.1 Tangible**

*Tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai *t* hitung sebesar 3,878 dengan signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). *Tangible* merupakan tanggapan Wajib Pajak terhadap fasilitas fisik, peralatan pendukung yang ada dan penampilan para petugas. Skor rata-rata persepsi wajib pajak yang tertinggi ada pada pertanyaan 3 (4,396) yaitu penampilan petugas *help desk* rapi dan menarik. Standar pelayanan pada tempat pelayanan terpadu di Kantor Pelayanan Pajak salah satunya mengatur etika berpakaian dan penampilan petugas.

Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *tangible* yang terendah ada pada pertanyaan 4 (rata-rata skor 4,053) yaitu terdapat fasilitas tempat parkir dan toilet yang memadai. Gedung KPP Pratama Magelang diresmikan pada tahun 1975 dengan demikian termasuk kategori bangunan yang sudah berumur lama. Skor yang rendah ini terutama disebabkan oleh terbatasnya lahan parkir yang ada. Kondisi pada saat

pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT), lahan parkir yang tersedia tidak mampu menampung kendaraan pengunjung KPP Pratama Magelang. Lahan parkir yang tersedia hanya digunakan untuk kendaraan roda 2 (dua). Pengunjung KPP Pratama Magelang yang mengendarai kendaraan roda 4 (empat) harus memarkir kendaraannya di pinggir jalan luar gedung KPP Pratama Magelang sehingga pengunjung harus berjalan kaki beberapa puluh meter dan dikenakan biaya parkir oleh juru parkir.

Pertanyaan 1 mengenai kebersihan, kerapian dan suhu pada ruang pelayanan *help desk* memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4,195. Nilai ini merupakan nilai dengan urutan terendah kedua pada dimensi *tangible*. Nilai ini sesuai dengan keluhan yang disampaikan Wajib Pajak. Wajib Pajak merasakan ruang pelayanan *help desk* tidak sejuk sehingga terasa tidak nyaman. Keluhan ini oleh peneliti dijadikan isu pada latar belakang masalah. Keadaan yang belum ada perubahan ini dikarenakan sudah waktunya dilakukan penggantian pengatur suhu ruangan (AC). Pembelian pengatur suhu ruangan (AC) harus mengikuti ketentuan yang mengatur tentang keuangan negara.

#### 4.3.7.2 *Reliability*

*Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai t hitung sebesar 3,389 dan signifikansi sebesar 0,001 ( $p < 0,05$ ). *Reliability* merupakan kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan dengan andal, tepat dan akurat. Pertanyaan pada dimensi *reliability* meliputi pertanyaan nomer 5 sampai dengan nomer 8. Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *reliability* yang tertinggi (4,521) ada pada pertanyaan 5, yaitu petugas memberikan penjelasan atau informasi dengan rinci. Skor rata-rata ini menunjukkan angka yang tinggi. *Help desk*

memberikan layanan penjelasan mengenai peraturan pajak, tata cara sehubungan dengan pemanfaatan fasilitas di bidang perpajakan, tata cara sehubungan dengan memperoleh hak Wajib Pajak dan pengoperasian aplikasi terkait kewajiban pelaporan pajak. Skor yang tinggi ini menunjukkan bahwa penjelasan yang diberikan oleh petugas sesuai dengan penjelasan yang seharusnya disampaikan kepada Wajib Pajak. Peraturan pajak, prosedur perpajakan dan aplikasi pelaporan akan dapat dilaksanakan oleh Wajib Pajak apabila Wajib Pajak memperoleh informasi atau penjelasan yang komprehensif atas suatu peraturan, prosedur maupun aplikasi.

Pertanyaan nomer 6 yaitu penjelasan atau informasi yang disampaikan oleh petugas dapat diterima dengan jelas dan mudah dipahami oleh Wajib Pajak memiliki skor rata-rata 4,420. Angka ini dapat diartikan bahwa petugas mampu memberikan pemahaman kepada Wajib Pajak atas peraturan, tata cara ataupun aplikasi perpajakan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh Wajib Pajak. Pajak pada dasarnya adalah masalah hukum. Penyusunan peraturan pajak pasti telah memenuhi kaidah-kaidah dalam *legal drafting*. Oleh karena itu apabila peraturan pajak dijelaskan dengan bahasa hukum sebagaimana apa adanya dalam peraturan pajak tersebut, Wajib Pajak tentu akan menjadi bingung dan kesulitan memenuhi peraturan, tata cara ataupun aplikasi yang dipersyaratkan.

Informasi atau respon petugas sesuai dengan kebutuhan Wajib Pajak adalah pertanyaan nomer 7. Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas pertanyaan nomer 7 sebesar 4,479. Hal ini dapat diartikan bahwa petugas dengan kemampuan yang dimilikinya mampu memenuhi kebutuhan Wajib Pajak atas penjelasan atau informasi mengenai peraturan, tata cara atau aplikasi perpajakan. Adanya kebutuhan

akan pemahaman terhadap peraturan, tata cara atau aplikasi perpajakan inilah yang mendorong Wajib Pajak untuk memanfaatkan layanan *help desk*. Dengan memanfaatkan layanan *help desk* Wajib Pajak menilai bahwa pemahaman terhadap peraturan, tata cara atau aplikasi perpajakan yang diperoleh berasal dari sumber resmi yang kompeten di bidang perpajakan. Pengetahuan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai pedoman bagi Wajib Pajak untuk melaksanakan hak dan kewajibannya di bidang perpajakan. Pelaksanaan hak dan kewajiban yang sesuai dengan ketentuan menjadikan Wajib Pajak merasa aman dan tenang karena akan terhindar dari resiko ketidakpatuhan terhadap peraturan pajak.

Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *reliability* yang terendah (4,284) ada pada pertanyaan 8 yaitu informasi yang diberikan petugas didukung referensi kepustakaan tentang ketentuan dan peraturan pajak. Angka yang lebih rendah dibandingkan pertanyaan pada dimensi *reliabilitas* ini menunjukkan bahwa sebagian Wajib Pajak berkeinginan agar peraturan pajak yang menjadi dasar hukum atas suatu perlakuan perpajakan disebutkan oleh petugas ketika memberi penjelasan.

#### 4.3.7.3 *Responsiveness*

Variabel *responsiveness* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,402 dengan signifikansi sebesar 0,688 ( $p > 0,05$ ) artinya bahwa *responsiveness* berpengaruh tidak signifikan pada kepuasan. *Responsiveness* yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap. Pertanyaan pada dimensi *responsiveness* meliputi pertanyaan nomer 9 hingga dengan nomer 13.

Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *responsiveness* yang tertinggi (4,627) ada pada pertanyaan 10 yaitu petugas siap untuk membantu Wajib Pajak. Skor atas

pertanyaan ini menunjukkan bahwa petugas siap memberikan solusi atas permasalahan yang disampaikan oleh Wajib Pajak.

Terdapat 2 (dua) Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *responsiveness* yang terendah yaitu sebesar 4,473. Kedua pertanyaan tersebut adalah pertanyaan 11 yaitu petugas merespon pertanyaan atau permasalahan Wajib Pajak dengan cepat dan pertanyaan 12 yaitu petugas bertindak proaktif terhadap kebutuhan Wajib Pajak.

Pertanyaan 9 yaitu petugas segera memanggil Wajib Pajak setelah selesai melayani nomor antrian sebelumnya. Pertanyaan ini memiliki skor rata-rata sebesar 4,491. Sedangkan pertanyaan 13 yaitu petugas melayani Wajib Pajak secara tuntas memiliki skor rata-rata sebesar 4,556.

#### 4.3.7.4 Assurances

Variabel *assurance* menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,756 dengan signifikansi sebesar 0,451 ( $p > 0,05$ ) artinya bahwa *assurance* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan.

*Assurance* yaitu kemampuan untuk memberikan sesuatu yang dapat dipercaya (aman dan terjamin keandalannya). Skor rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *assurances* yang tertinggi ada pada pertanyaan 16 (4,615) yaitu petugas mampu menjaga kerahasiaan informasi dan data yang disampaikan Wajib Pajak.

Dan nilai rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *assurances* yang terendah ada pada pertanyaan 14 (4,426) yaitu petugas mempunyai kemampuan teknis dan pengetahuan pajak yang memadai.

Pertanyaan 15 yaitu petugas bersikap sopan, ramah dan dapat dipercaya, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,609 nilai ini merupakan nilai tertinggi kedua pada dimensi *assurances*. Keluhan yang disampaikan Wajib Pajak terkait kesopanan

dalam berkomunikasi. Keluhan ini oleh peneliti dijadikan isu pada latar belakang masalah. Perbedaan persepsi Wajib Pajak dengan keluhan yang menjadi isu peneliti merupakan dampak atas tindakan koreksi yang telah dilaksanakan sebelum dilakukan penyebaran kuesioner. Tindakan koreksi yang dilakukan berupa pelaksanaan *in house training* mengenai teknik komunikasi.

#### 4.3.7.5 Empathy

Variabel *empathy* menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 1,030 dengan signifikansi sebesar 0,304 ( $p > 0,05$ ) artinya bahwa *empathy* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan.

*Empathy* yaitu tingkat kepedulian dan perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan dengan maksud untuk memahami kebutuhan pelanggan. Nilai rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *empathy* yang tertinggi ada pada pertanyaan 22 (4,793) yaitu petugas tidak memungut biaya atas pelayanannya. Dan nilai rata-rata persepsi Wajib Pajak atas *empathy* yang terendah ada pada pertanyaan 19 (4,515) yaitu petugas memahami kendala yang dimiliki Wajib Pajak.

Pertanyaan 18 yaitu ketika melayani petugas tidak melakukan hal lain yang tidak berhubungan dengan kebutuhan Wajib Pajak, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,574 nilai ini merupakan nilai tertinggi kedua pada dimensi *empathy*. Keluhan yang disampaikan Wajib Pajak terkait kesopanan dalam berkomunikasi. Keluhan ini oleh peneliti dijadikan isu pada latar belakang masalah. Perbedaan persepsi Wajib Pajak dengan keluhan yang menjadi isu peneliti merupakan dampak atas tindakan koreksi yang telah dilaksanakan sebelum dilakukan penyebaran kuesioner. Tindakan koreksi yang dilakukan berupa pelaksanaan *in house training* mengenai teknik komunikasi.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan, nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi menggunakan *R squares* ( $R^2$ ) sebesar 0,548. Nilai ini menunjukkan bahwa 54,8% varians yang terjadi terhadap kepuasan dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, dan sebesar 45,2% ditentukan oleh faktor lain.

*Responsiveness*, *Assurances* dan *Empathy* berdasarkan uji *t* diketahui bahwa signifikansi ketiga dimensi ini menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan pada kepuasan. Pengaruh yang tidak signifikan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Wajib Pajak memanfaatkan layanan *help desk* dikarenakan adanya kebutuhan pemahaman mengenai peraturan pajak, tata cara (prosedur) yang berkaitan dengan pemanfaatan suatu fasilitas perpajakan dan hak Wajib Pajak, serta hal-hal teknis terkait aplikasi wajib yang digunakan dalam pelaporan pajak. KPP Pratama Magelang adalah instansi pemerintah pusat yang tugas pokok dan fungsinya adalah melaksanakan administrasi pemerintahan di bidang perpajakan. Oleh karenanya bagi Wajib Pajak di kota Magelang dan kabupaten Magelang sumber pengetahuan tentang peraturan pajak, tata cara (prosedur) yang berkaitan dengan pemanfaatan suatu fasilitas perpajakan dan hak Wajib Pajak, serta hal-hal teknis terkait aplikasi wajib yang digunakan dalam pelaporan pajak yang paling kompeten adalah KPP Pratama Magelang.

2. Bagi sebagian Wajib Pajak yang berkepentingan dengan pemanfaatan fasilitas atau memperoleh haknya sebagai Wajib Pajak, lebih memfokuskan perhatiannya pada pemahaman terhadap informasi terkait bagaimana caranya agar Wajib Pajak tersebut dapat memperoleh fasilitas atau dapat memperoleh haknya sebagai Wajib Pajak dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya dalam kualitas pelayanan. Informasi yang diperoleh Wajib Pajak akan menjadi pedoman untuk memenuhi dokumen-dokumen yang menjadi persyaratan agar kepentingannya dapat diproses dan disetujui oleh KPP Pratama Magelang.
3. Bagi Wajib Pajak yang berkepentingan dengan upaya pemenuhan kewajiban perpajakan akan lebih memfokuskan perhatiannya pada pemahaman terhadap informasi terkait bagaimana peraturan tersebut dioperasionalkan dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya dalam kualitas pelayanan. Informasi yang diperoleh Wajib Pajak akan menjadi pedoman untuk melaksanakan peraturan tersebut dengan akurat dan sebaik-baiknya agar terhindar dari pengenaan sanksi administrasi.
4. Implementasi Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-27/PJ/2016 tentang Standar Pelayanan Di Tempat Pelayanan Terpadu Kantor Pelayanan Pajak membawa dampak positif. Peraturan ini mengatur tentang standar pelayanan ditempat pelayanan terpadu pada Kantor Pelayanan Pajak yang meliputi:
  - a. Standar pengelolaan pelayanan
  - b. Standar sumber daya manusia

- c. Standar fasilitas
- d. Standar pengawasan

Layanan *help desk* dilaksanakan di ruang pelayanan yang dikenal sebagai Tempat Pelayanan Terpadu (TPT) yaitu tempat pelayanan perpajakan yang terintegrasi di Kantor Pelayanan Pajak. Dengan demikian layanan *help desk* wajib melaksanakan peraturan ini.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan berbagai pengujian dan analisis data dari penelitian ini dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. *Tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan. Apabila *tangibles* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 30,8% dengan asumsi variabel lain tetap.
2. *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan. Apabila *reliability* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 38,2% dengan asumsi variabel lain tetap.
3. *Responsiveness* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Apabila *responsiveness* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 5,90% dengan asumsi variabel lain tetap.
4. *Assurance* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Apabila *assurance* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 12,7% dengan asumsi variabel lain tetap.
5. *Empathy* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Apabila *empathy* meningkat 1% maka kepuasan bertambah sebesar 15,4% dengan asumsi variabel lain tetap.
6. *Reliability* merupakan dimensi yang dominan pada kepuasan pengguna layanan *help desk* di KPP Pratama Magelang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Bagi petugas *help desk*.
  - a. Pada saat memberikan penjelasan kepada Wajib Pajak sebaiknya menyebutkan peraturan pajak yang menjadi dasar hukum bagi perlakuan perpajakan, tata cara dan aplikasi perpajakan yang dipersyaratkan untuk dipatuhi oleh Wajib Pajak. Dengan menyebutkan peraturan yang menjadi dasar hukum lebih memberikan kepastian hukum bagi Wajib Pajak.
  - b. Pada saat memberikan penjelasan kepada Wajib Pajak sebaiknya juga mempertimbangkan kendala yang dimiliki oleh Wajib Pajak. Wajib Pajak yang memanfaatkan layanan *help desk* sangat bervariasi dalam kecepatan menyerap informasi yang diberikan oleh petugas. Petugas dalam memberikan pemahaman atas suatu ketentuan atau prosedur kepada Wajib Pajak yang awam mengenai pajak agar lebih menggunakan kalimat yang memudahkan untuk dimengerti oleh Wajib Pajak dan bersikap lebih sabar daripada kepada Wajib Pajak yang sudah terbiasa menangani masalah pajak.
2. Bagi KPP Pratama Magelang.
  - a. Saat *peak season* pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) KPP Pratama Magelang sebaiknya menyediakan tambahan lahan parkir yang dapat dimanfaatkan oleh Wajib Pajak. Tambahan lahan parkir ini dapat

dilakukan dengan antara lain menerbitkan edaran diberlakukannya larangan parkir bagi pegawai di tempat yang direncanakan akan digunakan sebagai lahan parkir tambahan.

- b. Mengumpulkan data mengenai alat pengatur suhu ruangan (AC) yang sesuai untuk ruang pelayanan *help desk*. Selanjutnya data ini digunakan untuk membuat usulan rencana pembelian alat pengatur suhu ruangan (AC) dalam penyusunan Rencana Kerja Anggaran (RKA) KPP Pratama Magelang.
- c. *In house training* sebaiknya dilakukan dengan lebih sering dan diperkaya dengan materi studi kasus. Pemahaman dan persepsi yang sama terhadap peraturan diantara para petugas *help desk* adalah hal yang sangat penting. *Refreshing* sebaiknya juga dilakukan untuk peraturan yang masih berlaku namun jarang menjadi pertanyaan Wajib Pajak agar pemahaman para petugas tetap terjaga.

## Daftar Pustaka

- Ade Sanjaya (2015), *Pengertian Pemasaran Menurut Definisi Para Ahli*,  
<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-pemasaran-menurut-definisi.html>,
- Aji, Wahyu, *Karakteristik dan Klasifikasi Jasa*,  
<http://profilekonomi.blogspot.co.id/2014/07/karakteristik-dan-klasifikasi-jasa.html>
- Auditua, Hotman (2009), *Analisis Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Jatinegara*, Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta
- Denny (2017), *Kualitas Pelayanan Pembuatan Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Semarang*, Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Semarang
- Dompu, Amirullah (2014), *Menentukan Jumlah Sampel*,  
<https://sinarakademikamalang.wordpress.com/2014/08/13/menentukan-jumlah-sampel/>
- Ghozali, H Imam, Prof., Dr, M.Com., Akt (2007), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro,
- Idtesis.com (2012), *Pengertian dan Jenis Metode Deskriptif*, <https://idtesis.com/metode-deskriptif/>
- Junaedi, Tavip Achmad, Djumilah Hadiwijoyo, Eka Afnan Troena, Iwan Triyuwono (2012), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau)*, Jurnal Aplikasi manajemen,  
<http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/409>, 2012
- Kotler, Philip (2000), *Marketing Management*, The Millennium Edition, Prentice Hall, Inc.,
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2012), *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, Jilid 1, Edisi Ketujuh, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2012), *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, Jilid 2, Edisi Ketujuh, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Pengertian Penelitian: Apa itu Penelitian?*,  
<http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-penelitian-apa-itu-penelitian.html#>
- Rangkuti, Freddy (2002), *Riset Pemasaran*, cet. 5, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Richard, Muhammad & Hadijah Alaydrus (2017), *Kontribusi-pertumbuhan-ekonomi-sektor-jasa-bakal-mendominasi*, Kalimantan.Bisnis.com,

<http://kalimantan.bisnis.com/read/20171213/433/717784/kontribusi-pertumbuhan-ekonomi-sektor-jasa-bakal-mendominasi>

Sugiyono, Prof., Dr. (2015), *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan ke-4, Bandung: Alfabeta

Suryadharma, I Wayan Widya dan I Ketut Nurcahya (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali

Syamsun, Adityawarman Adil Muhammad dan Mukhamad Najib (2016), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien RSUD Kota Bogor*, Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

Tjiptono, Fandy, Phd., Gregorius Chandra (2016), *Service, Quality dan Satisfaction*, Edisi ke-4, Yogyakarta, Penerbit ANDI

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

Wijayanto, Kusuma (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*, DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 17, No. 1, Juni 2015

STIE Widya Niwano  
Jangan Plagiat