



**JBK**

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan

Volume 16, Issue 2, 2020

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

## **Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Pelayanan Pajak Terhadap Motivasi Membayar Pajak Serta Dampaknya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

**Anak Agung Gde Mantra Suarjana<sup>1</sup>, I Dewa Made Partika<sup>2</sup>, I Made Sura Ambara Jaya<sup>3</sup>, Ni Gst Nym Suci Murni<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

<sup>4</sup>Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

<sup>1</sup>agungsuarjana@gmail.com

**Abstract.** This study aims to analyze the influence of quality of tax service, the satisfaction of tax service partially on the motivation to pay taxes, to analyze the influence of tax service quality, the satisfaction of tax service partially to taxpayer compliance, to analyze the motivation effect of paying taxes on taxpayer compliance, to analyze the influence of quality of service tax on the compliance of tax-mediated motivation to pay motivated taxes, and to analyze the influence of satisfaction of tax services on the compliance of taxpayer's mediated motivation to pay taxes. Samples were taken as much as 100 taxpayers in Denpasar with random sampling techniques. The data analysis technique is a pathway analysis technique. The results of data analysis with significance 0.05 indicate that the quality and the satisfaction of tax service partially have positive and significant effect on the motivation to pay taxes and to the taxpayer's compliance. The motivation to pay taxes has positive and significant effect to the taxpayer compliance. The quality and satisfaction of tax service have positive and significant impact to the compliance with tax-mediated motivation to pay tax.

**Keywords:** *Quality, Tax Service Satisfaction, Taxpayer Compliance*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak secara parsial terhadap motivasi membayar pajak, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak, menganalisis pengaruh motivasi membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak, dan menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak. Sampel diambil sebanyak 100 orang wajib pajak di Kota Denpasar dengan teknik random sampling. Teknik analisis data adalah teknik analisis jalur. Hasil analisis data dengan signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak maupun terhadap kepatuhan wajib pajak. Motivasi membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kualitas serta kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak.

**Kata Kunci:** *Kualitas, Kepuasan Pelayanan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak*

### **PENDAHULUAN**

Salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan melakukan pembangunan nasional. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah

harus memerhatikan dana atau anggaran yang ada agar proses pembangunan nasional dapat berjalan dengan baik. Pembangunan nasional memerlukan biaya yang tidak sedikit sehingga penerimaan negara perlu ditingkatkan (Pranata, 2015). Pendapatan Indonesia berasal dari dua sektor, yaitu sektor internal dan sektor eksternal. Pendapatan dari sektor internal berasal dari pajak, sedangkan pendapatan dari sektor eksternal berasal dari pinjaman luar negeri. Penerimaan dari sektor pajak belumlah optimal, dengan memerhatikan rasio pajak. Rasio pajak menjadi isu menarik mengingat rasio pajak Indonesia dianggap rendah. Rasio pajak merupakan salah satu indikator untuk menilai kinerja penerimaan pajak. Rasio pajak Indonesia tahun 2017 sebesar 10,78 persen, tahun 2018 sebesar 11,6 persen, tahun 2019 sebesar 12,2% (target APBN) dan tergolong rendah. Walaupun rasio pajak bukan satu-satunya indikator, namun hingga saat ini rasio pajak menjadi ukuran yang dianggap memberi gambaran umum atas kondisi perpajakan di suatu negara. Dengan rendahnya rasio pajak, maka masalah ini perlu dipecahkan bersama untuk mendorong kepatuhan wajib pajak membayar pajak.

Begitu besarnya peran pajak dalam penerimaan negara, pemerintah sudah seharusnya memaksimalkan pendapatan negara dari sektor pajak. Salah satu cara pemerintah untuk memaksimalkan pendapatan negara dari sektor pajak yaitu mulai diberlakukannya sistem pemungutan pajak *self assessment system* sejak reformasi perpajakan pada tahun 1983 sebagai pengganti dari *official assessment system* (Widyantari, 2017). Dengan adanya sistem pemungutan pajak online, menuntut adanya peran serta aktif dari masyarakat serta dibutuhkan pula kepatuhan yang tinggi dari wajib pajak. Mustaphaa & Sheikh Obid (2015) menemukan bahwa kualitas layanan pajak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan sistem pajak online. Kepatuhan wajib pajak akan berdampak pada wajib pajak lainnya sehingga terbentuk motivasi bagi wajib pajak lainnya membayar pajak karena ada faktor perilaku yang bisa dipakai sebagai contoh.

Untuk itu diperlukan adanya motivasi wajib pajak untuk membayar kewajibannya. Motivasi dari wajib pajak sangat diperlukan untuk mematuhi kewajiban perpajakan. Oleh karenanya, sosialisasi tentang manfaat pembayaran pajak untuk kesejahteraan rakyat harus terus digalakkan untuk menumbuhkan motivasi wajib pajak. Banyak wajib pajak yang menggunakan jasa konsultan perpajakan untuk membantu menyelesaikan masalah perpajakan agar mereka dapat berkonsentrasi pada pekerjaan atau bisnisnya. Hal ini dapat menunjukkan motivasi yang kuat memenuhi kewajiban membayar pajak. Penelitian Safian & Hamid (2017) menjelaskan bahwa motivasi intrinsik dan ekstrinsik dapat memengaruhi perilaku kepatuhan pajak. Motivasi intrinsik dalam konteks pajak biasanya dikaitkan dengan moral pajak. Sebaliknya, motivasi ekstrinsik dalam kepatuhan pajak umumnya dibahas sebagai memberikan bujukan positif untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Temuan berbeda dari studi Puspitasari & Meiranto (2014); Ghoni (2012) menemukan bahwa motivasi dari wajib pajak tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak daerah dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Dalam praktik nyata kepatuhan wajib pajak merupakan tindakan yang tidak mudah untuk direalisasikan. Kebanyakan wajib pajak memiliki kecenderungan untuk dapat meloloskan diri dari kewajibannya membayar pajak dan melakukan tindakan melawan pajak. Untuk meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak tersebut, perlu ada perbaikan, baik dari sisi sumber daya manusia maupun penegakan hukum. Masalah kepatuhan wajib pajak adalah masalah penting, baik di negara maju maupun di negara berkembang. Karena jika wajib pajak tidak patuh, maka akan menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, pengelakan, penyelundupan dan pelalaian pajak yang pada akhirnya tindakan tersebut akan menyebabkan penerimaan pajak negara akan berkurang (Asbar, 2014).

Salah satu upaya dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak adalah memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Konsultan Pajak (KKP) hendaknya dapat mewujudkan kualitas pelayanan yang baik sehingga menimbulkan kepuasan bagi wajib pajak. Studi Subarkah & Dewi (2017) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Namun hal berbeda ditemukan Rahmawati & Yulianto (2018) di mana persepsi

kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Demikian juga studi oleh Ttaffi & Jabbar (2016) menemukan bahwa kualitas layanan pajak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku ketidakpatuhan pajak.

Wajib pajak yang berkonsultasi di bidang perpajakan pada KKP mengalami peningkatan baik wajib pajak orang pribadi maupun badan. Relevansi antara kualitas pelayanan, kepuasan pelayanan, yang mampu memotivasi wajib pajak membayar pajak tercermin pada kepatuhan pembayaran pajak perlu dicermati dan diidentifikasi, sehingga upaya-upaya mewujudkan kepatuhan wajib pajak dapat lebih terencana. Di samping itu, masih terdapat *gap research* hubungan antar variabel yang diteliti, sehingga sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan untuk mengetahui kebenaran empiris, dan adanya kebaruan motivasi sebagai variabel mediasi menjadikan penelitian ini sangat menarik.

Dengan memerhatikan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap motivasi membayar pajak. (2) Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan pajak terhadap motivasi membayar pajak. (3) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. (4) Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. (5) Untuk menganalisis pengaruh motivasi membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. (6) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak. (7) Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak.

Awaluddin & Tamburaka (2017) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak. Ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada wajib pajak di kantor sistem satu atap, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Wisudawaty *et al.* (2018) kualitas layanan pajak berdampak pada kepatuhan wajib pajak. Dalam studi Gupta (2015) menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan praktisi pajak dapat meningkatkan kualitas keseluruhan dari layanan para praktisi pajak, sehingga meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Nurlaela *et al.* (2018) menemukan bahwa kualitas layanan pajak dan sanksi pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Halim & Ratnawati (2014) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan sikap wajib pajak berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan pelaporan wajib pajak orang pribadi. Indrayani & Suhendra (2017) menemukan bahwa kepatuhan pajak terpengaruh oleh tingkat kesadaran wajib pajak, persepsi kualitas layanan dan persepsi kenyamanan fasilitas. Handayani & Damayanti (2018) memperoleh bukti empiris bahwa semua variabel dependen adalah kualitas jasa perpajakan, pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, sosialisasi pajak, sanksi pajak dan sikap wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak individu di Indonesia. Setyonugroho & Sardjono (2013) menjelaskan bahwa pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan, persepsi yang baik tentang efektivitas sistem perpajakan, dan kualitas layanan memengaruhi kesediaan membayar pajak.

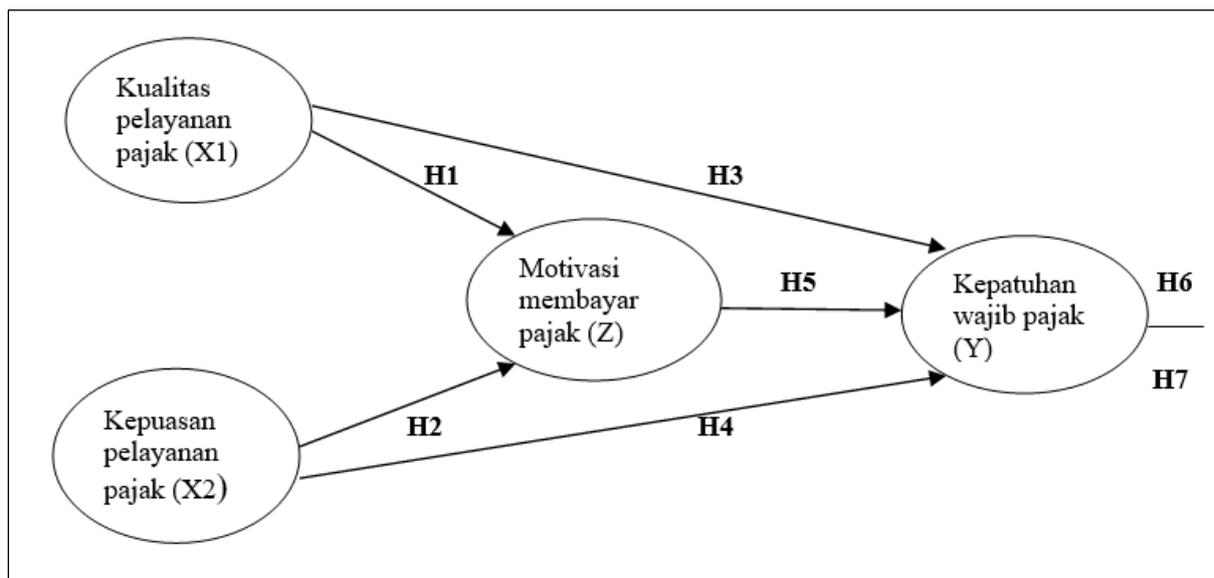
Day dalam Tjiptono (2002) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan (wajib pajak) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk/jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan (wajib pajak). Jika kinerja pelayanan (pelayanan perpajakan) berada di bawah harapan pelanggan (wajib pajak), maka pelanggan (wajib pajak) akan tidak puas. Jika kinerja di atas harapan, maka pelanggan (wajib pajak) akan puas. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan kepada wajib pajak, sehingga wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan dalam melaksanakan kewajibannya membayar pajak (Mahardika, 2015). Studi oleh Jofreh & Rostami (2014) menemukan bahwa kepuasan dengan kualitas pajak layanan pada wajib pajak di kantor umum di PPN Teheran dapat menimbulkan kepatuhan pajak.

Motivasi adalah keadaan di mana seseorang merasa terdorong untuk melakukan kegiatan demi mencapai suatu tujuan. Motivasi dapat dibagi menjadi motivasi intrinsik dan

ekstrinsik. Motivasi dapat memberikan pengaruh positif pada kepatuhan dalam membayar pajak. Kontribusi kuat pada motivasi diberikan oleh faktor ekstrinsik, sedangkan faktor terdesak memberikan kontribusi yang lemah (Sulistiyono, 2012). Motivasi eksternal berupa kepercayaan kepada pemerintah dan kewenangan pemerintah saja tidak cukup untuk memotivasi seseorang untuk patuh membayar pajak. *Crowding theory* yang dikemukakan oleh Frey & Jegen (2001) menetapkan interaksi sistematis antara motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Efek *crowding-out* akan muncul ketika intervensi eksternal dianggap melemahkan motivasi intrinsik individu dalam melakukan tindakan. Sedangkan efek *crowding-in* muncul ketika intervensi eksternal dianggap sebagai pendukung individu dalam melakukan suatu tindakan. Gangl *et al.* (2015) menjelaskan bahwa motivasi yang dipaksakan berhubungan negatif dengan kepatuhan pajak, sedangkan motivasi yang berkomitmen berhubungan positif dengan kepatuhan membayar pajak.

Kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan pada undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku serta tunduk dan patuh serta melaksanakan ketentuan perpajakannya (Rahayu, 2010). Dalam pajak, aturan yang berlaku adalah Undang-undang Perpajakan. Kepatuhan pajak merupakan kepatuhan seseorang, dalam hal ini adalah wajib pajak, terhadap peraturan atau Undang-undang Perpajakan. Kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara. Kepatuhan dapat diartikan ketaatan dalam menjalankan aturan-aturan yang telah ditentukan. Rantung & Adi (2009) mendefinisikan sebagai suatu nilai yang rela dikontribusikan oleh seseorang (yang ditetapkan dengan peraturan) yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) secara langsung. Kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan dewasa ini yang diharapkan di dalam pemenuhannya diberikan secara sukarela. Kepatuhan wajib pajak menjadi aspek penting mengingat sistem perpajakan Indonesia menganut sistem self assessment di mana dalam prosesnya secara mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban perpajakannya.

Josep & Jacob (2018) menemukan bahwa pengaruh faktor-faktor seperti kesadaran, pengetahuan pajak, kepuasan, faktor demografis dan kualitas layanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak. Supadmi (2009) peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pada wajib pajak sebagai pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepatuhan dalam bidang perpajakan. Dengan kepuasan kualitas pelayanan yang diberikan dapat mendorong wajib pajak untuk patuh melaksanakan kewajibannya. Demikian juga dengan kualitas pelayanan pajak yang baik dapat meningkatkan motivasi wajib pajak membayar pajak sehingga kepatuhan membayar pajak akan terlaksana dengan baik. Berikut ini disampaikan kerangka konseptual penelitian untuk menunjukkan gambaran tentang hipotesis penelitian yang diajukan dan akan dibuktikan.



Gambar 1. Kerangka konsep penelitian

Berdasarkan tinjauan teoritis, penelitian sebelumnya yang mendukung dan kerangka konsep penelitian seperti pada Gambar 1 di atas, maka hipotesis yang diajukan dan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H1:** Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak.

**H2:** Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak.

**H3:** Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**H4:** Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**H5:** Motivasi membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**H6:** Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak.

**H7:** Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak.

## METODE PENELITIAN

Sumber data penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner. Sampel Kantor Konsultan Pajak ditentukan dengan teknik random sampling. Dari Kantor Konsultan Pajak yang terpilih, selanjutnya diambil sampel secara acak baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan di kota Denpasar. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan pendapat Tabachnick dan Fidell dalam Pallant (2007) yang menyatakan bahwa sampel yang dibutuhkan untuk uji regresi, berkaitan dengan jumlah variabel bebas yang digunakan yaitu:  $n > 50 + 8m$ . Di mana  $n$  = jumlah sampel,  $m$  = jumlah variabel bebas. Dengan rumus ini, sampel yang mesti diambil adalah  $> 74$  sampel. Sampel (subjek penelitian) diambil sebanyak 100 sampel baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan yang menjadi klien dari Kantor Konsultan Pajak di kota Denpasar.

Dalam penelitian ini, ada empat instrumen yaitu: instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan pajak, instrumen untuk mengukur kepuasan pelayanan pajak, instrumen untuk mengukur motivasi wajib pajak membayar pajak dan instrumen untuk mengukur kepatuhan wajib pajak membayar pajak. Pengukuran instrumen dengan menggunakan skala Likert

dengan lima tingkatan yang diberi skor : (1) Sangat Setuju diberi skor 5, (2) Setuju diberi skor 4, (3) Ragu-ragu/Netral diberi skor 3, (4) Tidak Setuju diberi skor 2, (5) Sangat Tidak Setuju diberi skor 1. Kuesioner sebelum digunakan sebagai pengumpul data penelitian, terlebih dahulu diujicobakan ke sampel uji coba penelitian untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Jika hasil korelasi dengan skor total masing-masing variabel  $\geq 0,30$ , maka instrumen dinyatakan valid. Uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach Alpha, jika nilai Alpha  $\geq 0,70$  dikatakan reliabel.

Untuk menjawab masalah yang dikemukakan, metode analisis datanya dengan menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Level of significant yang digunakan adalah 0,05. Persamaan analisis jalur sebagai berikut:

$$\text{Sub-Struktur 1: } Z = a_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$\text{Sub-Struktur 2: } Y = a_2 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + e$$

Di mana:  $X_1$  = Kualitas pelayanan pajak,  $X_2$  = Kepuasan pelayanan pajak,  $Z$  = Motivasi membayar pajak dan  $Y$  = Kepatuhan wajib pajak.  $a_1, a_2$  = konstanta;  $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = koefisien regresi dan  $e$  = error.  $Z$  sebagai variabel intervening untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak secara tidak langsung terhadap kepatuhan membayar pajak.

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2012: 249). Sebelum digunakan rumus yang digunakan harus diuji dengan asumsi klasik. Untuk uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari: 1) Uji normalitas dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. 2) Uji homoskedastisitas menggunakan Uji Rho Spearman. 3) Uji linearitas digunakan *Lack of fit test* dan terakhir dilakukan uji multikolinieritas. Untuk mempermudah analisis dalam penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan aplikasi analisis multi variate dengan program IBM SPSS 24.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terlebih dahulu akan dijelaskan hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Bersama ini dijelaskan hasil Pearson Correlation: Kualitas pelayanan pajak, Kepuasan pelayanan pajak, Motivasi membayar pajak dan Kepatuhan wajib pajak. Hasil Pearson Correlation untuk Kualitas pelayanan pajak:  $X1.1 = 0,852$ ;  $X1.2 = 0,818$ ;  $X1.3 = 0,798$ ;  $X1.4 = 0,760$ ;  $X1.5 = 0,783$ ;  $X1.6 = 0,745$ ;  $X1.7 = 0,690$ ;  $X1.8 = 0,666$ ;  $X1.9 = 0,881$ ;  $X1.10 = 0,826$ ;  $X1.11 = 0,594$ ;  $X1.12 = 0,574$ . Hasil Pearson Correlation Kepuasan pelayanan pajak:  $X2.1 = 0,434$ ;  $X2.2 = 0,733$ ;  $X2.3 = 0,598$ ;  $X2.4 = 0,532$ ;  $X2.5 = 0,509$ ;  $X2.6 = 0,580$ ;  $X2.7 = 0,704$ ;  $X2.8 = 0,632$ ;  $X2.9 = 0,485$ ;  $X2.10 = 0,590$ ;  $X2.11 = 0,747$ ;  $X2.12 = 0,803$ . Hasil Pearson Correlation Motivasi membayar pajak:  $Z1.1 = 0,677$ ;  $Z1.2 = 0,821$ ;  $Z1.3 = 0,629$ ;  $Z1.4 = 0,754$ ;  $Z1.5 = 0,469$ ;  $Z1.6 = 0,430$ ;  $Z1.7 = 0,793$ ;  $Z1.8 = 0,649$ . Terakhir hasil Pearson Correlation untuk Kepatuhan membayar pajak:  $Y1.1 = 0,679$ ;  $Y1.2 = 0,645$ ;  $Y1.3 = 0,674$ ;  $Y1.4 = 0,668$ ;  $Y1.5 = 0,646$ ;  $Y1.6 = 0,561$ ;  $Y1.7 = 0,711$ ;  $Y1.8 = 0,455$ ;  $Y1.9 = 0,583$ ;  $Y1.10 = 0,512$ ;  $Y1.11 = 0,770$ . Berdasarkan uraian di atas, ternyata semua item-item pertanyaan tentang kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak, motivasi membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak, semua Pearson Correlation menunjukkan  $> 0,30$  yang berarti seluruh pertanyaan tersebut adalah valid.

Sedangkan untuk uji reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 1 di bawah ini. Berdasarkan uji Cronbach Alpha, tampak bahwa item-item pertanyaan yang menyangkut variabel penelitian yaitu: kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak, motivasi membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak, hasil Cronbach's Alpha menunjukkan angka  $> 0,70$  yang berarti semua variabel adalah reliabel. Hasil tersebut seperti Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1.** Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	No. of items	Cronbachs Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan pajak	12	0,927	Reliabel
Kepuasan pelayanan pajak	12	0,835	Reliabel
Motivasi membayar pajak	8	0,807	Reliabel
Kepatuhan wajib pajak	11	0,841	Reliabel

Sumber: Output SPSS 24, 2020

Selanjutnya akan dijelaskan hasil asumsi klasik sebagai prasyarat penggunaan analisis jalur yang merupakan perluasan dari regresi berganda. Hasil uji asumsi klasik dijelaskan dengan uraian berikut ini. Uji normalitas data dilakukan berdasarkan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil uji normalitas data dengan memperhatikan Asymp. Sig. (2-tailed) untuk kualitas pelayanan pajak (0,075), kepuasan pelayanan pajak (0,106), motivasi membayar pajak (0,052) dan kepatuhan wajib pajak (0,071). Asymp. Sig. (2-tailed) semua variabel ini lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian berarti semua variabel tersebut berdistribusi normal.

Hasil uji linearitas dengan *Lack of fit test* diperoleh hasil bahwa hubungan antara kualitas pelayan pajak dengan kepatuhan wajib pajak, memiliki *deviation from linearity* dengan Sig. sebesar 0,522. Hubungan antara kepuasan pelayanan pajak dengan dengan kepatuhan wajib pajak, memiliki nilai *deviation from linearity* dengan Sig. sebesar 0,536. Hubungan antara motivasi membayar pajak dengan kepatuhan wajib pajak, memiliki nilai *deviation from linearity* dengan Sig. sebesar 0,918. Jadi, ketiga *deviation from linearity* lebih besar daripada 0,05 yang berarti semua hubungan antar variabel tersebut bersifat linear.

Uji Homoskedastisitas dengan menggunakan Uji Rho Spearman, diperoleh hasil Sig. (2-tailed) untuk kualitas pelayanan pajak sebesar 0,711, kepuasan pelayanan pajak sebesar 0,556 dan motivasi membayar pajak sebesar 0,684 yang semuanya > 0,05 sehingga berarti homoskedastisitas terpenuhi.

Uji multikolinearitas di mana hasil *tolerance* untuk kualitas pelayanan pajak (0,750), kepuasan pelayanan pajak (0,838), dan motivasi membayar pajak (0,802) yang lebih besar daripada 0,10. Sedangkan VIF untuk kualitas pelayanan pajak (1,334), kepuasan pelayanan pajak (1,193) dan motivasi membayar pajak (1,247) semuanya < 10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Dengan demikian, model analisis jalur memenuhi prasyarat asumsi klasik dan layak untuk digunakan.

### **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Motivasi Membayar Pajak**

Kualitas pelayanan pajak mempunyai hubungan yang erat dengan motivasi membayar pajak. **Hipotesis 1 (H1):** Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak. Uraian Hasil Uji t seperti Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 Coefficients Hasil Uji t, untuk kualitas pelayanan pajak dapat diketahui bahwa  $t = 2,309$  dengan Sig.  $t$  adalah 0,023. Hasil Sig.  $t = 0,023$  lebih kecil daripada 0,05 berarti koefisien jalur kualitas pelayanan pajak adalah signifikan. Hal ini berarti kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi membayar pajak. Koefisien jalur tersebut positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh positif terhadap motivasi membayar pajak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kualitas pelayanan pajak semakin meningkat, maka motivasi membayar pajak akan semakin meningkat. Jadi, **Hipotesis 1 (H1)** yang menyatakan kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak terbukti atau dapat diterima.

**Tabel 2.** Koefisien<sup>a</sup> Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,012	2,784		7,547	0,000
Kualitas Pelayanan Pajak	0,133	0,058	0,253	2,309	0,023
Kepuasan Pelayanan Pajak	0,138	0,067	0,227	2,069	0,041

a. *Dependent Variable:* Motivasi Membayar Pajak  
Sumber: Data diolah, output SPSS 24, 2020

### Analisis Kepuasan Pelayanan Pajak terhadap Motivasi Membayar Pajak

Kepuasan pelayanan pajak erat sekali hubungannya dengan motivasi untuk membayar pajak. **Hipotesis 2 (H2):** Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak. Berdasarkan Tabel 2 Koefisien Hasil Uji t, untuk kepuasan pelayanan pajak dapat diketahui bahwa  $t = 2,069$  dengan Sig.  $t$  adalah 0,041. Hasil Sig.  $t = 0,041$  lebih kecil daripada 0,05 berarti koefisien jalur kepuasan pelayanan pajak adalah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelayanan pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi membayar pajak. Koefisien jalur tersebut positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelayanan pajak memiliki pengaruh positif terhadap motivasi membayar pajak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kepuasan pelayanan pajak semakin meningkat, maka motivasi membayar pajak akan semakin meningkat. Jadi, **Hipotesis 2 (H2)** yang menyatakan kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak terbukti atau dapat diterima.

### Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kualitas pelayanan pajak hubungannya dengan kepatuhan wajib pajak membayar pajak sangat erat. **Hipotesis 3 (H3):** Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Untuk menjawab hipotesis tersebut, maka hasilnya ditunjukkan melalui Tabel 3 Koefisien<sup>b</sup> Hasil Uji t di bawah ini:

**Tabel 3.** Koefisien<sup>b</sup> Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,637	5,319		1,436	0,154
Kualitas Pelayanan Pajak	0,286	0,090	0,314	3,195	0,002
Kepuasan Pelayanan Pajak	0,288	0,103	0,272	2,783	0,006
Motivasi Membayar Pajak	0,323	0,154	0,186	2,096	0,039

b. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak  
Sumber: Data diolah, output SPSS 24, 2020

Berdasarkan Tabel 3 Coefficients Hasil Uji t, untuk kualitas pelayanan pajak ditemukan bahwa  $t = 3,195$  dengan Sig.  $t$  adalah 0,002. Hasil Sig.  $t = 0,002$  yang lebih kecil daripada 0,05 berarti koefisien jalur kualitas pelayanan pajak adalah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien jalur tersebut positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kualitas pelayanan pajak semakin meningkat, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Jadi, **Hipotesis 3 (H3)** yang menyatakan: kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak terbukti atau dapat diterima.

### **Analisis Pengaruh Kepuasan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Kepuasan pelayanan pajak pada dasarnya dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak membayar pajak. **Hipotesis 4 (H4)**: Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan Tabel 3 Koefisien Hasil Uji t, untuk kepuasan pelayanan pajak dapat diketahui bahwa  $t = 2,783$  dengan Sig. t adalah 0,006. Hasil Sig.  $t = 0,006$  lebih kecil daripada 0,05 berarti koefisien jalur kepuasan pelayanan pajak adalah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelayanan pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien jalur tersebut positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelayanan pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika kepuasan pelayanan pajak semakin meningkat, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Jadi, **Hipotesis 4 (H4)** yang menyatakan: kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak terbukti atau dapat diterima.

### **Analisis Pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Dengan memiliki motivasi yang tinggi kepatuhan wajib pajak dapat terwujud. **Hipotesis 5 (H5)**: Motivasi membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan Tabel 3 Koefisien Hasil Uji t, untuk motivasi membayar pajak dapat diketahui bahwa  $t = 2,096$  dengan Sig. t adalah 0,039. Hasil Sig.  $t = 0,039$  lebih kecil daripada 0,05 berarti koefisien jalur motivasi membayar pajak adalah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi membayar pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien jalur tersebut positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa motivasi membayar pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jika motivasi membayar pajak semakin meningkat, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Jadi, **Hipotesis 5 (H5)** yang menyatakan motivasi membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak terbukti atau dapat diterima.

### **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi Motivasi Membayar Pajak**

Dengan kualitas pelayanan pajak yang baik akan tercipta motivasi membayar pajak, selanjutnya kepatuhan wajib pajak membayar pajak akan terwujud. **Hipotesis 6 (H6)** dalam penelitian ini yaitu: Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak. Untuk mengetahui peran motivasi membayar pajak sebagai variabel mediasi, maka pengaruh kualitas pelayanan pajak dan kepuasan pelayanan pajak terhadap motivasi membayar pajak harus signifikan. Hasil uji t untuk mengetahui pengaruh kualitas pajak terhadap kepatuhan pajak dengan mediasi motivasi membayar pajak dapat disimak melalui uraian Tabel 2 tersebut di atas. Berdasarkan Tabel 2 tersebut Sig. t dari kualitas pelayanan pajak adalah 0,023 lebih kecil daripada 0,05 yang berarti koefisien jalur signifikan. Dengan nilai signifikansi tersebut yang kurang daripada 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa kontribusi tersebut signifikan. Demikian juga, berdasarkan Tabel 2 tersebut di atas, Sig. t dari kepuasan pelayanan pajak adalah 0,041 lebih kecil daripada 0,05 yang berarti koefisien jalurnya signifikan.

Berdasarkan uraian di atas serta berdasarkan Tabel 2, maka persamaan Sub-struktur 1 adalah:

$$Z = 21,012 + 0,133 X1 + 0,138 X2 + e \quad (1)$$

Syarat berikutnya agar peran motivasi membayar pajak sebagai variabel mediasi adalah ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak dan motivasi membayar pajak harus signifikan dalam hubungannya dengan kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan Tabel 3 ternyata Sig. t dari kualitas pelayanan pajak (0,002); kepuasan

pelayanan pajak (0,006) dan motivasi membayar pajak (0,039) semuanya < 0,05 yang berarti semua koefisien jalur tersebut signifikan. Karena semuanya signifikan, maka dapat dibuktikan motivasi membayar pajak memediasi pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian di atas serta berdasarkan Tabel 3, maka persamaan Sub-struktur 2 adalah:

$$Y = 7,637 + 0,286 X1 + 0,288 X2 + 0,323 Z + e \quad (2)$$

Berdasarkan Persamaan (1) dan (2), maka pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dihitung dengan memerhatikan koefisien jalurnya sebagai berikut:

Pengaruh total X1 ke Y:

Pengaruh langsung X1 ke Y

= 0,286

Pengaruh tidak langsung X1 ke Y melalui Z = 0,133 x 0,323 = 0,042959 +

Pengaruh total X1 terhadap Y

= 0,328959 = 0,329

Pengaruh langsung kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 0,286 dan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak melalui motivasi membayar pajak sebesar 0,043. Jadi, pengaruh totalnya adalah 0,329. Dengan demikian, **Hipotesis 6 (H6)** yang menyatakan kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak terbukti atau dapat diterima.

#### **Analisis Pengaruh Kepuasan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi Motivasi Membayar Pajak**

Dengan kepuasan pelayanan pajak yang baik akan tercipta motivasi membayar pajak, selanjutnya kepatuhan wajib pajak membayar pajak akan terwujud. **Hipotesis 7 (H7)** dalam penelitian ini yaitu: Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak. Untuk mengetahui peran motivasi membayar pajak sebagai variabel mediasi, maka pengaruh kualitas pelayanan pajak dan kepuasan pelayanan pajak terhadap motivasi membayar pajak harus signifikan. Hasil uji t untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan mediasi motivasi pajak dapat disimak melalui uraian Tabel 2 tersebut di atas. Berdasarkan Tabel 2 tersebut Sig. t dari kepuasan pelayanan pajak adalah 0,041 lebih kecil daripada 0,05 yang berarti koefisien jalurnya signifikan. Demikian juga, berdasarkan Tabel 2 tersebut Sig. t dari kualitas pelayanan pajak adalah 0,023 lebih kecil daripada 0,05 yang berarti koefisien jalurnya signifikan. Dengan nilai signifikansi tersebut yang kurang daripada 0,05 sehingga dapat dijelaskan bahwa kontribusi tersebut signifikan. Berdasarkan uraian di atas serta berdasarkan Tabel 2, maka persamaan Sub-struktur 1 adalah:

$$Z = 21,012 + 0,133 X1 + 0,138 X2 + e \quad (3)$$

Syarat berikutnya agar peran motivasi membayaaar pajak sebagai variabel mediasi adalah ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan pajak, kepuasan pelayanan pajak dan motivasi membayar pajak harus signifikan dalam hubungannya dengan kepatuhan wajib pajak. Sedangkan berdasarkan Tabel 3 ternyata Sig. t dari kualitas pelayanan pajak (0,002); kepuasan pelayanan pajak (0,006) dan motivasi membayar pajak (0,039) semuanya < 0,05 yang berarti semua koefisien jalur tersebut signifikan. Karena semuanya signifikan, maka dapat dibuktikan motivasi membayar pajak memediasi pengaruh kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian di atas serta berdasarkan Tabel 3, maka persamaan Sub-struktur 2 adalah:

$$Y = 7,637 + 0,286 X1 + 0,288 X2 + 0,323 Z + e \quad (4)$$

Berdasarkan persamaan (1) dan (2), maka pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dihitung dengan memerhatikan koefisien jalurnya sebagai berikut:

Pengaruh total X2 ke Y:

Pengaruh langsung X2 ke Y

= 0,288

Pengaruh tidak langsung X2 ke Y melalui Z =  $0,138 \times 0,323$  = 0,044574 +

Pengaruh total X2 terhadap Y

= 0,332574 = 0,333

Pengaruh langsung kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 0,288 dan pengaruh tidak langsung kepuasan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak melalui motivasi membayar pajak sebesar 0,045. Jadi, pengaruh totalnya adalah 0,333. Dengan demikian, **Hipotesis 7 (H7)** yang menyatakan kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak terbukti atau dapat diterima.

### Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka simpulan dari penelitian ini adalah: (1) Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak. (2) Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar pajak. (3) Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. (4) Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. (5) Motivasi membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. (6) Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak. (7) Kepuasan pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimediasi motivasi membayar pajak.

### Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dikemukakan adalah: untuk menciptakan kepatuhan membayar pajak bagi wajib pajak, maka hal penting yang mesti dilakukan Kantor Konsultan Pajak adalah dengan tetap fokus untuk memberikan kualitas pelayanan pajak yang baik serta mampu mewujudkan kepuasan pelayanan pajak bagi wajib pajak. Dengan memerhatikan variabel tersebut akan dapat meningkatkan motivasi wajib pajak untuk membayar pajak, selanjutnya kepatuhan pembayaran pajak bagi wajib pajak pribadi atau badan akan tercipta dengan melakukan pembayaran pajak melalui Kantor Konsultan Pajak. Kelemahan penelitian ini adalah belum menyentuh wajib pajak secara komprehensif terutama wajib pajak di luar perkotaan. Oleh karenanya, pada penelitian lain subjek pajak pribadi maupun badan di luar perkotaan hendaknya menjadi subjek penelitian. Implikasi bagi pemerintah adalah pemerintah wajib menjalin hubungan yang harmonis dengan Kantor Konsultan Pajak agar aturan-aturan perpajakan terbaru cepat diketahui, sebagai sarana bagi wajib pajak memenuhi kepatuhan perpajakan, sehingga berdampak terhadap peningkatan pendapatan dari sektor pajak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asbar, A.K, Ruhul, F & Rusli. (2014). Pengaruh tingkat kepuasan pelayanan, pemahaman perpajakan, keadilan perpajakan, sanksi perpajakan dan kesadaran perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 1(2), 1-15.
- Awaluddin, I & Tamburaka, S. (2017). The effect of service quality and taxpayer satisfaction on compliance payment tax motor vehicles at Office One Roof System in Kendari. *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, 6(11), 25-34.
- Frey, B.S., & Jegen, R. (2001). Motivation crowding theory: A survey of empirical evidence (revised version). *Journal of Economic Surveys*, 15(5), 589–611.

- Gangl, K., Hofmann, E., Groot, M., Antonides, G., Goslinga, S., Hartl, B. & Kirchler, E. (2015). Taxpayer's motivations relating to tax compliance: evidence from two representative samples of Austrian and Dutch self-employed taxpayers. *Journal of Tax Administration*, 1(2), 15-25.
- Ghoni, H.A. (2012). Pengaruh motivasi dan pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak daerah. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 1(1), 1-21.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, R. (2015). Relational impact of tax practitioners' behavioural interaction and service satisfaction: evidence from New Zealand. *eJournal of Tax Research*, 13(1), 76-107.
- Halim, D. & Ratnawati, J. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan sikap wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan wajib pajak (studi kasus pada WPOP di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Barat). *Jurnal Tax & Accounting Review*, 1(1), 1-10.
- Handayani, O. & Damayanti, T.W. (2018). Determinants of individual taxpayers' compliance in Indonesia: A Meta-Analysis. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 21(1), 01-22
- Indrayani, E. & Suhendra, E.S. (2017). The influencing factors of personal tax compliance on reporting annual income tax return. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(3), 179-186.
- Jofreh, M. & Rostami, A. (2014). An investigation the effect of improving taxpayer service satisfaction vat department in Tehran. *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*, 3(SP), 198-203.
- Josep, J.K. & Jacob, R. (2018). antecedents of tax compliance among msme's under goos and service tax (GST) regime: A conceptual model. *International Journal of Social Science and Economic Research*, 3(4), 1357-1371.
- Mahardika, I.G.N.P. , Zukhri, A. & Nuridja, I.M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan sikap wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Singaraja. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, 5(1), 1-11.
- Mustaphaa, B. & Sheikh Obid, S.N. Bt. (2015). Tax service quality: The mediating effect of perceived ease of use of the online tax system. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 2-9.
- Nurlaela, L., Mulyaningsih., Gumilar, I.R. & Avrianto, A. (2018). Effect of tax service quality and tax sanctions againts vehicle taxpayer compliance at The Samsat Office of Garut District. *International Seminar & Conference on Learning Organization, ISCL0 6th*, 310-317.
- Pallant, J. (2007). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows*. Berkshire: McGraw-Hiel and Open University Press.
- Pranata,P.A & Putu E.S. (2015). Pengaruh sanksi perpajakan, kualitas pelayanan dan kewajiban moral pada kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 10(2), 456-473
- Puspitasari, E. & Meiranto, W. (2014). Motivational postures in tax compliance decisions: An experimental studies. *International Journal of Business, Economics and Law*, 5(1),100-110.
- Rahayu, S.K. (2010). *Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahmawati, R. & Yulianto, A. (2018). Analysis of the factors affecting individual taxpayers compliance. *Accounting Analysis Journal*, 7(1), 17-24.
- Rantung, T.V. & Adi, P.H. (2009). Dampak program sunset policy terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan membayar pajak (studi pada wajib pajak orang pribadi pelaku usaha di Wilayah KPP Pratama Salatiga). *Simposium Nasional Perpajakan II, Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura*, 1-22.
- Safian, N. & Hamid, S.A. (2017). Intrinsic and extrinsic motivation in tax compliance behaviour (2017). *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 2(6), 123-133.
- Setyonugroho, H. & Sardjono, B. (2013). Factors affecting willingness to pay taxes on individual taxpayers at Pratama Surabaya Tegalsari Tax Office. *The Indonesian Accounting Review*, 3(1), 77-88.
- Subarkah, J. & Dewi, M.W. (2017). Pengaruh pemahaman, kesadaran, kualitas pelayanan, dan ketegasan sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 17(2), 61-72.
- Supadmi, N.L. (2009). Meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kualitas pelayanan. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, 4(2), 1-14.
- Sulistiyono, A.A. (2012). Pengaruh motivasi terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak penghasilan orang pribadi usahawan (studi di sentra produksi manik-manik Desa Plumbongambang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 1(1), 1-20.
- Ttaffi, L.H.A. & Jabbar, A.H. (2016). Service quality and income tax non-compliance among small and medium enterprises in Yemen. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 4 (1),12-21.

Tjiptono, F. & Diana, A. (2003). *Total quality management*. Yogyakarta: Andi.

Widyantari, N.P.D, Wahyuni, M.A. & Sulindawati, N.L.E.G. (2017). Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan formal wajib pajak dengan kondisi keuangan sebagai variabel moderasi (studi kasus pada wajib pajak orang pribadi (WPOP) yang Terdaftar di KPP Pratama Singaraja). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2), 1-11.

Wisudawaty, D.A., Rura, Y. & Kusumawati, A. (2018). Influence of system quality, information quality, and tax service quality to taxpayer compliance and risk as a moderating variable. *Journal of Research in Business and Management*, 6(6), 1- 9.