

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK DAN  
MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI (*REUSE  
INTENTION*) LAYANAN SAMSAT *PAYMENT  
POINT***

**(STUDI PADA WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR SAMSAT  
*PAYMENT POINT* NGUNUT KABUPATEN TULUNGAGUNG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana  
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**KHALEDA RANGGIH PUSPITA**

**NIM. 145030400111003**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN  
MALANG**

**2018**

**MOTTO**

*No Sweet Without Sweat*



## PERSEMBAHAN

Untuk Ayah dan Mama yang selalu mendoakan dan mendukung serta adik-adik  
yang selalu menghibur.



### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 18 Mei 2018

Yang membuat pernyataan



*Khaleda*  
Khaleda Ranggih Puspita  
145030400111003

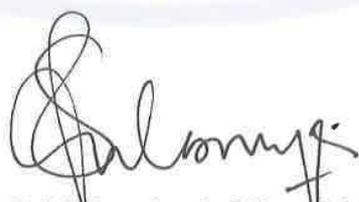


**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) Layanan SAMSAT *Payment Point* (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor SAMSAT *Payment Point* Ngunut Kabupaten Tulungagung)

Disusun oleh : Khaleda Ranggih Puspita  
NIM : 145030400111003  
Fakultas : Ilmu Administrasi  
Program Studi : Perpajakan

Malang, 17 Mei 2018  
Komisi Pembimbing  
Ketua



Sri Sulasmiyati, S.Sos., MAP  
NIP. 19770420 200502 2 001



**TANDA PENGESAHAN**

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 30 Mei 2018

Pukul : 09:00 WIB

Skripsi atas nama : Khaleda Ranggih Puspita

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) Layanan SAMSAT *Payment Point* (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor SAMSAT *Payment Point* Ngunut Kabupaten Tulungagung)

Dan dinyatakan  
**LULUS**

**MAJELIS PENGUJI**  
Ketua



**Sri Sulasmiyati, S.Sos., MAP**  
**NIP. 19770420 200502 2 001**

Anggota

Anggota



**Drs. M. Djudi Mukzam, M.Si**  
**NIP. 19520607 198010 1 001**



**Dr. Saparila Worokinasih, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 19750305 200604 2 001**



## RINGKASAN

Khaleda Rangghih Puspita, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) Layanan SAMSAT *Payment Point* (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor SAMSAT *Payment Point* Ngunut Kabupaten Tulungagung). Sri Sulasmiyati, S.sos, MAP. 129 + xvi

---

Berbagai inovasi dilakukan oleh Kantor Bersama SAMSAT selaku pemungut Pajak Kendaraan Bermotor dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanannya, salah satunya dengan mendirikan layanan SAMSAT *Payment Point*. Layanan SAMSAT *Payment Point* diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pembayaran PKB, karena pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Ketika pengguna layanan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, pengguna layanan akan cenderung menggunakan kembali layanan yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan dan kepuasan wajib pajak dapat menjadi mediator dalam hubungan diantara keduanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wajib pajak untuk menggunakan kembali (*reuse Intention*) layanan SAMSAT *Payment Point*, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui variabel kepuasan wajib pajak. Peneliti melakukan penelitian terhadap Wajib Pajak yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada wajib pajak dengan sampel sebanyak 120 elemen. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik berupa analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial berupa analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*) layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut, variabel kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*) layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut, dan terakhir terbukti terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan dalam hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*) melalui variabel kepuasan wajib pajak .

**Kata kunci:** **Kualitas Pelayanan, Kepuasan Wajib Pajak, Minat Menggunakan Kembali, SAMSAT *Payment Point*.**

## SUMMARY

Khaleda Ranggih Puspita, 2018. The Effect of Service Quality on Tax Payer Satisfaction and Reuse Intention of SAMSAT Payment Point Service (Study on Motor Vehicle Taxpayer SAMSAT Payment Point Ngunut Tulungagung District). Sri Sulasmiyati, S.sos, MAP. 129 + xvi

---

Various innovations executed by Kantor Bersama SAMSAT as a tax collector of Motor Vehicles in order to improve the quality of its services, one of them done by establishing SAMSAT Payment Point service. SAMSAT Payment Point is implemented to improve the quality of Motor Vehicles Tax payment service, because the quality service will improve the satisfaction of service user. When a service user is satisfied with the quality of service provided, they tend to reuse the services provided. Therefore, the quality of service can affect the interest of taxpayers to reuse services and taxpayer satisfaction can be a mediator in the relationship between the two.

This study aims to determine the effect of service quality on taxpayer intention to reuse SAMSAT Payment Point service, either directly or indirectly through taxpayer satisfaction. Researcher conducts research on Taxpayers who use SAMSAT Payment Point Ngunut service. Data collection is done by distributing questionnaires to taxpayers with 120 elements of samples. The collected data were analyzed using statistical analysis, in the form of descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis in the form of path analysis.

The results of this study indicate that the service quality of SAMSAT Payment Point Ngunut significantly influence taxpayer satisfaction, service quality variables also have a significant effect on taxpayer intention to reuse SAMSAT Payment Point Ngunut service, taxpayer satisfaction variable significantly influence taxpayer intention to reuse SAMSAT Payment Point Ngunut service, and lastly there is a significant indirect influence between service quality variable and reuse intention variable through taxpayer satisfaction variable.

**Keywords: Service Quality, Taxpayer Satisfaction, Reuse Intention, SAMSAT Payment Point.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) Layanan SAMSAT *Payment Point* (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor SAMSAT *Payment Point* Ngunut Kabupaten Tulungagung)”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Perpajakan Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu dan bapak dosen yang telah mengajarkan ilmunya selama peneliti menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Administrasi, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Dr. Drs. Mochammad Al Musadieg, MBA. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dr. Saparila Worokinasih, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Program Studi Perpajakan.
5. Ibu Sri Sulasmiyati, S.Sos, MAP. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

6. Mama, Ayah, Tanjung, Sinorita, Catur dan seluruh keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan menghibur peneliti.
7. Teman-teman kos bunga andong no.5 yang selalu menemani peneliti, serta keluarga ibu dan bapak kos yang sangat baik selama peneliti menyelesaikan studi.
8. Teman-teman perpajakan angkatan 2014 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terutama untuk Nabilah, Citra, Devizu, Geng lima serangkai, Pajak kelas B, serta teman-teman HIMAPAJAK.
9. Sahabat SMP (Mbak Kevin&Konah) dan sahabat SMA (Mbak Ria/Bundo/Erry) yang selalu menemani peneliti.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran penyelesaian penulisan dan penelitian skripsi ini, terutama untuk KB SAMSAT Tulungagung dan SAMSAT *Payment Point Ngunut*.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti akan mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam penulisan dan kedalaman analisis. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 16 Mei 2018

Peneliti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>MOTTO</b> .....	ii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>TANDA PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>SUMMARY</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Pajak Daerah .....	18
1 Pengertian Pajak Daerah .....	18
2 Wewenang Pemungutan Pajak Daerah.....	20
3 Jenis Pajak Daerah.....	21
C. Pajak Kendaraan Bermotor .....	21
1 Pengertian Pajak Kendaraan bermotor .....	21
2 Objek Pajak Kendaraan Bermotor.....	22
3 Subjek Pajak Kendaraan Bermotor .....	22
4 Wilayah Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor .....	23
D. SAMSAT .....	23

1	Pengertian SAMSAT.....	23
2	Prosedur Pelayanan SAMSAT .....	24
3	Layanan Unggulan SAMSAT .....	25
4	SAMSAT <i>Payment Point</i> .....	26
E.	Kualitas Pelayanan Publik.....	26
1	Definisi Kualitas Pelayanan Publik.....	26
2	Dimensi Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik .....	29
F.	Kepuasan Wajib Pajak .....	30
1	Definisi Kepuasan Wajib Pajak.....	30
2	Pengukuran Kepuasan Wajib Pajak .....	33
G.	Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ).....	33
1	Definisi Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ) .....	33
2	Indikator Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ) ...	35
H.	Hubungan Antar Variabel .....	36
1	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib Pajak ....	36
2	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ).....	37
3	Hubungan Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ).....	38
4	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ) melalui variabel Kepuasan Wajib Pajak .....	39
I.	Model Konsep dan Model Hipotesis.....	40
1	Model Konsep .....	40
2	Model Hipotesis .....	40

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A.	Jenis Penelitian.....	42
B.	Lokasi Penelitian.....	42
C.	Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran .....	43
D.	Populasi dan Sampel .....	48
E.	Jenis dan Sumber Data .....	50
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
G.	Teknik Analisis Data.....	52
1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52



2 Analisis Data Deskriptif .....	55
3 Uji Asumsi Klasik .....	56
4 Analisis Korelasi .....	57
5 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	57
6 <i>Goodness of Fit Test</i> .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	62
B. Hasil dan Analisis Data.....	66
1 Analisis Deskriptif.....	66
a. Gambaran Umum Responden.....	66
b. Deskripsi Distribusi Frekuensi Variabel.....	70
1) Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	70
2) Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z)	77
3) Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan kembali ( <i>Reuse Intention</i> ) (Y) .....	78
2 Analisis Statistik Inferensial.....	81
a. Uji Asumsi Klasik .....	81
b. Analisis Korelasi.....	82
c. Analisis Jalur .....	83
1) Pengujian Jalur Persamaan Model Pertama ( $P_1$ ) .....	83
2) Pengujian Jalur Persamaan Model Kedua ( $P_2$ dan $P_3$ ).....	84
d. Pengujian Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z) Sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	86
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>



## DAFTAR TABEL

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Jumlah Objek Pajak Layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> KB SAMSAT Tulungagung Tahun 2017 .....	8
2.	Penelitian Terdahulu .....	16
3.	Definisi Operasional Variabel .....	46
4.	Skor Pada Skala Likert Yang Positif dan Negatif .....	48
5.	Hasil Uji Validitas Variabel .....	53
6.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	54
7.	Kategorisasi Berdasarkan Rata-Rata Skor .....	55
8.	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	71
9.	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z) .....	77
10.	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan Kembali (Y) .....	79
11.	Hasil Uji Normalitas .....	81
12.	Hasil Uji Korelasi .....	82
13.	Hasil Persamaan Model Pertama .....	84
14.	Hasil Persamaan Model Kedua .....	85
15.	<i>Direct Effect, Indirect Effect, Tottal Effect</i> .....	89



## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Model Konsep.....	40
2.	Model Hipotesis.....	41
3.	Diagram Jalur.....	58
4.	Bagan Struktur Organisasi KB SAMSAT Tulungagung.....	64
5.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
6.	Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	67
7.	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	68
8.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kendaraan.....	69
9.	Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan.....	70
10.	Diagram Jalur Model Persamaan Pertama.....	87
11.	Diagram Jalur Model Persamaan Kedua.....	88
12.	Diagram Jalur Keseluruhan.....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian .....	106
2.	Identitas Responden .....	111
3.	Jawaban Responden .....	115
4.	Uji Validitas .....	121
5.	Uji Reliabilitas.....	124
6.	Distribusi Frekuensi Identitas Responden.....	125
7.	Uji Normalitas .....	127
8.	Nilai Koefisien Determinasi $R^2$ .....	129



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara kesatuan berbentuk republik yang terdiri atas daerah-daerah yang lebih kecil di bawahnya. Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dalam menjalankan pemerintahannya, Indonesia menerapkan sistem desentralisasi yaitu penyerahan wewenang pemerintahan oleh pemerintah kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahannya. Pelimpahan wewenang (desentralisasi) tersebut diikuti dengan desentralisasi fiskal, yaitu pemberian wewenang kepada daerah untuk menentukan regulasi terhadap anggaran, sehingga daerah memiliki wewenang untuk menggali sumber-sumber pendapatan, hak menerima transfer dari pemerintah yang lebih tinggi, serta menentukan belanja rutin dan investasi.

Desentralisasi fiskal menuntut setiap daerah untuk mandiri dalam mengelola anggaran dan memaksimalkan sumber pendapatan asli daerahnya. Salah satunya, pemerintah daerah diberikan wewenang untuk memungut pajak daerahnya sendiri sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak daerah berdasarkan wewenang pemungutannya dibagi menjadi Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten/Kota. Terdapat 5 jenis Pajak Provinsi dan 11 jenis Pajak Kabupaten/Kota menurut Undang-Undang tersebut. Daerah dapat memilih memungut atau tidak memungut suatu jenis pajak disesuaikan dengan potensi yang dimilikinya.

Salah satu pajak daerah yang memiliki kontribusi terbesar dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yaitu pajak yang dipungut atas kepemilikan dan atau penguasaan kendaraan bermotor. Sebagai contoh adalah kontribusi PKB terhadap PAD di Provinsi Jawa Timur, menurut Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Timur Akhmad Sukardi, PKB dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) merupakan penopang utama PAD Jawa Timur pada tahun 2016. Realisasi PAD Jawa Timur tahun 2016 adalah sebesar Rp. 12.846.803.771.923, diantaranya sebesar Rp. 5.300.947.249.143 berasal dari PKB dan Rp. 3.710.574.601.900 berasal dari BBNKB (Sukardi, 2017). Kontribusi PKB terhadap PAD yang sangat besar inilah yang melatarbelakangi Badan Pendapatan Daerah untuk berkomitmen dalam meningkatkan kualitas pelayanannya guna memberikan layanan terbaik kepada masyarakat.

Pelayanan pemenuhan kewajiban PKB di Indonesia dilakukan secara terintegrasi melalui Kantor Bersama Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (KB SAMSAT) yang telah diterapkan serentak di Indonesia sejak tahun 1976. Sistem administrasi ini menggabungkan tiga instansi sekaligus yaitu Polisi Daerah, Badan Pendapatan Daerah dan Jasa Raharja dalam satu atap, namun untuk biaya masing-masing instansi tetap masuk dan dikelola oleh masing-masing instansi. Sehingga, pemenuhan kewajiban PKB di Indonesia dilakukan bersamaan dengan saat pendaftaran kendaraan bermotor (perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan/STNK) dan pembayaran Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Sebelum pembentukan SAMSAT, proses perpanjangan

STNK menghabiskan waktu cukup lama, dikarenakan sebelum ke kantor polisi masyarakat harus mendatangi kantor pajak dan kantor Jasa Raharja terlebih dahulu untuk membayar PKB dan SWDKLLJ, namun saat ini ketiga urusan tersebut telah digabungkan menjadi satu.

Namun demikian, karena luas wilayah dan banyaknya jumlah objek pajak, berdampak pada banyaknya jumlah wajib pajak yang harus dilayani oleh KB SAMSAT. Hal ini mengakibatkan antrian yang panjang di KB SAMSAT dan bisa menyebabkan wajib pajak malas untuk membayar pajak. Oleh karena itu, KB SAMSAT dapat membentuk unit pembantu untuk memecah antrian dan lebih dekat kepada wajib pajak. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 unit pembantu tersebut dapat berupa SAMSAT Pembantu, SAMSAT Gerai/*Corner/Payment Point/outlet*, SAMSAT *Drive Thru*, SAMSAT Keliling, SAMSAT *Delivery Order/Door to Door*, E-SAMSAT, dan pengembangan SAMSAT lain sesuai dengan kemajuan teknologi dan harapan masyarakat. Pembentukan unit pembantu tersebut merupakan inovasi KB SAMSAT dalam melayani pembayaran PKB dalam bentuk layanan unggulan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing daerah.

Salah satu inovasi layanan unggulan SAMSAT yang mudah diakses adalah SAMSAT *Payment Point*. SAMSAT *Payment Point* merupakan layanan pengesahan STNK, pembayaran PKB dan SWDKLLJ dimana tempat pengesahannya berada di luar gedung KB SAMSAT yang merupakan tempat strategis atau keramaian. Menurut Kepala SAMSAT Tanah Laut Wildan Akhyar salah satu kendala pembayaran pajak kendaraan adalah lokasi (Akhyar,

2016).Keberadaan SAMSAT *Payment Point* ini sangat memudahkan Wajib Pajak karenapelayanan pembayaran PKB menjadi lebih dekat sehingga Wajib Pajak tidak harus ke KB SAMSAT untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotornya. Selain itu, bila dibandingkan dengan layanan lainnya seperti SAMSAT Keliling SAMSAT *Payment Point* ini lebih memudahkan karena pelayanannya dilakukan dari hari senin hingga sabtu.

Keunggulan - keunggulan inilah yang menjadikan layanan SAMSAT *Payment Point* masih menjadi idola masyarakat di Daerah. Apalagi karena masyarakat daerah yang masih menyukai pendekatan manual dalam membayar PKB. Contohnya, data di KB SAMSAT Tulungagung pada tahun 2017 membuktikan bahwa dari dua layanan unggulannya yaitu SAMSAT Keliling dan SAMSAT *Payment Point*, sejumlah 55.240 objek pajak dibayarkan melalui layanan SAMSAT Keliling dan sejumlah 176.005 objek pajak dibayarkan melalui layanan SAMSAT *Payment Point* (Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung, 2018).

Segala bentuk inovasi yang dilakukan SAMSAT merupakan bentuk upaya SAMSAT dalam memberikan pelayanan publik yang berkualitas khususnya dalam bidang pembayaran pajak, registrasi kendaraan bermotor dan SWDKLLJ. Pelayanan SAMSAT memang selalu mendapatkan perhatian dari Pemerintah Daerah mengingat besarnya kontribusi PKB terhadap Pendapatan Asli Daerah. Puspitosari (2012: 33) menyampaikan bahwa pemberian wewenang kepada daerah untuk mengelola anggarannya sendiri seharusnya tidak hanya dilihat dari peningkatan pendapatan saja melainkan juga diikuti dengan peningkatan kualitas

pelayanan publiknya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* sebagai salah satu layanan yang banyak digunakan Wajib Pajak untuk membayar PKB harus senantiasa ditingkatkan dan dievaluasi.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting karena tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah untuk memuaskan masyarakat, sementara untuk mencapai kepuasan dituntut kualitas pelayanan yang prima. Kualitas diartikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*) (Sinambela, 2008:6). Terdapat lima indikator dalam mengukur kualitas pelayanan menurut Parasuraman, *et al* (dalam Tjiptono, 2014: 282), yaitu *reliability* (pemberian layanan yang benar), *tangibles* (sumber daya manusia yang memadai), *responsiveness* (memiliki daya tanggap), *assurance* (perhatian terhadap etika dan moral), dan *empathy* (mampu memahami pelanggan dengan baik).

Dalam mengukur keberhasilan dari suatu layanan, kepuasan pengguna sering kali digunakan sebagai barometer. Kepuasan akan muncul ketika suatu instansi telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Kotler dan Keller (dalam Tjiptono, 2014:354) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia harapkan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan menjadi topik yang penting dalam pelayanan publik era ini karena masyarakat sekarang semakin kritis dalam menuntut hak-haknya. Menurut Schnaars (dalam Pasolong, 2010: 221) kepuasan pelanggan dapat membuat hubungan antara pelanggan dengan instansi menjadi

harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian (pemakaian) ulang, terciptanya loyalitas, serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut.

Pelayanan yang berkualitas dan dapat memuaskan pengguna layanan akan memberikan dasar yang baik dalam mempengaruhi minat pengguna layanan untuk menggunakan kembali layanan. Minat menggunakan kembali (*reuse intention*) merupakan pandangan/kecenderungan individu untuk menggunakan kembali jasa yang sama dari perusahaan yang sama (Hellier, *et al* : 2003). Minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* perlu diketahui sebagai bahan evaluasi terhadap layanan tersebut, yaitu untuk mengetahui apakah wajib pajak masih menjadikan layanan tersebut pilihan utama atau apakah preferensi wajib pajak telah berubah, mengingat terdapat banyak layanan lain yang bisa dipilih oleh wajib pajak untuk membayar PKB.

Layanan SAMSAT *Payment Point* diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pembayaran PKB, karena pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Ketika pengguna layanan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, pengguna layanan akan cenderung menggunakan kembali layanan dan bahkan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Pengguna layanan juga tidak akan malas membayar PKB karena pelayanan yang diberikan menjadi lebih cepat dan mudah.

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Dong-Su, *et al.*(2017) menunjukkan bahwa konsumen yang puas dengan kualitas pelayanannya cenderung berminat untuk menggunakan kembali layanannya. Selain itu hasil penelitian Jin-Woo, Park dan Se-Yeon, Jung

(2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat penumpang transfer untuk menggunakan kembali bandara internasional Incheon melalui kepuasan penumpang bandara.

Lokasi penelitian dilakukan di SAMSAT *Payment Point* Ngunut yang merupakan salah satu tempat pelayanan pembayaran PKB dibawah pengawasan KB SAMSAT Tulungagung. Peneliti memilih SAMSAT *Payment Point* Ngunut sebagai lokasi penelitian karena SAMSAT *Payment Point* Ngunut merupakan *Payment Point* yang pertama kali didirikan di Tulungagung, sehingga perlu dievaluasi apakah SAMSAT *Payment Point* Ngunut ini bisa mempertahankan kualitas pelayanannya. Selain itu pada tahun 2017 terbukti bahwa jumlah objek pajak yang dibayarkan melalui SAMSAT *Payment Point* Ngunut paling besar di Tulungagung yang mencapai 57.136 objek pajak, yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Tabel 1. Jumlah Objek Pajak Layanan SAMSAT *Payment Point* di KB SAMSAT Tulungagung Tahun 2017**

Bulan	SAMSAT PAYMENT POINT				
	KAUMAN	PUCANG LABAN	NGUNUT	CAMPUR DARAT	BANDUNG
Januari	3.252	541	4.541	3.416	2.020
Februari	2.949	328	4.566	3.258	1.904
Maret	3.066	315	4.557	3.150	2.070
April	2.747	266	4.328	3.137	1.824
Mei	3.558	424	5.350	3.767	2.597
Juni	3.272	411	4.667	3.375	2.283
Juli	3.785	426	5.277	4.082	2.714
Agustus	3.674	438	5.067	3.694	2.547
September	3.407	433	4.460	3.451	2.399
Oktober	3.968	558	4.774	3.881	2.705
November	4.102	684	4.918	3.931	2.624
Desember	3.995	1.136	4.631	3.698	2.607
<b>TOTAL</b>	<b>41.775</b>	<b>5.960</b>	<b>57.136</b>	<b>42.840</b>	<b>28.294</b>

Sumber: Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung, 2018

Berdasarkan uraian di atas peneliti merasa perlu mengkaji pengaruh kualitas pelayanan pada SAMSAT *Payment Point* Ngunut yang ada di Kabupaten Tulungagung terhadap Kepuasan Wajib Pajak serta pengaruhnya terhadap minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan pembayaran SAMSAT *Payment Point*. Oleh karena itu, peneliti memilih judul Skripsi “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) Layanan SAMSAT *Payment Point*(Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor SAMSAT *Payment Point* Ngunut Kabupaten Tulungagung)**”.

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor pengguna layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wajib pajak kendaraan bermotor untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut?

4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut melalui variabel kepuasan wajib pajak?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor pengguna layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wajib pajak kendaraan bermotor untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut melalui variabel kepuasan wajib pajak.

#### D. Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa kontribusi, diantaranya adalah :

1. Kontribusi Akademis
  - a. Sebagai tambahan wawasan bagi peneliti dalam teori perpajakan, yaitu tentang pajak daerah khususnya PKB.
  - b. Sebagai salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian di bidang yang sama.
2. Kontribusi Praktis
  - a. Bagi Kantor Bersama SAMSAT
    - 1) Sebagai informasi dan bahan evaluasi atas pelayanan pembayaran PKB melalui layanan unggulan SAMSAT *Payment Point*.
    - 2) Memberikan nilai kepuasan yang dirasakan wajib pajak kendaraan bermotor dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh SAMSAT *Payment Point* di Kabupaten Tulungagung.
  - b. Bagi Wajib Pajak

Sebagai tambahan informasi dan referensi bagi wajib pajak kendaraan bermotor dalam menjalankan hak dan kewajiban perpajakannya.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Pada penulisan skripsi ini, sistematika pembahasan yang digunakan adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian terdahulu dan teori-teori yang digunakan sebagai landasan bagi peneliti untuk merumuskan variabel penelitian, hipotesis penelitian dan sebagai penunjang pembahasan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan teknik yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, variabel penelitian, lokasi penelitian, skala pengukuran, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, analisis data deskriptif, uji asumsi klasik, analisis korelasi, analisis jalur, *goodness of fit test*

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang meliputi penyajian data dan analisis data yang diperoleh selama penelitian yang merupakan

jawaban dari pertanyaan dalam rumusan masalah dengan alternatif penyelesaiannya.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan hasil penelitian, serta saran yang diuraikan sesuai dengan kesimpulan yang di dapatkan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bermanfaat sebagai bahan pertimbangan apabila judul penelitian yang telah dilakukan memiliki hubungan dengan penelitian yang hendak dilakukan. Langkah ini ditempuh agar penelitian ini terfokus pada pembahasan sendiri sehingga tidak mengulang penelitian yang sudah ada. Beberapa penelitian yang telah dilakukan yang menunjang penelitian ini adalah :

1. Kettinger, *et al.* (2009) melakukan penelitian tentang, “*Understanding the consequences of information systems service quality on IS service reuse*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksikan perilaku minat konsumen untuk menggunakan kembali pelayanan sistem informasi. Penelitian dilakukan dengan metode *survey* terhadap mahasiswa pengguna layanan komputer universitas. Analisis data menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* dan *Structural Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service value* dan kepuasan memediasi hubungan kualitas pelayanan dan minat penggunaan kembali layanan sistem informasi, dengan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap minat penggunaan kembali (*reuse intention*).
2. Jin-Woo, Park dan Se-Yeon, Jung (2014) melakukan penelitian tentang “*Transfer Passengers’ Perceptions of Airport Service Quality: A Case Study of Incheopn International Airport*” pengumpulan data dilakukan dengan

membagikan kuisioner kepada 331 penumpang transfer di bandara internasional Incheon kemudian data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model*. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap perilaku penumpang transfer melalui nilai, kepuasan, dan *image* bandara. Analisis mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi minat penumpang transfer untuk menggunakan kembali bandara dan merekomendasikan secara tidak langsung melalui nilai, kepuasan, dan *image* bandara.

3. Kitapci, *et al.* (2014) melakukan penelitian tentang “*The Impact of Service Quality Dimension on Patient Satisfaction, Repurchase Intention and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry*”. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada 369 pasien, kemudian data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model*. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi *emphaty* dan *aassurance* dalam variabel kualitas pelayanan berhubungan positif terhadap kepuasan pelanggan, kemudian kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Word-of-Mouth (WOM)* dan *Repurchase Intention (RI)*.
4. Rosadi (2016) melakukan penelitian tentang, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan SAMSAT Keliling Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Keliling Kota Malang.)*” Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh SAMSAT Keliling Kota Malang sudah cukup baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bukti langsung ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) berpengaruh positif baik secara bersama maupun parsial terhadap variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y).
  - b. Dengan uji T dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan ( $X_4$ ) adalah variabel yang paling dominan terhadap variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y).
5. Dong-Su, *et al.* (2017) melakukan penelitian tentang, “ *The Influence Of Service Quality And Prior Knowledge On Customer Satisfaction And Reuse Intention In Korean Low Cost Carriers.*” Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey* dan data dianalisis menggunakan *factor analysis*, *correlation analysis* dan ANOVA. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan awal terhadap perusahaan penerbangan akan cenderung puas terhadap kualitas pelayanan dan berminat untuk menggunakan kembali layanannya. Selain itu pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan *reuse intention* menunjukkan hasil yang signifikan. Selain itu hasil juga menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap *reuse intention*.

Berikut adalah tabel yang menyatakan penelitian terdahulu, metode analisis data yang digunakan, hasil penelitian, serta persamaan dan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan :

**Tabel 2. Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Kettinger, <i>et al.</i> (2009) <i>Understanding the consequences of information systems service quality on IS service reuse</i>	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> dan <i>Structural Analysis</i>	<i>Service value</i> dan kepuasan memediasi hubungan kualitas pelayanan dan <i>reuse intention</i> , kualitas pelayanan memiliki pengaruh terbesar terhadap <i>reuse intention</i> .	1. Variabel Kualitas Pelayanan , variabel Kepuasan, dan variabel <i>Reuse Intention</i>	1. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> . 2. Metode analisis data.
2.	Jin-Woo, Park dan Se-Yeon, Jung (2014) <i>“Transfer Passengers’ Perceptions of Airport Service Quality: A Case Study of Incheopn International Airport”</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh terhadap minat perilaku penumpang transfer	Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan	1. Metode analisis data. 2. Objek penelitian

Lanjutan Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Kitapci, <i>et al.</i> (2014) <i>The Impact of Service Quality Dimension on Patient Satisfaction, Repurchase Intention and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	<i>Emphaty</i> dan <i>aassurance</i> dalam variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kemudian kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>WOM</i> dan <i>RI</i>	1. Variabel kualitas pelayanan, Kepuasan.	1. Metode Penelitian. 2. Lokasi Penelitian
4.	Rosadi (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan SAMSAT Keliling Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor	Analisis regresi linear berganda	Variabel bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wajib Pajak. Dengan variabel jaminan sebagai variabel yang paling dominan.	1. Variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel Kepuasan Wajib Pajak. 2. Penelitian pada WP kendaraan bermotor.	1. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> . 2. Metode analisis data. 3. Lokasi penelitian.

Lanjutan Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Dong-Su, <i>et al.</i> (2017) <i>The Influence Of Service Quality And Prior Knowledge On Customer Satisfaction And Reuse Intention In Korean Low Cost Carriers</i>	<i>Factor analysis, correlation analysis</i> dan ANOVA	Konsumen yang memiliki pengetahuan awal terhadap perusahaan penerbangan akan cenderung puas terhadap kualitas pelayanannya dan berminat untuk menggunakan kembali layanannya	1. Variabel Kualitas Pelayanan, variabel Kepuasan, dan variabel <i>Reuse Intention</i> .	1. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> . 2. Penelitian sebelumnya dilakukan pada entitas bisnis, penelitian ini dilakukan pada entitas publik. 3. Metode analisis data.

Sumber: data diolah penulis, 2017.

## B. Pajak Daerah

### 1 Pengertian Pajak Daerah

Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah (Priantara, 2012: 558). Sementara Darwin (2010: 68) menyebutkan bahwa Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut oleh daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk kepentingan

pembiayaan rumah tangganya sebagai badan hukum publik. Pengertian Pajak Daerah menurut Darwin ini sesuai dengan fungsi anggaran pajak yaitu sebagai sumber penerimaan untuk membiayai keperluan daerah.

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah:

Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah

Dari definisi pajak daerah tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak daerah memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Pajak Daerah merupakan iuran wajib yang dilakukan orang pribadi atau badan kepada Daerah, dimana yang berhak memungut pajak daerah adalah pemerintah daerah dan iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
- b. Pajak Daerah dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu Undang-Undang Negara yang diikuti dengan peraturan daerah yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah serta aturan pelaksanaannya.
- c. Pajak Daerah dipungut oleh Daerah tanpa kontraprestasi atau imbalan secara langsung kepada wajib pajak, namun bentuk imbalan yang didapatkan dapat dilihat dari pembangunan yang dilakukan daerah.

- d. Pajak Daerah digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

## 2 Wewenang Pemungutan Pajak Daerah

Dari segi kewenangan pemungutan pajak atas objek pajak daerah, pajak daerah dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Pajak Daerah yang dipungut oleh provinsi.
- b. Pajak Daerah yang dipungut oleh kabupaten/kota.

Menurut Priantara (2012: 561) terdapat beberapa prinsip pengaturan pajak daerah dan retribusi daerah yang dipergunakan dalam penyusunan Undang-Undang, yaitu:

- a. Pemberian kewenangan pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah tidak terlalu membebani rakyat dan relatif netral terhadap fiskal nasional.
- b. Jenis pajak dan retribusi yang dapat dipungut oleh daerah hanya yang ditetapkan oleh Undang-Undang (prinsip *closed-list*)
- c. Pemberian wewenang kepada daerah untuk menetapkan tarif Pajak Daerah dalam batas tarif minimum dan maksimum yang ditetapkan oleh Undang-Undang.
- d. Pemerintah daerah dapat tidak memungut jenis pajak dan retribusi yang tercantum dalam undang-undang sesuai kebijakan pemerintah daerah.
- e. Pengawasan pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dilakukan secara preventif dan korektif.

Berdasarkan wewenangnya, Daerah tidak diperbolehkan memungut pajak selain yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, namun demikian daerah dapat memilih untuk tidak memungut pajak-pajak yang telah diatur dalam Undang-Undang tersebut apabila dirasa potensinya kurang memadai. Hal ini disesuaikan dengan kebijakan masing-masing daerah yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan Peraturan Daerah, Pajak Provinsi akan diatur dengan

Peraturan Daerah Provinsi dan Pajak Kabupaten/Kota diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

### **3 Jenis Pajak Daerah**

Jenis Pajak Daerah terbatas pada jenis pajak yang belum dipungut Negara (Pusat), sebaliknya negarapun juga tidak diperbolehkan memungut pajak yang telah dipungut pemerintah daerah. Selain itu, pemerintah daerah provinsi juga tidak diperbolehkan memungut pajak daerah kabupaten. Jenis Pajak Daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 adalah sebagai berikut:

- a. Jenis Pajak Provinsi;
  - 1) Pajak Kendaraan Bermotor;
  - 2) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
  - 3) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
  - 4) Pajak Air Permukaan;
  - 5) Pajak Rokok.
- b. Jenis Pajak Kabupaten/Kota;
  - 1) Pajak Hotel;
  - 2) Pajak Restoran;
  - 3) Pajak Hiburan;
  - 4) Pajak Reklame;
  - 5) Pajak Penerangan Jalan;
  - 6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
  - 7) Pajak Parkir;
  - 8) Pajak Air Tanah;
  - 9) Pajak Sarang Burung Walet;
  - 10) Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan;
  - 11) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

### **C. Pajak Kendaraan Bermotor**

#### **1 Pengertian Pajak Kendaraan bermotor**

Berdasarkan Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah, Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak yang dikenakan

atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor yang terdaftar di Daerah.

Kendaraan bermotor adalah semua kendaraan beroda dua atau lebih beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah sumber daya menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang bergerak yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air.

## **2 Objek Pajak Kendaraan Bermotor**

Objek Pajak Kendaraan Bermotor berdasarkan Pasal 4 Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah adalah kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor yang terdaftar di daerah. Bagi kendaraan bermotor luar daerah yang digunakan di dalam daerah wajib melaporkan kendaraannya kepada kepala dinas. Pengecualian objek Pajak Kendaraan Bermotor menurut pasal 4 ayat 4 Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah, diantaranya:

- 1) Kereta Api;
- 2) Kendaraan bermotor yang semata-mata digunakan untuk keperluan pertahanan dan keamanan Negara;
- 3) Kendaraan bermotor yang dimiliki dan/atau dikuasai kedutaan, konsulat, perwakilan Negara asing dengan asas timbal balik dan lembaga-lembaga internasional yang memperoleh fasilitas pembebasan pajak dari pemerintah;
- 4) Kendaraan bermotor yang dioperasikan di air.

## **3 Subjek Pajak Kendaraan Bermotor**

Subjek Pajak Kendaraan Bermotor menurut Pasal 5 Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah adalah orang pribadi dan/atau badan yang memiliki dan/atau menguasai kendaraan bermotor. Sementara Wajib Pajak Kendaraan Bermotor adalah orang pribadi atau badan yang memiliki

kendaraan bermotor, dalam memenuhi kewajiban perpajakannya Wajib Pajak Badan diwakili oleh pengurus atau kuasa badan tersebut.

#### **4 Wilayah Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor**

PKB dipungut berdasarkan asas domisili atau tempat tinggal, artinya pemungutan PKB menjadi wewenang provinsi dimana subjek yang menguasai kendaraan bermotor berdomisili. Menurut pasal 60 Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah gubernur memiliki kewenangan pemungutan Pajak Daerah yang meliputi pendataan, penetapan, pembayaran, penagihan, pembukuan dan pelaporan serta pengawasan dan penyetoran, dan penagihan dengan surat paksa. Pelaksanaan pemungutan Pajak kendaraan bermotor dilaksanakan oleh Badan Pendapatan Daerah melalui Kantor Bersama SAMSAT.

#### **D. SAMSAT**

##### **1 Pengertian SAMSAT**

Pembayaran PKB tahunan dilakukan pada Kantor Bersama SAMSAT yang dibentuk pada setiap wilayah kabupaten/kota. SAMSAT merupakan kepanjangan dari Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap. Pengertian SAMSAT menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2015 Tentang SAMSAT merupakan:

Serangkaian kegiatan dalam penyelenggaraan registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan bermotor (BBNKB), dan pembayaran Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan (SWDKLLJ) secara terintegrasi dan terkoordinasi dalam Kantor Bersama SAMSAT

Tujuan SAMSAT adalah untuk memberikan pelayanan registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, pembayaran pajak atas kendaraan bermotor, dan sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas dan angkutan jalan secara terintegrasi dan terkoordinasi dengan cepat, tepat, transparan, akuntabel, dan informatif. Sistem administrasi ini menggabungkan tiga instansi sekaligus yaitu, Kepolisian Negara Republik Indonesia yang membidangi lalu lintas, Badan Pendapatan Daerah Provinsi yang melaksanakan pemungutan Pajak Provinsi, dan Jasa Raharja yang menyelenggarakan pengelolaan atas SWDKLLJ dan dana pertanggungjawaban wajib kecelakaan penumpang.

## **2 Prosedur Pelayanan SAMSAT**

Demi kelancaran penyelenggaraan SAMSAT, prosedur pelayanan SAMSAT dilaksanakan secara terpadu melalui loket yang terdiri dari loket pendaftaran dan penetapan serta loket pembayaran, pengesahan, dan penyerahan. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 Prosedur Pelayanan SAMSAT secara terpadu tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan, diantaranya:

- 1) pendaftaran;
- 2) penerbitan Surat Ketetapan Kewajiban Pembayaran (SKKP);
- 3) penerimaan pembayaran;
- 4) pencetakan dan pengesahan;
- 5) penghimpunan dan penggabungan serta penyerahan; dan
- 6) pengarsipan

Sementara berdasarkan Soemiarsono, *et al.* (dalam Solicha, 2015: 27) dijelaskan secara lebih rinci mengenai prosedur pembayaran PKB pada KB SAMSAT, yaitu:

- 1) Wajib Pajak/ Pemilik kendaraan bermotor menyerahkan persyaratan ke petugas pendaftaran;
- 2) Petugas pendaftaran melakukan penelitian dokumen kendaraan bermotor dan melakukan pencocokan data sesuai dengan dokumen kendaraan bermotor;
- 3) Petugas melakukan penetapan secara otomatis terhadap besaran PKB dan SWDKLLJ;
- 4) Petugas pembayaran menerima dokumen dari petugas pendaftaran kemudian memanggil pemohon untuk melakukan pembayaran sesuai dengan besaran penetapan PKB dan SWDKLLJ dan/atau Parkir Berlangganan;
- 5) Petugas pembayaran menerima pembayaran dan mencetak bukti pembayaran PKB dan SWDKLLJ kemudian menyerahkan kepada pemohon;
- 6) Khusus untuk Kendaraan Bermotor Angkutan Penumpang Umum membayar di loket Jasa Raharja, dan mendapatrkan bukti pelunasan iuran dari petugas penyerahan;
- 7) Petugas penyerahan memberikan STNK yang sudah disahkan, *Sticker Kertu Dana SWDKLLJ* dan/atau Parkir Berlangganan kepada WP/Pemilik kendaraan bermotor: dan
- 8) Waktu pelayanan berlangsung 15 menit.

### 3 Layanan Unggulan SAMSAT

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 KB Samsat dapat membentuk unit pembantu dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanannya, unit pembantu tersebut dapat berupa:

- 1) Samsat pembantu;
- 2) Samsat gerai/*corner/payment point/outlet*
- 3) Samsat *drive thru*;
- 4) Samsat keliling;
- 5) Samsat *delivery order/door to door*;
- 6) E-Samsat; dan
- 7) Pengembangan Samsat lain sesuai dengan kemajuan teknologi dan harapan masyarakat.

Pembentukan unit pembantu tersebut merupakan bentuk inovasi KB SAMSAT untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wajib pajak. Inovasi tersebut dapat dilakukan oleh Kantor Bersama Samsat Daerah dalam bentuk layanan unggulan yang disesuaikan dengan kebutuhan daerah masing-

masing sepanjang tetap memperhatikan ketentuan Peraturan Presiden tentang SAMSAT. Sehingga dalam pelaksanaannya wajib pajak dapat memilih bagaimana akan membayarkan pajaknya melalui berbagai inovasi layanan unggulan tersebut.

#### **4 SAMSAT *Payment Point***

Salah satu layanan unggulan SAMSAT Jawa Timur adalah SAMSAT *Payment Point*. Berdasarkan Soemiarsono, *et al.* (dalam Solicha, 2015: 29) SAMSAT *Payment Point* adalah layanan pengesahan STNK, pembayaran PKB dan SWDKLLJ di tempat-tempat strategis atau tempat-tempat keramaian.

Adapun prosedur pembayaran PKB melalui SAMSAT *Payment Point* yang dijelaskan Soemiarsono, *et al.* (dalam Solicha, 2015: 29) adalah sebagai berikut:

- 1) Wajib Pajak/Pemilik kendaraan bermotor menyerahkan persyaratan ke petugas pendaftaran;
- 2) Petugas pendaftaran melakukan penelitian dokumen kendaraan bermotor dan melakukan penetapan besaran KB dan SWDKLLJ dan/atau Parkir Berlangganan sesuai dengan dokumen kendaraan bermotor;
- 3) Petugas melakukan penetapan secara otomatis terhadap besaran PKB dan SWDKLLJ;
- 4) Petugas pembayaran menerima uang pembayaran dan mencetak bukti pelunasan PKB serta SWDKLLJ dan/atau Parkir Berlangganan, selanjutnya STNK distempel dan diparaf sebagai tanda pengesahan STNK;
- 5) Petugas pembayaran menyerahkan STNK, Bukti Lunas PKB dan SWDKLLJ dan/atau Parkir Berlangganan, *Sticker* parkir berlangganan kepada WP/Pemilik kendaraan bermotor;
- 6) Waktu Pelayanan berlangsung 5 menit.

### **E. Kualitas Pelayanan Publik**

#### **1 Definisi Kualitas Pelayanan Publik**

Pelayanan public merupakan kegiatan administrasi Negara dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik, sehingga tujuan dari administrasi publik

adalah untuk memenuhi kepentingan publik. Lukman (2000:8) berpendapat bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara istilah publik berasal dari Bahasa Inggris yaitu *public* yang berarti umum, masyarakat, dan Negara. Inu, *et al* dalam Sinambela (2008: 5) mendefinisikan publik sebagai sejumlah manusia yang memiliki kebersamaan berfikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang mereka miliki.

Kurniawan (2005: 4) mendefinisikan pelayanan publik sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Definisi pelayanan publik menurut Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 8 Tahun 2011 Tentang 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.

Norman (1991:14) (dalam Sabaruddin, 2015: 10) menjelaskan karakteristik tentang pelayanan yaitu:

- a. Pelayanan tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi
- b. Pelayanan itu terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya merupakan tindakan sosial
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Menurut Sinambela, *et al.* (2008: 6) kualitas dalam definisi strategis diartikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*). Sementara Gasperz (dalam Lukman, 2000: 9) mengemukakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok:

- a. Kualitas terdiri atas sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan atas penggunaan produk.
- b. Kualitas terdiri atas segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip dari oleh Tjiptono dan Chandra (2005: 121), kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu disesuaikan dengan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor penting yang mempengaruhi kualitas jasa, yakni :

- d. Jasa yang diharapkan (*expected services*)
- e. Jasa yang dirasakan (*perceived services*)

Jika *perceived service* mampu melebihi *expected services*, maka sebuah pelayanan dapat dikatakan telah memenuhi kualitas yang ideal. Namun sebaliknya, jika *perceived services* lebih kecil dari pada *expected services*, maka sebuah pelayanan dipandang negatif atau belum memenuhi standar kualitas yang ideal.

Sabaruddin (2014: 12) menjelaskan bahwa kualitas menjadi salah satu indikator untuk menilai keberhasilan pelayanan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemerintah dapat dicapai apabila birokrasi pemerintah mampu menjawab tuntutan kebutuhan masyarakat dengan memperhatikan nilai-nilai

demokrasi. Sementara menurut Parasuraman *et al.* (dalam Kitapchi *et al.*, ) kualitas pelayanan diartikan sebagai “*the gap between customers expectations of service and their perception of the service experience*” yang artinya kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan akan suatu pelayanan dan persepsi pelanggan akan pengalaman pelayanan yang didapatkannya. Harapan ini berkaitan dengan pelayanan seperti apakah yang seharusnya diberikan kepada para pengguna layanan yang dapat berasal dari informasi yang diperoleh sebelumnya, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, atau komunikasi eksternal.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan oleh pengguna layanan dengan kinerja yang diperoleh dari penyedia layanan. Berkaitan dengan kualitas layanan yang akan diteliti yaitu untuk mengukur seberapa berkualitas layanan yang diberikan oleh SAMSAT *Payment Point* dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wajib pajak.

## **2 Dimensi Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik**

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara mengukur antara pelayanan yang nyata-nyata diterima pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan untuk diberikan oleh suatu instansi. Dimensi kualitas pelayanan yang paling sering digunakan adalah yang disampaikan oleh Parasuraman, *et al* (1988) dalam model SERVQUAL. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang disampaikan oleh Parasuraman, *et al* (dalam Tjiptono, 2014: 282), yaitu:

- a. Reliabilitas (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan andal, segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*Assurance*), yaitu aspek yang mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- d. Empati (*Empathy*), yaitu aspek yang mencakup kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

## **F. Kepuasan Wajib Pajak**

### **1 Definisi Kepuasan Wajib Pajak**

Menurut Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2014: 353)

Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli. Respon emosional ini dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi atau keyakinan terhadap objek, tindakan, atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai keinginan, kebutuhan dan hasrat individual.

Wilkie (Dalam Tjiptono, 2014: 354) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sementara Kotler dan Keller (2009: 139) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil yang didapat) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan puas, jika melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas.

Berdasarkan berbagai pengertian kepuasan pelanggan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan wajib pajak yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan perasaan wajib pajak (respon emosional wajib pajak) setelah

menggunakan layanan yang *SAMSAT Payment Point* (setelah menerima kinerja) dibandingkan dengan harapan kebutuhan dan keinginan wajib pajak.

Menurut Sari W (2008: 60) kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kepada pelanggan apa yang betul-betul mereka butuhkan dan inginkan, bukan memberikan apa yang kita pikirkan dibutuhkan oleh mereka. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gasperz (dalam Nasution, 2005: 50) diantaranya adalah sebagai berikut.

- a. Kebutuhan dan keinginan (*personal need*), yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan/dibutuhkan oleh pelanggan. Jika kebutuhan dan keinginan pelanggan besar, maka harapan-harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu (*post experience*) ketika menggunakan pelayanan pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi ekspektasi pengguna layanan.
- c. Pengalaman teman-teman, cerita teman pelanggan tentang kualitas dan layanan yang akan didapat oleh pelanggan.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari iklan yang dilakukan.

Sementara menurut Manap (2016: 387) diantara sebab-sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain:

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Perilaku personil kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. *Cost* terlalu tinggi, jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang.
- f. Promosi tidak sesuai dengan kenyataan

Kepuasan konsumen sangat erat sekali berhubungan dengan motivasi konsumen yang dilakukan oleh produsen (Setiadi, 2013: 31). Motivasi dapat

diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku, sementara kepuasan dapat dicapai dengan memberikan apa yang pelanggan butuhkan, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu (motivasi). Diantara teori-teori motivasi tersebut dalam (Setiadi, 2013: 12) adalah sebagai berikut:

- a. Teori motivasi Freud, mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku manusia sebagian besar bersifat di bawah sadar, dan bahwa manusia tidak bisa memahami secara penuh motivasinya sendiri. Freud melihat bahwa seseorang akan menekan berbagai keinginan seiring dengan proses tumbuhnya dan proses penerimaan aturan sosial.
- b. Teori motivasi Maslow, menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat-saat tertentu. Menurut Maslow kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki dan kebutuhan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak.
- c. Teori Motivasi Herzberg, mengembangkan teori motivasi dua faktor yang membedakan faktor yang menyebabkan ketidakpuasan dan faktor yang menyebabkan kepuasan. Teori ini memiliki dua implikasi. Pertama penjual harus menghindari faktor-faktor yang menimbulkan ketidakpuasan dan kedua produsen harus mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung kepuasan atau motivator-motivator utama dari pembelian.

## 2 Pengukuran Kepuasan Wajib Pajak

Meskipun belum ada kesepakatan mengenai cara mengukur kepuasan pelanggan, sejumlah studi menunjukkan terdapat tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut Fornell, *et al* dalam (Tjiptono, 2014: 368) yaitu:

- 1) Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*);
- 2) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*), yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja dan ekspektasi; dan
- 3) Perbandingan dengan situasi ideal (*comparison to ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

### G. Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*)

#### 1 Definisi Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*)

Dalam prosesnya setelah menggunakan suatu layanan maka akan timbul semacam perilaku dari individu. Hal ini sangat dipengaruhi apakah pengguna layanan merasa puas atau tidak dengan layanan yang telah diberikan sebelumnya. Jika puas maka akan timbul minat untuk menggunakan kembali layanan di masa depan bila tidak puas maka pengguna layanan akan lebih berhati-hati di masa depan (Abdul, 2016: 249). Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh terhadap perilaku dan minat merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Menurut Assael 1998 (dalam Susila dan Faturrahman: 2004) minat (*Intention*) adalah suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap objek, minat juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat konsumen timbul karena suatu motif sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa.

Crow dan Crow (dalam Dimiyati, 2001: 56) menyatakan bahwa minat terhadap suatu objek atau aktivitas ditimbulkan oleh beberapa faktor yaitu:

a. *The Factor of Inner Urges* (Faktor Dorongan Dari Dalam)

Minat timbul karena pengaruh dari dalam untuk memenuhi semua kebutuhan, baik kebutuhan jasmani maupun rohani.

b. *The Factor of Social Motives* (Faktor Motif Lingkungan Sosial)

Minat timbul karena pengaruh kebutuhan dalam masyarakat sekitar lingkungan hidupnya bersama orang-orang lain.

c. *The Factor of Emotional* (Faktor Emosi)

Minat timbul karena pengaruh emosi dari orang yang bersangkutan, artinya seseorang yang melaksanakan dengan perasaan yang senang, maka akan membuahkan hasil yang memuaskan dan sekaligus memperbesar minatnya terhadap suatu kegiatan tersebut.

Dalam manajemen pemasaran khususnya dalam teori mengenai keputusan pembelian dikenal istilah *Repurchase Intention* (minat membeli kembali), namun istilah tersebut seringkali digunakan untuk pemasaran produk barang sementara dalam pemasaran produk jasa biasanya digunakan istilah *Reuse Intention*. *Reuse Intention* mengacu pada kemungkinan pilihan pelanggan untuk menggunakan suatu layanan tertentu kembali di masa depan, *Reuse Intention* berhubungan positif dengan kemungkinan final untuk menggunakan suatu layanan (Yongrok dan Lili, 2016). Sementara Engel dan Blackwell (1982) mendefinisikan *Reuse Intention* sebagai kemungkinan keinginan seorang individu untuk menerapkan suatu tindakan tertentu (Yongrok dan Lili, 2016).

Menurut Hellier, et al (2003) Repurchase Intention is the *individual's judgement about buying again a designated service from the same company, taking into the same account his or her current situation and likely circumstance.* Minat membeli kembali menjadi perhatian pemasar akan perilaku seorang konsumen ketika akan melakukan pembelian. Minat membeli kembali juga merupakan tolak ukur apakah konsumen akan jadi membeli kembali atau tidak.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*) adalah kecenderungan hati atau keinginan untuk memanfaatkan secara berulang. Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan minat penggunaan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* adalah kecenderungan/keinginan wajib pajak untuk memanfaatkan sekali secara berulang layanan unggulan SAMSAT *Payment Point* setelah pernah memanfaatkan sebelumnya, diantara berbagai pilihan layanan untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

## **2 Indikator Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*)**

Yongrok dan Lili (2016) menyatakan bahwa *Reuse Intention* ditunjukkan dengan preferensi subjektif konsumen untuk menggunakan layanan tertentu dan merekomendasikannya keada orang lain, seperti teman dan keluarga. Zeithaml, *et al.* (1996) dalam Grewal, *et al* (2008) mengemukakan 4 (empat) indikator dalam mengukur minat menggunakan kembali suatu produk yaitu konsumen berminat untuk mengunjungi kembali, menjadikan pilihan utama untuk membeli produk, merekomendasikan ke orang lain yang ingin membeli produk yang sama, dan menyebarkan hal-hal yang positif kepada banyak orang.

Sementara Ramayah, Chow Lee, dan Muhammad, (2009) dalam penelitiannya mengukur atau mengetahui *repurchase intention* seorang konsumen yakni dengan:

- a. Konsumen berencana akan membeli produk barang atau jasa.
- b. Konsumen akan merekomendasikan dan menggunakan produk atau jasa tersebut kepada orang lain

## **H. Hubungan Antar Variabel**

### **1 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib Pajak**

Rosadi (2016) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa, variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan wajib pajak. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Kitapci, *et al.* (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien dengan dimensi *empathy* dan *assurance* merupakan penyebab terpenting dari kepuasan pelanggan dan berhubungan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Sinambela (2008: 6) kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting karena tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah untuk memuaskan masyarakat, sementara untuk mencapai kepuasan dituntut kualitas pelayanan yang prima. Berdasarkan pendapat Sinambela tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dari pengguna layanan, maka pengguna layanan akan merasa puas. Begitu pula

sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak dapat memenuhi harapan pengguna layanan maka akan muncul rasa tidak puas dari pengguna layanan.

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dapat dirumuskan bahwa kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan (wajib pajak). Bila kualitas pelayanan yang diberikan buruk, maka pengguna layanan tidak akan merasa puas dan begitupula sebaliknya.

## **2 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*)**

Dong-Su, *et al.* (2017) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dari angkutan (penerbangan) berbiaya rendah berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan kembali layanan penerbangan. Hasil penelitian yang lain yang dilakukan oleh Kettinger, *et al.* (2009) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan sistem informasi memiliki pengaruh paling besar (diantara variabel lain yang diuji) dalam mempengaruhi variabel minat penggunaan kembali (*reuse intention*) layanan sistem informasi.

Kualitas pelayanan diartikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan dari pengguna layanan, maka hal ini akan mempengaruhi keputusan pengguna layanan pascapemakaian layanan. Pengguna layanan akan cenderung menggunakan kembali layanan yang pernah digunakannya karena kualitas pelayanan yang diberikan, bahkan pengguna layanan akan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain berdasarkan pengalaman pribadinya.

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dapat dirumuskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat wajib pajak kendaraan bermotor untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point*. Apabila Kualitas layanan SAMSAT *Payment Point* dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan wajib pajak, maka wajib pajak akan kembali menggunakannya di masa depan.

### **3 Hubungan Kepuasan Wajib Pajak dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*)**

Dong-Su, *et al.* (2017) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atas angkutan (penerbangan) berbiaya rendah di Korea Selatan berpengaruh positif terhadap minat pelanggan untuk menggunakan kembali layanannya. Hasil penelitian Kitapci, *et al.* (2014) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali fasilitas perawatan kesehatan publik di Turki.

Dalam bukunya Kotler dan Keller (2009: 190) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan pascapembelianakan mempengaruhi tindakan pascapembelian pelanggan. Pelanggan yang puas mungkin akan membeli produk itu kembali dan cenderung mengatakan hal-hal yang baik tentang produk tersebut kepada orang lain. Sementara pelanggan yang tidak puas akan memutuskan untuk berhenti membeli produk (opsi keluar) atau memperingatkan teman (opsi suara).

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dapat dirumuskan bahwa kepuasan wajib pajak terhadap layanan SAMSAT *Payment Point* berpengaruh terhadap minat wajib pajak menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point*. Wajib pajak yang puas akan layanan SAMSAT *Payment Point*, akan

cenderung menggunakan kembali layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

#### **4 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Minat Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) melalui variabel Kepuasan Wajib Pajak**

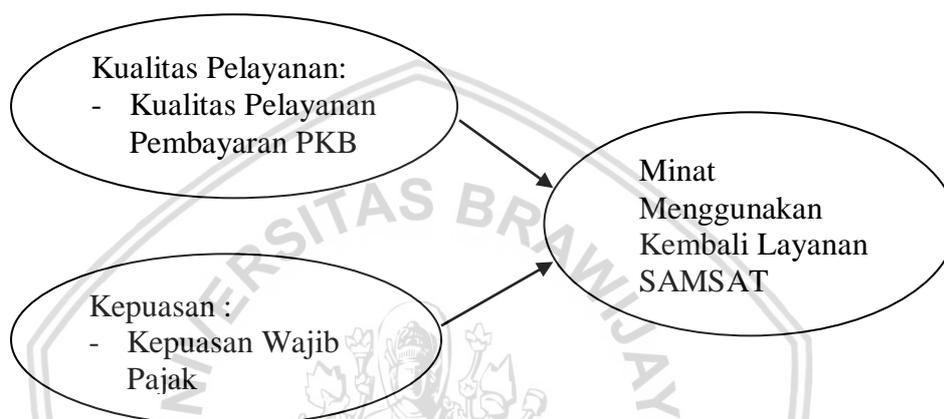
Dong-Su, et al. (2017) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan awal terhadap perusahaan penerbangan akan cenderung puas terhadap kualitas pelayanan dan berminat untuk menggunakan kembali layanannya. Hasil penelitian Kettinger, et al. (2009) juga menjelaskan bahwa kepuasan memediasi hubungan kualitas pelayanan dan minat menggunakan kembali layanan sistem informasi.

Schnaars (dalam Pasolong, 2010: 221) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan penting dalam pelayanan publik karena dapat membuat hubungan antara pelanggan dengan instansi menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli (pemakaian) ulang, terciptanya loyalitas, serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut. Sehingga, kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali melalui variabel kepuasan wajib pajak. Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, dapat dirumuskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* dan kepuasan wajib pajak dapat menjadi mediator (variabel antara) diantara keduanya.

## I. Model Konsep dan Model Hipotesis

### 1 Model Konsep

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, adapun model konsep dari penelitian ini dapat digambarkan dalam gambar 1 sebagai berikut:

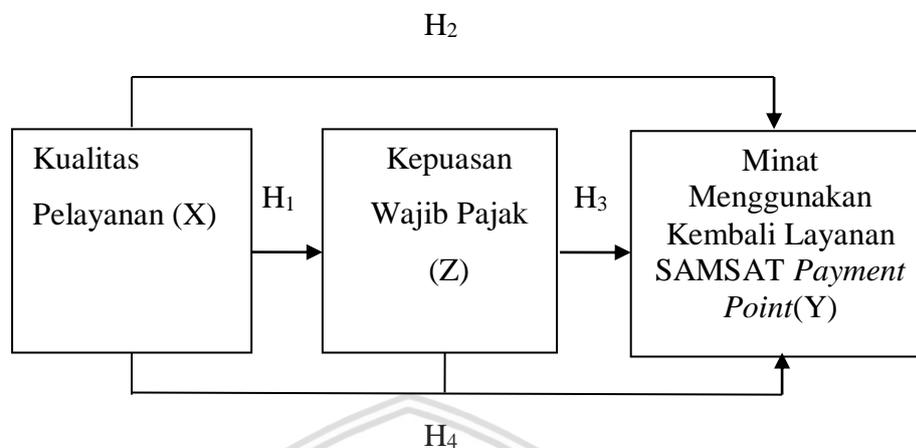


**Gambar 1. Model Konsep**

*Sumber: data diolah penulis, 2017.*

### 2 Model Hipotesis

Berdasarkan latar belakang penelitian dan hubungan antar variabel penelitian, model hipotesis dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam Gambar 2. sebagai berikut:



**Gambar 2. Model Hipotesis**

*Sumber: data diolah penulis, 2017.*

Berdasarkan model hipotesis pada Gambar 2 di atas, maka penelitian ini dinyatakan dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

- 1 H<sub>1</sub>: Diduga kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak (Z).
- 2 H<sub>2</sub>: Diduga kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* (Y).
- 3 H<sub>3</sub>: Diduga kepuasan wajib pajak (Z) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* (Y).
- 4 H<sub>4</sub>: Diduga kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* (Y) melalui variabel kepuasan wajib pajak.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Darmawan (2014: 37) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Peneliti akan melakukan penelitian terhadap Wajib Pajak yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada wajib pajak. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis statistik berupa analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial berupa *Path Analysis* untuk menguji pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* (Y), dan pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* melalui variabel kepuasan wajib pajak (Z).

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam proses penelitian. Peneliti memilih SAMSAT *Payment Point* Ngunut yang berada dibawah Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung sebagai lokasi penelitian. SAMSAT *Payment Point* Ngunut bealamatkan di Jl. Adil No.65, Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa

Timur, 66292. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. SAMSAT *Payment Point* Ngunut merupakan *Payment Point* pertama yang didirikan di Tulungagung sehingga perlu dievaluasi kualitas pelayanannya apakah sudah baik dan bisa memuaskan wajib pajak, serta apakah wajib pajak masih menjadikannya prioritas ataukah preferensi wajib pajak telah berubah.
2. Layanan SAMSAT *Payment Point* telah diterapkan di KB SAMSAT Tulungagung sebagai salah satu layanan unggulannya. Sehingga dapat memudahkan peneliti untuk memperoleh sumber data yang dibutuhkan.
3. Ngunut merupakan salah satu daerah yang padat penduduk, strategis dan ramai di Tulungagung.

### C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

#### 1. Variabel

Menurut Singarimbun dan Effendi (1982: 25) variabel adalah konsep yang diberi lebih dari satu nilai, dimana variabel-variabel berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yaitu variabel eksogen, variabel endogen dan variabel antara (*intervening*). Masing-masing variabel penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Variabel Eksogen (X)

Variabel eksogen dalam suatu model jalur merupakan variabel yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju

ke arahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran (Sarwono, 2007: 4). Variabel eksogen (X) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan yang diberikan pada SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Dimensi pengukuran variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah lima dimensi model SERVQUAL yang digagas oleh Parasuraman, *et al* (1988) (dalam Tjiptono, 2014: 282) berupa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

b. Variabel Endogen (Y)

Variabel endogen dalam suatu model jalur merupakan variabel yang mempunyai anak panah yang menuju variabel tersebut, termasuk di dalamnya mencakup variabel perantara dan tergantung. Variabel endogen (Y) dalam penelitian ini adalah minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment point*. Pengukuran variabel minat menggunakan kembali dalam penelitian ini dilakukan menggunakan indikator minat menggunakan kembali yang disampaikan oleh Zeithaml, *et al.* (1996) dalam Grewal, *et al* (2008) yaitu berminat untuk mengunjungi kembali, dijadikan pilihan utama, merekomendasikan ke orang lain, dan menyebarkan hal-hal yang positif kepada banyak orang.

c. Variabel *Intervening*/Antara (Z)

Variabel antara dalam model jalur adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi, memperkuat dan atau memperlemah hubungan antara variabel eksogen dan endogen tetapi tidak dapat diukur (Sinambela, 2014: 48). Variabel antara (Z) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Wajib Pajak. Pengukuran variabel kepuasan wajib pajak dalam penelitian ini dilakukan menggunakan tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut

Fornell, *et al* dalam (Tjiptono, 2014: 368) yaitu *overall satisfaction, confirmation of expectation, dan comparison to ideal*.

## 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu unsur penelitian yang merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur dalam rangka memudahkan pelaksanaan penelitian lapangan. Definisi penelitian dalam penelitian ini dijelaskan dalam table berikut:

**Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Konsep	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (X) <b>Parasuraman, et al (dalam Tjiptono, 2014: 282)</b>	1. <i>Reliability</i>	X.1 Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan X.2 Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan X.3 Petugas tidak melakukan kesalahan dalam pelayanannya X.4 Petugas handal menggunakan teknologi yang ada
		2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	X.5 Petugas cepat dalam melayani wajib pajak X.6 Petugas siap membantu keluhan wajib pajak

Lanjutan Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
		3. <i>Assurance</i> (Jaminan)	X.7 Petugas memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah WP X.8 Petugas bertindak sopan dalam memberikan layanan X.9 Keamanan layanan terjamin
		4. <i>Empathy</i>	X.10 Petugas bersikap ramah dan terbuka X.11 Petugas dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan jelas
		5. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	X.12 Lokasi mudah dijangkau dan strategis X.13 Tersedianya fasilitas yang memadai seperti tempat parkir dan kursi tunggu X.14 Kantor yang bersih dan rapi X.15 Petugas menggunakan pakaian yang rapi
Kepuasan	Kepuasan Wajib Pajak (Z) <b>Fornell, et al dalam (Tjiptono, 2014: 368)</b>	1. Kepuasan general ( <i>overall satisfaction</i> )	Z.1 Secara keseluruhan saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan
		2. Konfirmasi harapan ( <i>confirmation of expectation</i> )	Z.2 Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang saya harapkan
		3. Perbandingan dengan situasi ideal ( <i>comparison to ideal</i> )	Z.3 Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan pelayanan ideal pada umumnya

Lanjutan Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Minat	Minat Menggunakan Kembali ( <i>Reuse Intention</i> ) (Y) Zeithaml, et al. (1996) dalam Grewal, et al (2008)	1. Konsumen berminat untuk mengunjungi kembali	Y.1 Saya berminat untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> untuk membayar PKB
		2. Dijadikan pilihan utama untuk membeli produk	Y.2 Saya berencana menjadikan layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> sebagai pilihan utama dalam membayar PKB
		3. Merekomendasikan ke orang lain.	Y.3 Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan SAMSAT <i>Payment Point</i> untuk membayar PKB-nya
		4. Menyebarkan hal-hal yang positif kepada banyak orang.	Y.4 Saya akan mengatakan hal positif tentang layanan SAMSAT <i>Payment Point</i>

Sumber: Data diolah penulis, 2017.

### 3. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel menurut Mustafa (2013: 48) adalah suatu proses kuantifikasi atribut kualitatif dari suatu objek sehingga diperoleh angka (bilangan) dengan menggunakan aturan tertentu. Sementara skala diartikan sebagai alat bantu untuk memudahkan peneliti mendapatkan ukuran atau angka kuantitatif berdasarkan sikap, perilaku, perasaan, mengenai suatu kejadian atau objek tertentu. Skala pengukuran yang akan digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan (X), variabel Kepuasan Wajib Pajak dan variabel Minat

Menggunakan Kembali (*Reuse Intention*) dalam penelitian ini adalah skala *Likert*.

Menurut Mustafa (2013: 76):

Skala *likert* disebut juga dengan *summated-rating scale*. Skala ini merupakan skala yang paling luas digunakan dalam penelitian, karena skala ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap tingkat intensitas sikap/perilaku atau perasaan responden. Untuk mendapatkan skala seperti yang dimaksudkan *Likert* instrument harus didesain sedemikian rupa, umumnya menggunakan pertanyaan tertutup dengan lima (5) alternatif jawaban secara berjenjang. Jenjang jawaban tersebut adalah: “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, “sangat setuju”.

Penentuan skor di setiap jenjang pada skala *likert* harus disesuaikan dengan narasi pertanyaannya, yaitu apakah narasi pertanyaannya bersifat negatif (*unfavorable*) atau narasi pertanyaannya bersifat positif (*favorable*) (Mustafa, 2013: 78). Berikut ini merupakan pemberian skor untuk setiap jenjang skala *likert*:

**Tabel 4. Skor Pada Skala Likert Yang Positif dan Negatif**

Alternatif Jawaban	Skor Pertanyaan Positif	Skor Pertanyaan Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
Tidak Setuju (TS)	2	4
Netral (N)	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

Sumber: Mustafa (2013: 78)

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Yusuf (2014: 147) populasi merupakan totalitas semua nilai-nilai yang mungkin dari pada karakteristik tertentu sejumlah objek yang ingin dipelajari sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak

kendaraan bermotor yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung.

## 2. Sampel

Menurut Yusuf (2014: 150) sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. *Nonprobability Sampling* merupakan teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Sinambela, 2014: 102). Sementara *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja (Sinambela, 2014: 103). Teknik ini dipandang sesuai karena populasi dan tujuan dari penelitian ini sudah spesifik. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang sebelumnya pernah memanfaatkan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotornya.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan pedoman yang disampaikan oleh Roscoe (1975) dalam Sekaran (2006: 160) :

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- b. Dimana sampel dipecah ke dalam subsample; (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
- c. Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi linear berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi.
- d. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat (*match pairs*, dan sebagainya), penelitian yang sukses adalah mungkin dengan sampel ukuran kecil antara 10 hingga 20.

Karena penelitian ini termasuk dalam penelitian multivariat dan terdapat 3 (tiga) variabel dalam penelitian ini, sehingga berdasarkan pedoman tersebut besarnya sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 elemen yaitu 10 kali dari jumlah variabel penelitian. Namun peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 120 elemen dalam penelitian ini dengan tujuan agar informasi yang didapatkan lebih valid.

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Sebuah data memiliki jenis yang berbeda-beda sesuai dengan sumber yang diperoleh. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Menurut Mustafa (2013: 92) data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh peneliti dari sumbernya (subyek penelitian). Jadi data primer yaitu data yang bersumber pada hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisisioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari menyebarkan kuisisioner langsung kepada wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor melalui layanan unggulan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.

##### **2. Data Sekunder**

Menurut Mustafa (2013: 92) data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, dan telah terdokumentasikan, sehingga peneliti tinggal menyalin data tersebut untuk kepentingan penelitiannya. Jadi data sekunder dalam penelitian ini merupakan data penunjang dari berbagai sumber yang telah

ada seperti: jumlah penerimaan pajak dari PKB, jumlah wajib pajak yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut, jumlah objek pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di KB SAMSAT Tulungagung, jurnal, buku, serta peraturan perundang-undangan yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Darmawan (2014: 159) teknik pengambilan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan peneliti untuk mendapatkan datanya. Secara umum teknik pengumpulan data yang dapat digunakan peneliti dalam penelitian langsung ke lapangan adalah dengan menggunakan kuisisioner, pedoman wawancara, lembar pengamatan, tes, atau gabungan dari semuanya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Kuisisioner.**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner/angket adalah suatu cara mengumpulkan data primer dengan menggunakan seperangkat daftar pertanyaan mengenai variabel yang diukur melalui perencanaan matang dan disusun sedemikian rupa sehingga jawaban dari pertanyaan dapat menggambarkan keadaan variabel (Mustafa, 2013: 99). Responden yang akan menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner adalah wajib pajak yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Kuisisioner akan diberikan secara langsung kepada wajib pajak di lokasi SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Kuisisioner yang digunakan bersifat tertutup yaitu kuisisioner yang sudah disediakan jawabannya, untuk menghemat waktu penelitian.

## 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah teknik pengumpulan data (data sekunder) yang telah tersedia sehingga peneliti tinggal menyalin saja (Mustafa, 2014: 114). Data sekunder dapat digunakan sebagai sarana pendukung untuk memahami dan menjelaskan masalah yang sedang diteliti agar lebih operasional. Dokumen-dokumen terkait penelitian ini yaitu jumlah penerimaan pajak dari PKB, jumlah wajib pajak yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut, jumlah objek pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di KB SAMSAT Tulungagung, dan jumlah penerimaan sektor PKB. Dokumen tersebut diperoleh dari pihak-pihak terkait yaitu petugas KB SAMSAT Tulungagung dan UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Tulungagung.

### G. Teknik Analisis Data

#### 1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Menurut Yusuf (2014: 234) uji validitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh instrument (kuisisioner) itu benar-benar mengukur objek yang hendak diukur. Semakin tinggi validitas suatu instrumen, semakin baik instrument itu untuk digunakan. Uji validitas sangat berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak layak untuk diukur sebelum diajukan ke sampel atau responden asli. Cara menentukan validitas instrument dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *pearson product moment correlation* dengan bantuan

*Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 23. Butir pernyataan atau indikator dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table dengan nilai positif (Ghozali, 2016: 53).

Besarnya  $r$  table dalam penelitian ini ditentukan dengan *degree of freedom* (df) sebesar  $df = n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel, sehingga diperoleh besarnya df adalah  $120 - 2 = 118$  (Ghozali, 2016: 53). Dengan  $df = 118$  dan  $\alpha = 0,05$  didapatkan  $r$  table (uji dua sisi) sebesar 0,1793. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung (*correlated item-total correlation*) dengan  $r$  tabel yang ditampilkan dalam tabel berikut :

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X.1	0,619	0,1793	Valid
	X.2	0,501	0,1793	Valid
	X.3	0,590	0,1793	Valid
	X.4	0,386	0,1793	Valid
	X.5	0,434	0,1793	Valid
	X.6	0,558	0,1793	Valid
	X.7	0,553	0,1793	Valid
	X.8	0,639	0,1793	Valid
	X.9	0,571	0,1793	Valid
	X.10	0,654	0,1793	Valid
	X.11	0,528	0,1793	Valid
	X.12	0,479	0,1793	Valid
	X.13	0,606	0,1793	Valid
	X.14	0,646	0,1793	Valid
	X.15	0,425	0,1793	Valid
Kepuasan Wajib Pajak	Z.1	0,829	0,1793	Valid
	Z.2	0,852	0,1793	Valid
	Z.3	0,858	0,1793	Valid
Minat Menggunakan Layanan	Y.1	0,773	0,1793	Valid
	Y.2	0,828	0,1793	Valid
	Y.3	0,843	0,1793	Valid
	Y.4	0,786	0,1793	Valid

Sumber : Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 4)

Hasil Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlation*) tiap indikator lebih besar dari nilai  $r$  tabel dan  $r$  hitung bernilai positif, artinya tiap-tiap indikator adalah valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (konsistensi) alat ukur (Mustafa, 2013: 224). Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila hasilnya sama maka instrumen yang bersangkutan memiliki derajat reliabilitas yang tinggi. Teknik pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Koefisien *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS versi 23. Menurut Nunnally (1994) (dalam Ghozali, 2016: 48) jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka  $\geq 0,7$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan telah dilakukan ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

No.	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0.833	Reliabel
2.	Kepuasan Wajib pajak	0.802	Reliabel
3.	Minat Menggunakan kembali ( <i>Reuse Intention</i> )	0.825	Reliabel

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 5)

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk seluruh variabel bernilai lebih dari 0,7. Berdasarkan teori yang telah disebutkan sebelumnya apabila nilai koefisien *Alpha Cronbach* melebihi 0,7 maka variabel dapat dikatakan reliabel, artinya responden sudah konsisten dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner.

## 2 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang mendeskripsikan hal yang saat ini berlaku. Analisis ini tidak menguji hipotesis melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai variabel (Darmawan, 2014: 38). Analisis deskriptif membantu dalam mengolah informasi mentah ke dalam bentuk yang mudah difahami dan diinterpretasikan. Fungsi dari analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh dan gambaran umum ini dapat menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang diperoleh.

Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu rangkuman statistik distribusi frekuensi yang menunjukkan karakteristik responden dan rangkuman yang menunjukkan rata-rata jawaban responden untuk melihat kecenderungan penilaian responden terhadap pernyataan yang diberikan. Analisis menggunakan rata-rata akan dilakukan dengan menghitung batasan-batasan untuk setiap kelas/interval. Dalam penelitian ini untuk mengetahui batasan nilai untuk setiap kelas maka digunakan pendekatan Sturges menggunakan skor rata-rata, karena terdapat 5 kelas dalam penelitian ini dengan skor maksimum 5 dan skor minimum 1, maka diperoleh  $range = 5 - 1 = 4$ ,

sehingga besarnya interval adalah *range* dibagi kategori  $(4:5) = 0,8$ , jadi skor untuk masing-masing kategori adalah sebagai berikut:

**Tabel. 7 Kategorisasi Berdasarkan Rata-Rata Skor**

Kategori	Skor
Sangat Jelek	1,0 – 1,8
Jelek	>1,8 – 2,6
Netral	>2,6 – 3,4
Bagus	>3,4 – 4,2
Sangat Bagus	>4,2 – 5,0

Sumber: Mustafa (2013: 150)

### 3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi klasik model regresi, walaupun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) namun karena analisis jalur merupakan kepanjangan regresi *linear* maka asumsi regresi juga harus diikuti (Sarwono dan Salim, 2017: 206). Uji asumsi klasik yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016: 154). Residual adalah selisih antara variabel Y dengan variabel Y yang diprediksikan, hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai *random error* ( $e$ ) (Priyatno, 2016: 118). Model regresi yang baik adalah yang terdistribusi secara normal atau mendekati normal sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov, menurut Priyatno (2016: 118) residual dikatakan terdistribusi normal apabila angka signifikansi (Asymp.sig) uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 ( $Sig > 0,05$ ).

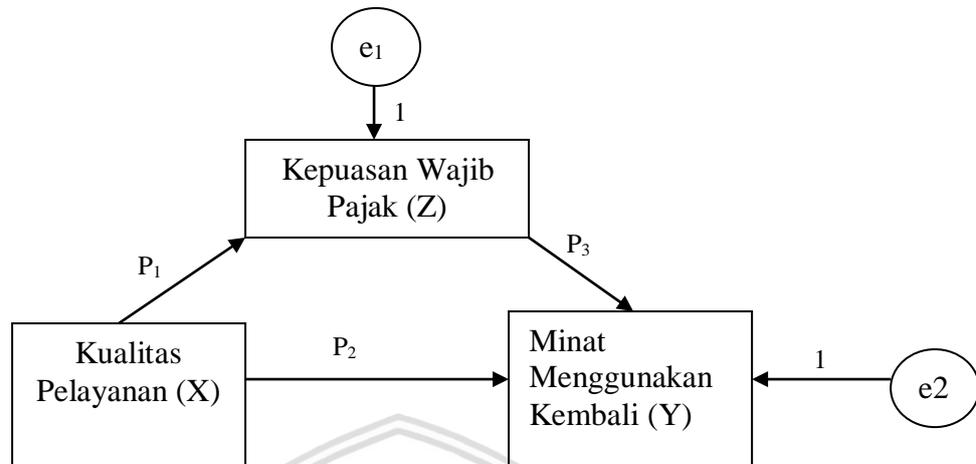
#### 4 Analisis Korelasi

Analisis Korelasi ( $r$ ) adalah analisis yang digunakan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Siregar, 2013: 252). Analisis korelasi dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* yang bertujuan untuk menganalisis keeratan hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Korelasi akan dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan kekuatan hubungan antar variabel dalam penelitian ini berdasarkan nilai probabilitas (*sig*) sesuai dengan Sarwono dan Salim (2017: 229), yaitu:

1.  $0 - 0,25$  : Korelasi sangat lemah
2.  $>0,25 - 0,5$  : Korelasi cukup
3.  $>0,5 - 0,75$  : Korelasi Kuat
4.  $>0,75 - 1$  : Korelasi Sangat Kuat

#### 5 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian pengaruh variabel intervening dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program SPSS. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Neolaka, 2014: 148). Langkah awal dalam analisis jalur adalah membuat diagram jalur yang menjelaskan hubungan pola antar variabel melalui pengembangan model teoritis yang dilakukan dengan telaah pustaka. Berdasarkan hubungan antar variabel, secara teoritis dibuat model dalam bentuk diagram sebagai berikut:



**Gambar 3. Diagram Jalur**

*Sumber: data diolah penulis, 2017*

Berdasarkan diagram jalur dijelaskan bahwa X memiliki hubungan langsung dengan Y ( $P_1$ ), namun demikian X juga memiliki hubungan tidak langsung dengan Y yaitu melalui Z ( $P_2$ ) baru kemudian ke Y ( $P_3$ ). Sehingga besarnya pengaruh masing-masing adalah sebagai berikut:

Pengaruh langsung X ke Y (Koefisien path/regresi $p_1$ )	$= P_2$
Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y	$= P_1 \times P_3$
Total Pengaruh (korelasi X ke Y)	$= P_2 + (P_1 \times P_3)$

*Sumber: Ghozali, (2016: 238).*

Setiap variabel terikat (endogen) terdapat panah menuju variabel yang berfungsi untuk menjelaskan varian yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel itu. Anak panah dari  $e_1$  menuju Z menunjukkan jumlah varian Z yang tidak dapat dijelaskan oleh X, besarnya nilai  $e_1 = \sqrt{(1 - R^2)}$ . Begitu pula dengan anak panah  $e_2$  ke variabel Y yang menunjukkan besarnya  $e_2$  menunjukkan jumlah varian Y yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel X dan Z, besarnya  $e_2 = \sqrt{(1 - R^2)}$ .

Dalam analisis jalur terdapat koefisien jalur yang menunjukkan kuatnya pengaruh variabel independen terhadap dependen. Menurut Sugiyono (2009: 302)

bila koefisien jalur rendah dan angkanya dibawah 0,05, maka pengaruh jalur tersebut dianggap rendah sehingga dapat dihilangkan. Koefisien jalur adalah standardized koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Berikut adalah persamaan dalam analisis jalur:

$$Z = P_2X + e_1 \quad (1)$$

$$Y = P_1X + P_3Z + e_2 \quad (2)$$

*Sumber: Sarwono dan Salim, (2017: 220).*

Standardize koefisien untuk X pada persamaan (1) akan memberikan nilai  $P_2$ , sedangkan koefisien untuk X dan Z pada persamaan (2) akan memberikan nilai  $P_1$  dan  $P_3$ .

### **Mendeteksi Pengaruh Mediasi/*Intervening***

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel. Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z (Ghozali, 2016: 236). Langkah pertama yang harus dilakukan adalah menghitung *standard error* koefisien pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Keterangan :

$S_{ab}$  = *Standard error* pengaruh tidak langsung X terhadap Y melalui Z

a = *Unstandardized coefficient* B (X terhadap Z)

b = *Unstandardized coefficient* B(Z terhadap Y)

$S_a$  = *Standart error* X terhadap Z

$S_b$  = *Standart error*Z terhadap Y

Langkah selanjutnya untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung adalah dengan menghitung nilai  $t$  dari koefisien  $ab$  dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Selanjutnya, Nilai  $t$  hitung dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel , jika nilai  $t$  hitung  $>$  nilai  $t$  tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2016: 237).

## 6 *Goodness of Fit Test*

Menurut Ghozali (2016: 95) *goodness of fit test* digunakan untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel (ketepatan model regresi) dalam menaksir nilai aktual. Pengujian *Goodness of fit* dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan Program SPSS. *Goodness of fit test* yang akan diuji dalam penelitian ini adalah signifikansi parameter individual (uji  $t$ ). Uji parsial (uji  $t$ ) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kata lain apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016: 97).

Kriteria pengambilan keputusan uji statistik ( $t$ ) adalah dengan membandingkan nilai statistik  $t$  dengan titik kritis menurut tabel, apabila nilai statistik  $t$  hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan  $t$  tabel maka kita menerima hipotesis yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016: 97). Selain itu pengambilan keputusan uji statistik ( $t$ ) dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi, sebagai berikut :

- a. Sig. lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$ ditolak dan  $H_1$ diterima.
- b. Sig lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$ diterima dan  $H_1$ ditolak.

*Sumber: Ghozali, (2016: 99).*



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di SAMSAT *Payment Point* Ngunut yang berada dibawah Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung. SAMSAT *Payment Point* Ngunut bealamatkan di Jl. Adil No.65, Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, 66292.

##### 1. Sejarah Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung

Kantor Bersama SAMSAT didirikan berdasarkan instruksi bersama MENHAMKAM/PANGAB, Menteri Dalam Negeri, Menteri Keuangan tanggal 11 Oktober 1999 tentang Pelaksanaan Pelayanan SAMSAT Nomor Ins/03/M/X/1999, Nomor 29 tahun 1999 dan nomor 6/MK.014/1999. Kantor Bersama SAMSAT dibentuk dengan tujuan menyatukan sistem pemungutan dan administrasi yang lebih efektif dan efisien, dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, terhadap pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor, Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan lalu Lintas jalan (SWDKLLJ), dan yang berkaitan dengan penerbitan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK).

Kantor Bersama SAMSAT melibatkan beberapa unsur dalam pelaksanaan pelayanan, yang secara integritas melayani masyarakat. Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung merupakan suatu sistem kerjasama secara



terpadu antara Kepolisian Daerah Provinsi Jawa Timur (POLDA), Unit Pelaksana Teknis Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Tulungagung, serta PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Jawa Timur. Tugas pokok serta fungsi masing-masing lembaga pada Kantor Bersama SAMSAT adalah sebagai berikut :

- a. Kepolisian Daerah Provinsi Jawa Timur (POLDA), bertugas pada bidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor.
- b. Unit Pelaksana Teknis Badan Pendapatan Daerah Provinsi mempunyai wewenang dalam proses pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB)
- c. PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Jawa Timur bertugas dalam bidang pemungutan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan lalu Lintas jalan (SWDKLLJ).

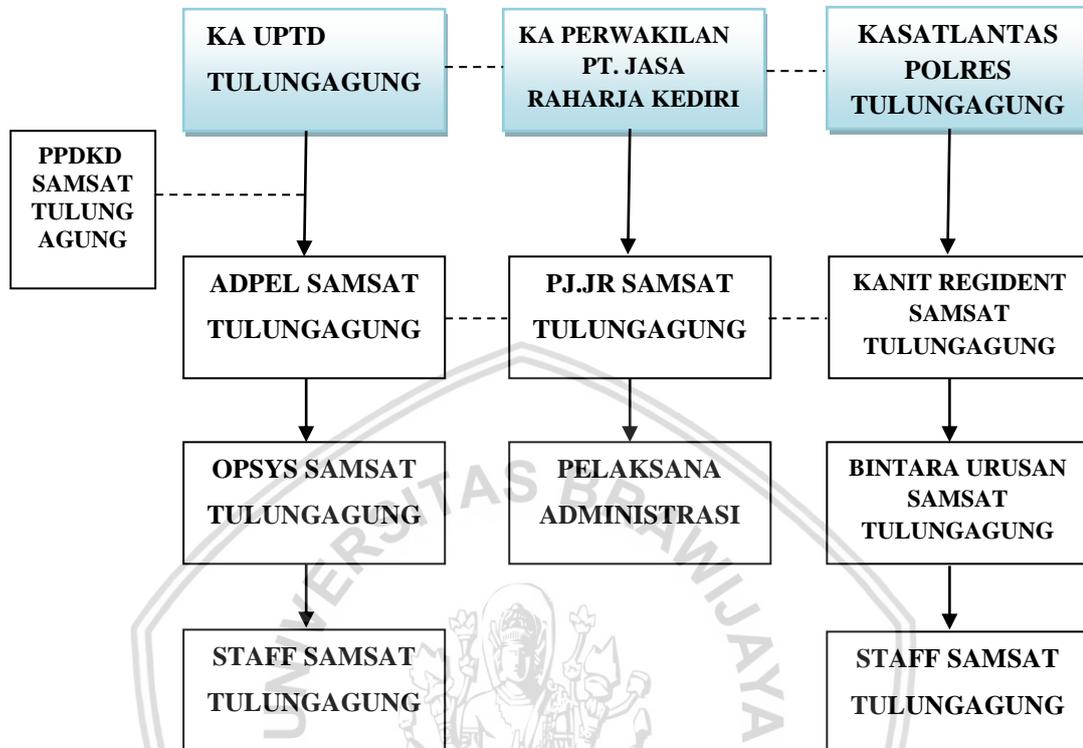
## 2. **Visi dan Misi Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung**

Visi : Terwujudnya pelayanan prima kepada masyarakat

Misi :

- a. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat
- b. Meningkatkan keamanan dan keselamatan pemilik kendaraan bermotor
- c. Meningkatkan pendapatan daerah dan negara.

### 3. Bagan Struktur Organisasi Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung



**Gambar 4. Bagan Struktur Organisasi KB SAMSAT Tulungagung**

*Sumber : Kantor Bersama SAMSAT Kabupaten Tulungagung, 2018*

### 4. Job Description Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung

#### a. Administrator Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor

- 1) Menyelenggarakan pelayanan pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor.
- 2) Mengkoordinasi kegiatan pengoperasian jaringan komputer pada layanan SAMSAT.
- 3) Melakukan koordinasi dengan unit kerja UPTD dan instansi terkait
- 4) Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelayanan.
- 5) Melaporkan tugas pelayanan kepada kepala UPTD

**b. Petugas Jasa Raharja SAMSAT Tulungagung**

- 1) Melaksanakan pembinaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap pelayanan administrasi pembayaran SWDKLLJ.
- 2) Bekerjasama dengan instansi terkait (dispenda dan kepolisian daerah) dalam proses pembayaran pajak kendaraan dan regident kendaraan bermotor.
- 3) Membuat laporan hasil pelaksanaan kegiatan penerimaan pembayaran SWDKLLJ.

**c. Kepala Unit Registrasi dan Identifikasi SAMSAT Tulungagung**

- 1) Melaksanakan pembinaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap pelayanan administrasi registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor.
- 2) Melakukan pemeriksaan dokumen kendaraan baik pendaftaran baru, mutasi keluar maupun mutasi masuk.
- 3) Melaksanakan pelayanan penerbitan bpkb, stnk dan tnkb bagi kendaraan yang telah melalui proses pemeriksaan dokumen.
- 4) Melaksanakan pengecekan ulang ke tempat asal kendaraan di registrasi terhadap kendaraan yang melakukan mutasi masuk sebagai bentuk sistem pengamanan.
- 5) Bekerjasama dengan instansi terkait (dispenda dan jasa raharja) dalam proses pembayaran pajak kendaraan dan asuransi.
- 6) Membuat laporan hasil pelaksanaan kegiatan registrasi dan indentifikasi kendaraan dan pengemudi.

## B. Hasil dan Analisis Data

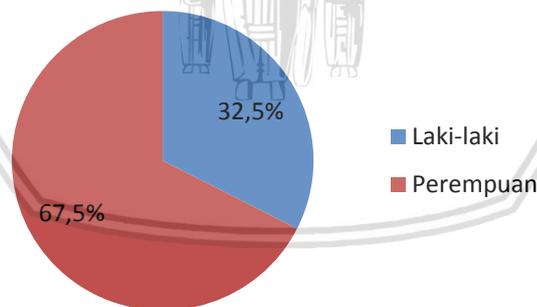
### 1 Analisis Deskriptif

#### a. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut dengan kriteria yang sebelumnya pernah menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Penyajian data mengenai gambaran umum responden diklasifikasikan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis kendaraan, dan berapa kali responden pernah menggunakan layanan, sebagai berikut:

##### 1) Jenis kelamin

Berikut hasil penyebaran kuisioner yang menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin:



**Gambar 5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

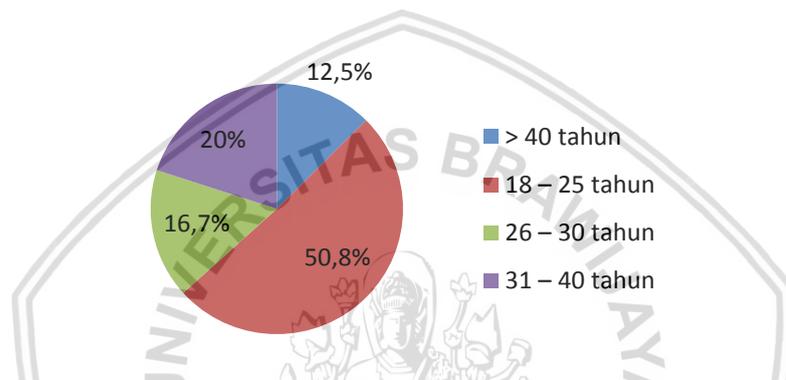
*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Gambar 5. dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini dari total 120 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 32,5% (39 responden), sedangkan jumlah responden yang berjenis

kelamin perempuan adalah sebanyak 67,5% (81 responden). Jika dilihat dari jenis kelamin, maka wajib pajak yang menjadi responden didominasi oleh wajib pajak berjenis kelamin perempuan.

## 2) Kelompok Usia

Berikut hasil penyebaran kuisioner yang menunjukkan data responden berdasarkan usia:



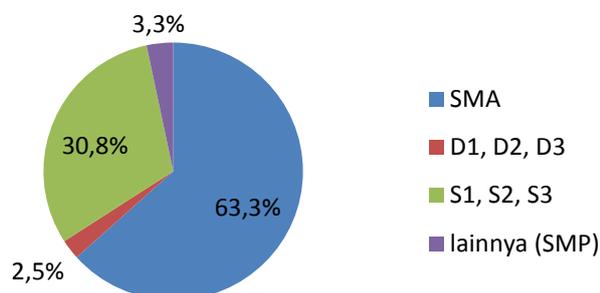
**Gambar 6. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia**

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Gambar 6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 18 – 25 tahun dengan presentase 50,8% (61 responden). Kemudian disusul oleh kelompok umur 31- 40 tahun sebesar 20% (24 responden), selanjutnya adalah kelompok umur 26 – 30 tahun sebesar 16,7% (20 responden), dan yang paling kecil jumlahnya adalah kelompok usia responden di atas 40 tahun sebesar 12,5% (15 responden).

## 3) Tingkat Pendidikan Terakhir

Berikut hasil penyebaran kuisioner yang menunjukkan data responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir:



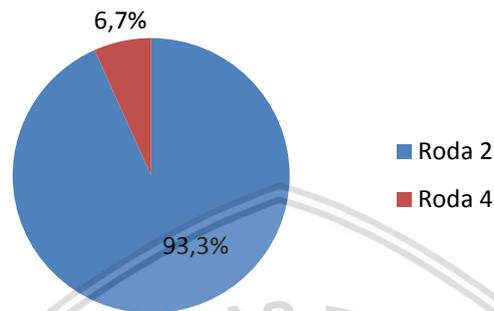
**Gambar 7. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir**

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Gambar 7 dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebagian besar adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA dengan presentase sebesar 63,3% (76 responden). Selanjutnya responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Tinggi S1;S2;S3 berada di urutan ke dua sebesar 30,8% (37 responden). Sementara responden dengan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Tinggi D1;D2;D3 dan Lainnya (SMP) memiliki presentase terkecil, masing-masing sebesar 2,5% (3 responden) dan 3,3% (4 responden).

#### 4) Jenis Kendaraan

Berikut hasil penyebaran kuisisioner yang menunjukkan data responden berdasarkan jenis kendaraan:



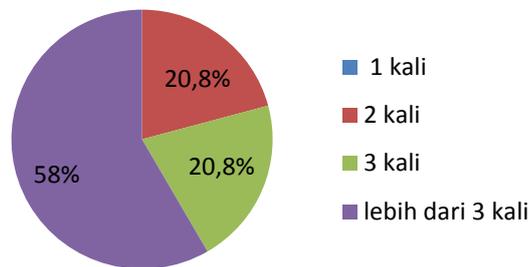
**Gambar 8. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kendaraan**

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Gambar 8 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini merupakan wajib pajak yang memiliki kendaraan bermotor roda dua dengan presentase sebesar 93,3% (112 responden) sementara responden wajib pajak kendaraan roda empat hanya sebesar 6,7% (8 responden) saja.

#### 5) Pengalaman Menggunakan Layanan

Berikut hasil penyebaran kuisisioner yang menunjukkan data responden berdasarkan pengalaman responden dalam menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut:



**Gambar 9. Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan**  
*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Gambar 9 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini pernah menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut lebih dari tiga kali yaitu sebesar 58,3% (70 responden). Selanjutnya, responden yang pernah menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* dua kali dan tiga kali masing-masing adalah sebesar 20,8% (25 responden). Sementara tidak ada responden yang baru satu kali menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut, hal ini sudah sesuai dengan kriteria responden yang ditentukan oleh peneliti yaitu wajib pajak yang sebelumnya pernah menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotornya.

#### **b. Deskripsi Distribusi Frekuensi Variabel**

##### **1) Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

Terdapat 15 pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam variabel kualitas pelayanan (X). Distribusi frekuensi jawaban responden disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	Jawaban Responden										Total		Mean	Kategori
	STS		TS		RR		S		SS		f	%		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
X.1	0	0	0	0	19	15,8	84	70	17	14,2	120	100	3,983	Bagus
X.2	0	0	4	3,3	11	9,2	95	79,2	10	8,3	120	100	3,925	Bagus
X.3	0	0	4	3,3	15	12,5	88	73,3	13	10,8	120	100	3,917	Bagus
X.4	0	0	0	0	10	8,3	91	75,8	19	15,8	120	100	4,075	Bagus
X.5	0	0	7	5,8	18	15	76	63,3	19	15,8	120	100	3,892	Bagus
X.6	0	0	0	0	26	21,7	82	68,3	12	10	120	100	3,883	Bagus
X.7	0	0	0	0	22	18,3	79	65,8	19	15,8	120	100	3,975	Bagus
X.8	0	0	5	4,2	25	20,8	70	58,3	20	16,7	120	100	3,875	Bagus
X.9	0	0	0	0	15	12,5	74	61,7	31	25,8	120	100	4,133	Bagus
X.10	0	0	5	4,2	30	25	70	58,3	15	12,5	120	100	3,792	Bagus
X.11	0	0	0	0	16	13,3	89	74,2	15	12,5	120	100	3,992	Bagus
X.12	0	0	0	0	7	5,8	64	53,3	49	40,8	120	100	4,350	Sangat Bagus
X.13	0	0	12	10	37	30,8	52	43,3	19	15,8	120	100	3,650	Bagus
X.14	0	0	6	5	47	39,2	53	44,2	14	11,7	120	100	3,625	Bagus
X.15	0	0	0	0	3	2,5	88	73,3	29	24,2	120	100	4,217	Sangat Bagus
Mean Keseluruhan											120	100	3,952	Bagus

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018

Keterangan:

- X.1 : Saya merasa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang dijanjikan
- X.2 : Saya merasa pelayanan sudah dilakukan sesuai dengan waktu yang dijanjikan
- X.3 : Petugas tidak melakukan kesalahan dalam melakukan pelayanannya
- X.4 : Menurut saya petugas handal dalam menggunakan teknologi yang ada
- X.5 : Saya merasa petugas bertindak cepat dalam melayani wajib pajak
- X.6 : Saya merasa petugas siap dalam membantu keluhan dari wajib pajak
- X.7 : Menurut saya petugas memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah wajib pajak.
- X.8 : Saya merasa petugas bertindak sopan dalam melayani wajib pajak
- X.9 : Saya merasa layanan SAMSAT *Payment Point* terjamin keamanannya
- X.10 : Saya merasa petugas sudah bertindak ramah dan terbuka dalam melayani wajib pajak
- X.11 : Saya merasa petugas sudah mampu memberikan informasi yang saya butuhkan dengan mudah dan jelas
- X.12 : Menurut saya lokasi SAMSAT *Payment Point* Ngunut mudah dijangkau dan strategis
- X.13 : Menurut saya sudah tersedia fasilitas yang memadai di SAMSAT *Payment Point* seperti tempat parkir dan kursi tunggu

- X.14 : Menurut saya kantor SAMSAT *Payment Point* Ngunut bersih dan rapi  
X.15 : Petugas menggunakan pakaian yang rapi saat melayani wajib pajak

Berdasarkan tabel 8, distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan (X) pada item X.1 yaitu pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan dapat diketahui bahwa 17 responden (14,2%) menjawab sangat setuju, 84 responden (70%) menjawab setuju, 19 responden (15,8%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X,1 sebesar 3,983 yang menurut pendekatan Sturges termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang dijanjikan.

Pada item X.2 yaitu pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan dapat diketahui bahwa 10 responden (8,3%) menjawab sangat setuju, 95 responden (79,2%) menjawab setuju, 11 responden (9,2%) menjawab ragu-ragu, 4 responden (3,3%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.2 sebesar 3,925 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa pelayanan telah dilakukan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Pada item X.3 yaitu petugas tidak melakukan kesalahan dalam pelayanannya dapat diketahui bahwa 13 responden (10,8%) menjawab sangat setuju, 88 responden (73,3%) menjawab setuju, 15 responden (12,5%) menjawab ragu-ragu, 4 responden (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.3 sebesar 3,917 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanannya.

Pada item X.4 yaitu petugas handal menggunakan teknologi yang ada dapat diketahui bahwa 19 responden (15,8%) menjawab sangat setuju, 91 responden (75,8%) menjawab setuju, 10 responden (8,3%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.4 sebesar 4,075 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas handal dalam menggunakan teknologi yang ada.

Pada item X.5 yaitu petugas cepat dalam melayani wajib pajak dapat diketahui bahwa 19 responden (15,8%) menjawab sangat setuju, 76 responden (63,3%) menjawab setuju, 18 responden (15%) menjawab ragu-ragu, 7 responden (5,8%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.5 sebesar 3,892 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas bertindak cepat dalam melayani wajib pajak.

Pada item X.6 yaitu petugas siap membantu keluhan wajib pajak dapat diketahui bahwa 12 responden (10%) menjawab sangat setuju, 82 responden (68,3%) menjawab setuju, 26 responden (21,7%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.6 sebesar 3,883 yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa petugas siap dalam membantu keluhan dari wajib pajak

Pada item X.7 yaitu petugas memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah wajib pajak dapat diketahui bahwa 19 responden (15,8%) menjawab

sangat setuju, 79 responden (65,8%) menjawab setuju, 22 responden (18,3%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.7 sebesar 3,975 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah yang dialami wajib pajak.

Pada item X.8 yaitu petugas bertindak sopan dalam memberikan pelayanan dapat diketahui bahwa 20 responden (16,7%) menjawab sangat setuju, 70 responden (58,3%) menjawab setuju, 25 responden (20,8%) menjawab ragu-ragu, 5 responden (4,2%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.8 sebesar 3,875 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas bertindak sopan dalam memberikan pelayanan.

Pada item X.9 yaitu keamanan layanan terjamin dapat diketahui bahwa 31 responden (25,8%) menjawab sangat setuju, 74 responden (61,7%) menjawab setuju, 15 responden (12,5%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.9 sebesar 4,133 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa layanan SAMSAT *Paayment Point* Ngunut terjamin keamanannya.

Pada item X.10 yaitu petugas bersikap ramah dan terbuka dapat diketahui bahwa 15 responden (12,5%) menjawab sangat setuju, 70 responden (58,3%) menjawab setuju, 30 responden (25%) menjawab ragu-ragu, 5 responden (4,2%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak

setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.10 sebesar 3,792 yang merupakan nilai rata-rata terkecil ketiga dari kelimabelas item lainnya. Namun demikian nilai ini masih termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas bersikap ramah dan terbuka dalam memberikan pelayanan.

Pada item X.11 yaitu petugas dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan jelas dapat diketahui bahwa 15 responden (12,5%) menjawab sangat setuju, 89 responden (74,2%) menjawab setuju, 16 responden (13,3%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.11 sebesar 3,992 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa petugas dapat memberikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak dengan mudah dan jelas.

Pada item X.12 yaitu lokasi mudah dijangkau dan strategis dapat diketahui bahwa 49 responden (40,8%) menjawab sangat setuju, 64 responden (53,3%) menjawab setuju, 7 responden (5,8%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.12 sebesar 4,350 yang merupakan nilai rata-rata tertinggi dari kelimabelas item kualitas pelayanan. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat bagus, artinya responden sangat sepakat bahwa lokasi SAMSAT *Payment Point* Ngunut mudah dijangkau dan strategis.

Pada item X.13 yaitu tersedianya fasilitas yang memadai dapat diketahui bahwa 19 responden (15,8%) menjawab sangat setuju, 52 responden (43,3%) menjawab setuju, 37 responden (30,8%) menjawab ragu-ragu, 12 responden

(10%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.13 sebesar 3,650 yang termasuk rata-rata terendah kedua dari kelimabelas item dalam kualitas pelayanan, dan memiliki frekuensi jawaban tidak setuju terbesar dari keseluruhan item pertanyaan. Namun demikian nilai rata-rata ini masih termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa telah tersedia fasilitas seperti tempat parkir dan kursi tunggu yang memadai di SAMSAT *Payment Point* Ngunut.

Pada item X.14 yaitu kantor yang bersih dan rapi dapat diketahui bahwa 14 responden (11,7%) menjawab sangat setuju, 53 responden (44,2%) menjawab setuju, 47 responden (39,2%) menjawab ragu-ragu, 6 responden (5%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.14 sebesar 3,625 yang merupakan nilai rata-rata terendah dari kelimabelas item dalam kualitas pelayanan. Namun demikian nilai rata-rata ini masih termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa kantor SAMSAT *Paymnet Point* Ngunut sudah bersih dan rapi.

Pada item X.15 yaitu petugas menggunakan pakaian yang rapi dapat diketahui bahwa 29 responden (24,2%) menjawab sangat setuju, 88 responden (73,3%) menjawab setuju, 3 responden (2,5%) menjawab ragu-ragu. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item X.15 sebesar 4,217 yang termasuk dalam kategori sangat bagus, artinya responden sangat sepakat bahwa petugas SAMSAT *Payment Point* Ngunut menggunakan pakaian yang rapi saat melayani wajib pajak.

## 2) Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z)

Terdapat tiga pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam variabel Kepuasan Wajib Pajak. Distribusi frekuensi jawaban responden disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 9. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z)**

Item	Jawaban Responden										Total		Mean	Kategori
	STS		TS		RR		S		SS		f	%		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
<b>Z.1</b>	0	0	4	3,3	25	20,8	72	60	19	15,8	120	100	3,883	Bagus
<b>Z.2</b>	0	0	4	3,3	27	22,5	77	64,2	12	10	120	100	3,808	Bagus
<b>Z.3</b>	0	0	4	3,3	34	28,3	71	59,2	11	9,2	120	100	3,742	Bagus
Mean Keseluruhan											120	100	3,811	Bagus

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018

Keterangan:

- Z.1 : Secara keseluruhan saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di SAMSAT *Payment Point* Ngunut
- Z.2 : Pelayanan yang diberikan di SAMSAT *Payment Point* Ngunut sudah sesuai dengan yang saya harapkan
- Z.3 : Menurut saya pelayanan yang diberikan di SAMSAT *Payment Point* Ngunut sudah sesuai dengan pelayanan ideal pada umumnya

Berdasarkan tabel 9, distribusi frekuensi variabel kepuasan wajib pajak (Z) pada item Z.1 yaitu secara keseluruhan saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, 19 responden (15,8%) menjawab sangat setuju, 72 responden (60%) menjawab setuju, 25 responden (20,8%) menjawab ragu-ragu, 4 responden (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Z.1 sebesar 3,883 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden merasa bahwa secara keseluruhan pelayanan yang diberikan SAMSAT *Payment Point* Ngunut sudah memuaskan.

Pada item Z.2 yaitu pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang saya harapkan dapat diketahui bahwa 12 responden (10%) menjawab sangat setuju, 77 responden (64,2%) menjawab setuju, 27 responden (22,5%) menjawab ragu-ragu, 4 responden (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Z.2 sebesar 3,808 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden merasa SAMSAT *Paymnet Point* Ngunut sudah sudah bagus dalam memenuhi harapannya.

Pada item Z.3 yaitu pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan pelayanan ideal pada umumnya dapat diketahui bahwa 11 responden (9,2%) menjawab sangat setuju, 71 responden (59,2%) menjawab setuju, 34 responden (28,3%) menjawab ragu-ragu, 4 responden (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Z.3 sebesar 3,742 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden merasa bahwa pelayanan yang diberikan di SAMSAT *Paymnet Point* Ngunut sudah sesuai dengan pelayanan ideal pada umumnya.

### 3) **Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan kembali (*Reuse Intention*) (Y)**

Terdapat empat pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam variabel minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*). Distribusi frekuensi jawaban responden disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 10. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan Kembali (Y)**

Item	Jawaban Responden										Total		Mean	Kategori
	STS		TS		RR		S		SS		f	%		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Y.1	0	0	0	0	6	5	82	68,3	32	26,7	120	100	4,217	Sangat Bagus
Y.2	0	0	4	3,3	25	20,8	70	58,3	21	17,5	120	100	3,900	Bagus
Y.3	0	0	8	6,7	20	16,7	73	60,8	19	15,8	120	100	3,858	Bagus
Y.4	0	0	0	0	18	15	87	72,5	15	12,5	120	100	3,975	Bagus
Mean Keseluruhan											120	100	3,988	Bagus

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018

Keterangan:

- Y.1 : Saya berminat untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotor
- Y.2 : Saya berencana menjadikan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut sebagai pilihan utama dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor di masa depan
- Y.3 : Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotornya
- Y.4 : Saya akan mengatakan hal positif tentang layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut kepada orang lain

Berdasarkan tabel 10, distribusi frekuensi variabel minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*) (Y) pada item Y.1 yaitu berminat untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* untuk membayar PKB dapat diketahui bahwa 32 responden (26,7%) menjawab sangat setuju, 82 responden (68,3%) menjawab setuju, 6 responden (5%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Y.1 sebesar 4,217 yang termasuk dalam kategori sangat bagus, artinya responden sangat berminat untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayarkan PKBnya.

Pada item Y.2 yaitu berencana menjadikan layanan SAMSAT *Payment Point* sebagai pilihan utama dalam membayar PKB dapat diketahui bahwa 21 responden (17,5%) menjawab sangat setuju, 70 responden (58,3%) menjawab setuju, 25 responden (20,8%) menjawab ragu-ragu, 4 responden (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Y.2 sebesar 3,900 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa mereka akan menjadikan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut pilihan utama untuk membayar PKBnya.

Pada item Y.3 yaitu akan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* untuk membayar PKB-nya dapat diketahui bahwa 19 responden (15,8%) menjawab sangat setuju, 73 responden (60,8) menjawab setuju, 20 responden (16,7%) menjawab ragu-ragu, 8 responden (6,7%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Y.3 sebesar 3,858 yang termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa mereka akan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* untuk membayar PKB-nya.

Pada item Y.4 akan mengatakan hal positif tentang layanan SAMSAT *Payment Point* dapat diketahui bahwa 15 responden (12,5%) menjawab sangat setuju, 87 responden (72,5%) menjawab setuju, 18 responden (15%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Total keseluruhan didapatkan rata-rata item Y.4 sebesar 3,975 yang

termasuk dalam kategori bagus, artinya responden sepakat bahwa bahwa mereka akan mengatakan hal positif tentang layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut kepada orang lain.

## 2 Analisis Statistik Inferensial

### a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan tes statistik Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan *unstandardized residual*. Menurut Priyatno (2016: 118) bila nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 maka residual terdistribusi normal. Hasil analisis statistik Kolmogorov-Smirnov disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 11. Hasil Uji Normalitas**

Model	Sig.	Keterangan
Jalur 1 (X terhadap Z)	0,056	Normal
Jalur 2 (X dan Z terhadap Y)	0,200	Normal

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018 (Lampiran 7)*

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan, didapatkan nilai signifikansi kolmogorov-Smirnov jalur 1 sebesar 0,056, sementara pada jalur 2 nilai signifikansi tes Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200, sehingga dapat disimpulkan berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov bahwa residual terdistribusi normal karena nilai signifikansi 0,056 dan 0,200 lebih besar dari 0,05.

## b. Analisis Korelasi

Pengujian keeratan hubungan antar variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 12. Hasil Uji Korelasi**

		X	Z	Y
Kualitas Pelayanan (X)	Pearson Correlation	1	,558**	,572**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	120	120	120
Kepuasan Wajib Pajak (Z)	Pearson Correlation	,558**	1	,549**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	120	120	120
Minat Menggunakan Kembali (Y)	Pearson Correlation	,572**	,549**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	120	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018

Berdasarkan Tabel 12 di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Wajib Pajak (Z) menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,558 artinya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan wajib pajak termasuk dalam tingkat korelasi kuat (Sarwono dan Salim, 2017: 229), selain itu nilai positif menunjukkan hubungan antar keduanya searah yang artinya kenaikan (penurunan) kualitas pelayanan pada umumnya akan diikuti oleh kenaikan (penurunan) kepuasan wajib pajak.

Kemudian korelasi antara Kepuasan Wajib pajak (Z) dan minat menggunakan kembali (Y) menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,549 artinya hubungan kepuasan wajib pajak dengan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan termasuk dalam tingkat korelasi kuat (Sarwono dan Salim, 2017: 229), selain itu nilai positif menunjukkan hubungan antar keduanya searah yang artinya kenaikan (penurunan) kepuasan wajib pajak pada umumnya akan diikuti

oleh kenaikan (penurunan) minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan

Sementara korelasi antara Kualitas Pelayanan (X) dan Minat menggunakan kembali (Y) menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,572 artinya hubungan kualitas pelayanan dengan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan termasuk dalam tingkat korelasi kuat (Sarwono dan Salim, 2017: 229), selain itu nilai positif menunjukkan bahwa hubungan antar keduanya searah yang artinya kenaikan (penurunan) kualitas pelayanan pada umumnya akan diikuti oleh kenaikan (penurunan) minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan

### c. Analisis Jalur

Analisis jalur digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* (Y) dan pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* melalui variabel kepuasan wajib pajak (Z). Analisis jalur yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi dua persamaan model. Model pertama dibentuk dari persamaan  $Z = P_2X + e_1$ , sedangkan persamaan kedua yaitu  $Y = P_1X + P_3Z + e_2$ .

#### 1) Pengujian Jalur Persamaan Model Pertama (P<sub>1</sub>)

Persamaan model pertama digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan wajib pajak (Z), untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dapat dilihat dari *Coefficients*. Berikut adalah hasil pengolahan data pada model pertama menggunakan SPSS 23:

**Tabel 13. Hasil Persamaan Model Pertama**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,467	1,508		,309	,758
	Total X	,185	,025	,558	7,299	,000

a. Dependent Variable: Total Z

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui koefisien jalur  $P_1$  kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan wajib pajak (Z) adalah sebesar 0,558 dengan persamaan  $Z = 0,558X + e_1$ . Selain menunjukkan persamaan regresi, tabel tersebut juga dapat digunakan untuk menjelaskan uji hipotesis. Hipotesis dapat diterima dengan melihat nilai signifikan  $t < 0,05$ , diketahui dalam tabel nilai signifikan t adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan wajib pajak (Z).

Apabila dianalisis dengan t hitung, maka hasil t hitung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak dalam tabel di atas adalah 7,299. Sementara nilai t tabel ( $\alpha = 0,05$ , df residual = 118) adalah sebesar 1,9803. Suatu variabel dikatakan berpengaruh secara individual terhadap variabel lain apabila nilai t hitung  $> t$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak (Z) karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $7,299 > 1,9803$ )

## 2) Pengujian Jalur Persamaan Model Kedua ( $P_2$ dan $P_3$ )

Pengujian jalur persamaan model kedua digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan wajib pajak (Z) terhadap

variabel minat menggunakan kembali (Y) Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 14. Hasil Persamaan Model Kedua**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2,273	1,690		1,345	,181	
Total X	,154	,034	,386	4,491	,000	
Total Z	,400	,103	,333	3,874	,000	

a. Dependent Variable: Total Y

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018*

Berdasarkan tabel 14 tersebut, didapatkan koefisien jalur  $P_2$  kualitas pelayanan (X) terhadap minat menggunakan kembali (Y) adalah sebesar 0,386 dan koefisien jalur  $P_3$  kepuasan wajib pajak (Z) terhadap minat menggunakan kembali (Y) adalah sebesar 0,333. Sehingga didapatkan persamaan  $Y = 0,386X + 0,333Z + e_2$ . Selain untuk mengetahui persamaan regresi tabel tersebut juga dapat digunakan untuk menjelaskan dua uji hipotesis, sebagai berikut :

a) Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis dapat diterima dengan melihat nilai signifikan  $t < 0,05$ , diketahui dalam tabel nilai signifikan t adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y). Apabila dianalisis dengan t hitung, maka hasil t hitung variabel kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali dalam tabel 13 di atas adalah 4,491. Sementara nilai t tabel ( $\alpha=0,05$ , df residual=118) adalah sebesar 1,9803. Suatu variabel dikatakan berpengaruh secara individual terhadap variabel lain apabila nilai t hitung  $> t$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas

pelayanan (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y) karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,491 > 1,9803$ )

b) Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis dapat diterima dengan melihat nilai signifikan  $t < 0,05$ , diketahui dalam tabel nilai signifikan t adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepuasan wajib pajak (Z) terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y). Apabila dianalisis dengan t hitung, maka hasil t hitung variabel kepuasan wajib pajak terhadap minat menggunakan kembali dalam tabel 13 di atas adalah 4,491. Sementara nilai t tabel ( $\alpha=0,05$ , df residual=118) adalah sebesar 1,9803 . Suatu variabel dikatakan berpengaruh secara individual terhadap variabel lain apabila nilai t hitung  $>$  t tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan wajib pajak (Z) berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y) karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,491 > 1,9803$ )

**d. Pengujian Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z) Sebagai Variabel Intervening**

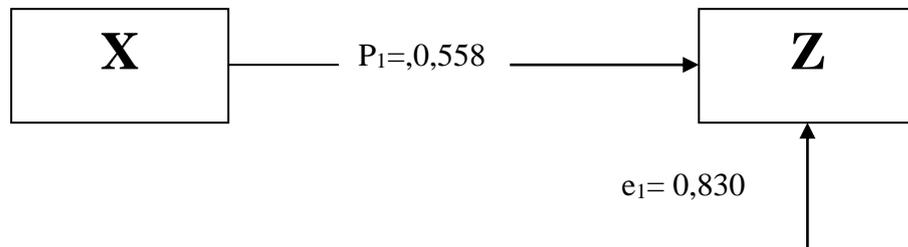
**1) Pengaruh Langsung**

Berdasarkan tabel hasil analisis jalur persamaan model pertama maka didapat koefisien persamaan sebagai berikut:

$$Z = 0,558 X + e_1$$

$e_1$  merupakan variabel residual atau variabel yang mempengaruhi Z namun tidak dibahas dalam penelitian ini. Nilai  $e_1$  dapat dihitung dengan rumus

$e_1 = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,311)} = 0,830$  (Lampiran 8). Gambar model jalur berdasarkan uraian diatas adalah sebagai berikut:



**Gambar 10. Diagram Jalur Model Persamaan Pertama**

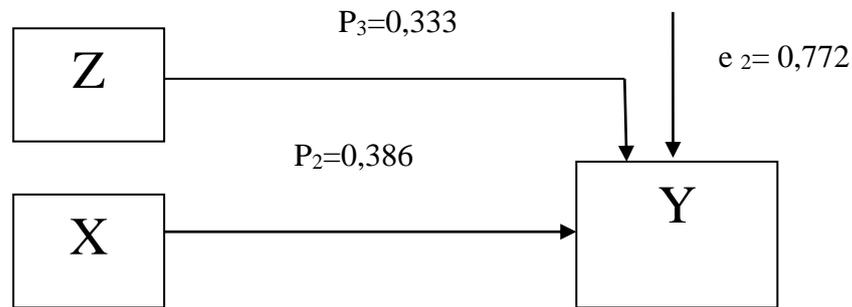
*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018*

Berdasarkan gambar 10 diagram jalur model persamaan pertama (X terhadap Z) , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan wajib pajak sebesar 0,558 dengan nilai variabel residual yang tidak dibahas dalam penelitian ini ( $e_1$ ) sebesar 0,830.

Berdasarkan tabel hasil persamaan model kedua maka didapatkan koefisien persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,386X + 0,333Z + e_2$$

$e_2$  merupakan variabel residual atau variabel yang mempengaruhi Y namun tidak dibahas dalam penelitian ini. Nilai  $e_2$  dapat dihitung dengan rumus  $e_2 = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,404)} = 0,772$  (Lampiran 8). Gambar model jalur berdasarkan uraian diatas adalah sebagai berikut:



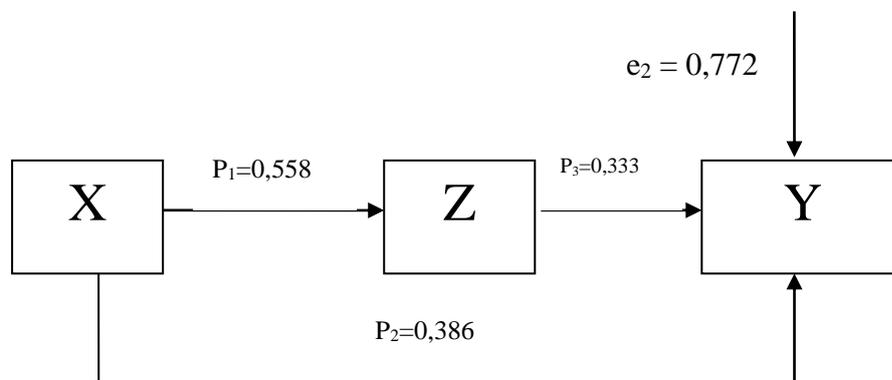
**Gambar 11. Diagram Jalur Model Persamaan Kedua**

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018*

Berdasarkan gambar 11 diagram jalur model persamaan kedua (X dan Z terhadap Y) , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y) sebesar 0,386. Terdapat pula pengaruh langsung variabel kepuasan wajib pajak (Z) terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y) sebesar 0,333. Sementara nilai variabel residual yang tidak dibahas dalam penelitian ini ( $e_2$ ) sebesar 0,772.

**2) Pengaruh Tidak Langsung**

Model akhir dari analisis jalur baik persamaan model pertama dan kedua adalah sebagai berikut:



**Gambar 12. Diagram Jalur Keseluruhan**

*Sumber: Data primer diolah penulis, 2018*



Pengujian peran variabel kepuasan wajib pajak (Z) sebagai variabel intervening dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh langsung X ke Y (koefisien } P_2) = 0,386$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y (} P_1 \times P_3) = 0,186$$

$$\text{Total Pengaruh (direct effect + indirect effect) = 0,572}$$

Sehingga pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel. 15** *Direct Effect, Indirect Effect, Tottal Effect*

Hubungan antar variabel	<i>Direct Effect</i>	<i>Indirect Effect</i>	<i>Tottal Effect</i>
Kualitas Pelayanan (X) – Kepuasan Wajib Pajak (Z)	0,558	-	0,558
Kualitas Pelayanan (X) – Minat Menggunakan Kembali (Y)	0,386	0,186	0,572
Kepuasan Wajib Pajak (Z) – Minat Menggunakan Kembali (Y)	0,333	-	0,333

Sumber: Data primer diolah penulis, 2018

### ***Mendeteksi Pengaruh Mediasi / Intervening***

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali melalui variabel kepuasan wajib pajak dilakukan dengan Sobel *Test* sebagai berikut:

- Menghitung *standard error* koefisien pengaruh tidak langsung:

$$\begin{aligned} S_{ab} &= \sqrt{(0,400)^2(0,025^2) + (0,185)^2(0,103)^2 + (0,025)^2(0,103)^2} \\ &= 0,02300869399 \end{aligned}$$

- Menguji signifikansi dengan menghitung nilai t:

$$t = \frac{(0,025)(0,103)}{0,02300869399} = \frac{0,074}{0,023008672} = 3,216$$

Hasil uji sobel didapatkan nilai t hitung sebesar 3,216 dimana nilai t hitung tersebut terbukti lebih besar dari nilai t tabel (1,9803) ( $\alpha = 0,05$ , df residual =118), sehingga berdasarkan hasil uji sobel dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi/*intervening* dalam hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan minat menggunakan kembali (Y) layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut dan mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut melalui kepuasan wajib pajak sebagai variabel *intervening*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuisisioner yang disebar kepada pengunjung SAMSAT *Payment Point* Ngunut secara langsung. Penyebaran kuisisioner dilaksanakan dari hari selasa, 6 Februari 2018 sampai dengan sabtu, 17 Februari 2018. Kuisisioner dibagikan kepada sebanyak 120 pengunjung SAMSAT *Payment Point* Ngunut yang sesuai dengan kriteria responden yang telah ditentukan yaitu yang sebelumnya pernah menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.

Pembagian kuisisioner dilakukan pada saat wajib pajak selesai menyerahkan persyaratan kepada petugas pendaftaran. Sebelum peneliti meminta tolong responden untuk mengisi kuisisioner, terlebih dahulu peneliti menanyakan kepada calon responden berapa kali mereka pernah menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar PKBnya. Tujuannya untuk memastikan

bahwa calon responden telah sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kemudian responden mengisi kuisioner sembari menunggu panggilan dari petugas untuk membayar tagihan pajaknya. Jawaban dari responden kemudian diuji dengan uji analisis statistik deskriptif dan inferensial untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23, maka hasil analisis yang telah dilakukan akan dipaparkan dalam pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak dan minat menggunakan kembali (*Reuse Intention*) layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut sebagai berikut:

- 1  $H_1$  = Diduga kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak (Z)

Hipotesis  $H_1$  menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak adalah sebesar 0,558. Selain itu hasil uji t juga menunjukkan nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $7,299 > 1,9803$ ) dengan signifikansi 0,000. Selain itu hasil uji korelasi menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,558, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) dan kepuasan wajib pajak (Z) memiliki hubungan yang kuat dan searah (positif) sehingga kenaikan/penurunan kualitas pelayanan akan diikuti oleh kenaikan/penurunan kepuasan wajib pajak.

Maka berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut memiliki pengaruh individual secara langsung yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak sehingga  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosadi (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan SAMSAT Keliling berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak. Hasil penelitian yang lain yaitu yang dilakukan oleh Kitapchi *et, al* juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fasilitas perawatan kesehatan publik di Turki berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu indikator yang sangat penting dalam mencapai kepuasan wajib pajak. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan wajib pajak atas layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Menurut Sabaruddin (2014: 12) kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemerintah dapat dicapai apabila mampu menjawab tuntutan kebutuhan masyarakat. Sementara menurut Gaspers (dalam Lukman, 200: 9) kualitas terdiri atas sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kepuasan atas penggunaan produk, sehingga pelayanan dikatakan berkualitas apabila sudah mampu memberikan kepuasan kepada penggunanya

Hasil penelitian ini juga sudah sesuai dengan Sinambela (2008: 6) yang menyatakan bahwa untuk mencapai kepuasan maka dituntut kualitas pelayanan yang prima. Menurut Kotler & Keller (2009: 139) kepuasan diartikan sebagai

tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil yang didapatkan) dengan harapannya. Kualitas sendiri merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan/ kebutuhan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan dari suatu layanan dapat memenuhi harapan dari pengguna layanan maka akan muncul rasa puas dari pengguna layanan begitu pula sebaliknya apabila kualitas suatu layanan tidak dapat memenuhi harapan dari pengguna layanan maka akan muncul rasa ketidakpuasan dari pengguna layanan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin mampu layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut dalam menjawab tuntutan masyarakat, harapan masyarakat dan memenuhi keinginan wajib pajak dalam memberikan layanan yang berkualitas maka akan meningkatkan tingkat kepuasan wajib pajak akan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.

2 H<sub>2</sub>: Diduga kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut (Y).

Hipotesis H<sub>2</sub> menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali adalah sebesar 0,386. Selain itu hasil uji t juga menunjukkan nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $4,491 > 1,9803$ ) dengan signifikansi 0,000. Selain itu hasil uji korelasi menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,572, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) dan minat menggunakan kembali (Y) memiliki hubungan yang kuat dan searah

(positif) sehingga kenaikan/penurunan kualitas pelayanan akan diikuti oleh kenaikan/penurunan minat wajib pajak menggunakan kembali layanan.

Maka berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut memiliki pengaruh individual secara langsung yang signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan sehingga H<sub>2</sub> diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dongsu, *et al.* mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dari angkutan (penerbangan) berbiaya rendah berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan kembali layanan penerbangan. Hasil penelitian yang lain yang dilakukan oleh Kettinger, *et al.* (2009) juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar (di antara variabel lain yang diuji) dalam mempengaruhi variabel minat penggunaan kembali (*reuse intention*) layanan sistem informasi.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Kualitas diartikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*) (Sinambela, *et al.* 2008: 6). Sehingga suatu pelayanan dikatakan berkualitas apabila telah mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan dari pengguna layanan. Sementara minat menggunakan kembali (*reuse*

*intention*) merupakan pandangan/kecenderungan individu untuk menggunakan kembali jasa yang sama dari perusahaan yang sama (Hellier, *et al* : 2003). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin mampu layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut dalam memenuhi kebutuhan dari wajib pajak maka akan semakin tinggi minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.

3 H<sub>3</sub>: Diduga kepuasan wajib pajak (Z) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut (Y).

Hipotesis H<sub>3</sub> menyatakan bahwa diduga kepuasan wajib pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur kepuasan wajib pajak terhadap minat menggunakan kembali adalah sebesar 0,333. Selain itu hasil uji t juga menunjukkan nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t tabel ( $3,874 > 1,9803$ ) dengan signifikansi 0,000. Selain itu hasil uji korelasi menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,549, yang menunjukkan bahwa Kepuasan wajib pajak (Z) dan minat menggunakan kembali (Y) memiliki hubungan yang kuat dan searah (positif) sehingga kenaikan/penurunan kepuasan wajib pajak akan diikuti oleh kenaikan/penurunan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan.

Maka berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan wajib pajak memiliki pengaruh individual secara langsung yang signifikan terhadap minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut sehingga H<sub>3</sub> diterima. Hasil penelitian ini sesuai

dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dong-Su, *et al.* (2017) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas angkutan (penerbangan) berbiaya rendah di Korea Selatan berpengaruh positif terhadap minat pelanggan untuk menggunakan kembali layanannya. Selain itu hasil penelitian Kitapci, *et al.* (2014) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali fasilitas perawatan kesehatan publik di Turki.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar pajak kendaraan bermotornya. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wajib pajak akan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut maka akan semakin tinggi pula minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Sesuai dengan Schnaars (dalam Pasolong, 2010: 221) yang menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan penting dalam pelayanan publik karena dapat membuat hubungan antara pelanggan dengan instansi menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli (pemakaian) ulang, terciptanya loyalitas, serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut.

Selain itu hasil penelitian ini juga sesuai dengan Kotler dan Keller (2009: 190) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan akan mempengaruhi tindakan pelanggan pascapembelian, pelanggan yang puas mungkin akan membeli atau menggunakan jasa itu kembali dan mengatakan hal baik tentang jasa tersebut

kepada orang lain, sementara pelanggan yang tidak puas mungkin akan mencari alternatif yang lain atau memperingatkan orang lain untuk tidak menggunakan jasa tersebut.

- 4 H<sub>4</sub>: Diduga kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut (Y) melalui variabel kepuasan wajib pajak.

Hipotesis H<sub>4</sub> menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut melalui variabel kepuasan wajib pajak sebagai variabel intervening. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung (*direct effect*) variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat menggunakan kembali adalah sebesar 0,386, sementara nilai pengaruh tidak langsungnya (*indirect effect*) adalah sebesar 0,186. Kemudian total pengaruh (*total effect*) kualitas pelayanan dan kepuasan wajib pajak terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut adalah sebesar 0,572.

Pengujian signifikansi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan kembali melalui variabel kepuasan wajib pajak maka dilakukan dengan Sobel *Test* dan didapatkan nilai *t* hitung sebesar 3,216 dimana nilai *t* hitung tersebut terbukti lebih besar dari nilai *t* tabel (1,9803). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terjadi pengaruh mediasi/*intervening* yang signifikan dalam hubungan antara kualitas pelayanan

(X) dan minat menggunakan kembali (Y) layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut melalui variabel kepuasan wajib pajak, sehingga  $H_4$  diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Dong-Su, *et al* (2017) bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan awal terhadap perusahaan penerbangan akan cenderung puas terhadap kualitas pelayanan dan berminat untuk menggunakan kembali layanannya. Selain itu hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Kettinger, *et al.* (2009) yang menjelaskan bahwa kepuasan memediasi hubungan kualitas pelayanan dan minat menggunakan kembali layanan sistem informasi.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan secara signifikan berperan sebagai variabel mediasi/*intervening* dalam hubungan kualitas pelayanan dan minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut. Ketika kualitas pelayanan semakin baik, Wajib pajak akan semakin puas, dan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraannya di masa depan juga semakin meningkat. Sehingga dalam meningkatkan minat menggunakan kembali dapat dipilih jalur tidak langsung yaitu dengan melalui variabel kepuasan wajib pajak. Jumlah pengaruh total (*total effect*) sebesar 0,572 juga menunjukkan bahwa pengaruh total untuk meningkatkan variabel minat menggunakan kembali lebih efektif apabila melalui variabel kepuasan wajib pajak. Maka akan lebih baik apabila SAMSAT *Payment Point* Ngunut dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan wajib pajaknya secara bersama-sama.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh (secara langsung) dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wajib Pajak (Z). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan wajib pajak yang menggunakan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh (secara langsung) dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotornya di masa depan.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepuasan wajib pajak (Z) berpengaruh (secara langsung) dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan kembali (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wajib pajak maka akan semakin tinggi pula minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotornya di masa depan.

4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap minat menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut (Y) melalui variabel kepuasan wajib pajak (X). Hal ini menunjukkan bahwasemakin baik kualitas pelayanan, Wajib pajakaan semakin puas, dan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut untuk membayar Pajak Kendaraannya di masa depan juga semakin meningkat.

## **B. Saran**

1. Bagi Akademisi/Peneliti Selanjutnya

Mengingat wajib pajak kendaraan bermotor bisa berasal dari berbagai kalangan dan latar belakang pendidikan, sehingga banyak wajib pajak yang tidak mampu mengisi kuisisioner (menyampaikan pendapatnya) dengan benar. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan membagikan kuisisioner kepada wajib pajak kendaraan bermotor untuk lebih memperhatikan pemilihan responden, untuk memilih responden yang sekiranya benar-benar mampu untuk memberikan pendapatnya mengenai objek yang akan diteliti. Peneliti selanjutnya dapat menanyakan terlebih dahulu apakah responden memahami keseluruhan pernyataan dalam kuisisioner atukah ada yang ingin ditanyakan terlebih dahulu. Sehingga peneliti bisa lebih berhati-hati, data yang terkumpul dapat lebih akurat, valid, reliabel dan hasil penelitian menjadi lebih baik lagi.

## 2. Bagi Pelaku di Lapangan/Praktisi

### a. Bagi Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang signifikan mempengaruhi kepuasan dan minat wajib pajak untuk menggunakan kembali layanan. Maka peneliti menyarankan Kantor Bersama SAMSAT Tulungagung untuk terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya. Berdasarkan nilai rata-rata jawaban responden menunjukkan perlu ditingkatkannya fasilitas fisik seperti kerapian dan kebersihan kantor serta kursi tunggu dan keramahan petugas karena keduanya memiliki nilai rata-rata terendah dari keseluruhan item pernyataan kualitas pelayanan. Hasil ini juga sesuai dengan masukan dari responden agar fasilitas kursi tunggu ditambahkan lagi dan diperluas, fasilitas parkir digratiskan, ditambahkan fasilitas hiburan seperti televisi dan agar petugas bersikap lebih ramah. Agar wajib pajak yang datang untuk membayar pajak merasa lebih nyaman dan lebih puas akan layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut sehingga meningkatkan minatnya untuk menggunakan kembali layanan SAMSAT *Payment Point* Ngunut di masa depan.

### b. Bagi Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Pelayanan yang berkualitas tidak bisa diwujudkan tanpa kontribusi dari wajib pajak, maka sudah selayaknya wajib pajak turut membantu mempermudah/mempercepat jalannya pelayanan. Maka peneliti menyarankan wajib pajak untuk membayar PKB tepat waktu dan membayar dengan uang pas untuk mempermudah petugas dalam menyampaikan pelayanannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### ***Referensi dari Arsip atau Undang-Undang:***

Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 8 Tahun 2011 Tentang Pelayanan Publik

Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2015 Tentang SAMSAT

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

### ***Referensi dari Buku:***

Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Darwin. 2010. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Departemen Pendidikan Nasional/Tim Penyusun. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.

Dimiyati, Mahmud. 2001. *Psikologi Suatu Pengantar*. BPFE : Yogyakarta

Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.

Lukman, Sampara. 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.

Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasraan*. Mitra Wacana Media: Jakarta.

- Mustafa, Zainal. 2013. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistika*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pasolong, Harbani. 2012. *Teori Administrasi Publik*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Prasetyo, Bambang. Jannah, Lina Miftahul. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Priantara, Diaz. 2012. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Puspitosari, Hesti. Khalikussabir. Kurniawan, Lutfi J. 2012. *Filosofi Pelayanan Publik: Buramnya Wajah Pelayanan Menuju Perubahan Paradigma Pelayanan Publik*. Malang: Setara Press.
- Sari W, Irene Diana. 2008. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Sarwono, Jonathan. Salim, Nur Hendra. 2017. *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi* . Yogyakarta: Gava Media.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Fourth Edition. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana: Jakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak, et al. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian. 1982. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: Matahari Bhakti.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Fajar Interpretama mandiri.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. Gregorius, Chandra. 2005. *Service Quality & Satisfaction, edisi pertama, cetakan pertama*. Andi: Yogyakarta.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

#### Referensi dari Publikasi Ilmiah:

- Dong-Su, Kim. Sanghak, Lee. Yunhaeng, Nam. Anna, Song. Youngkyung, Ryu. 2017. The Influence Of Service Quality And Prior Knowledge On Customer Satisfaction And Reuse Intention In Korean Low Cost Carriers. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(4): 43-45.
- Grewal, Dhruv. Roggeveen, Anne L. Tsiros, Michael. (2008). The Effect of Compensation on Repurchase Intentions in Service Recovery. *Journal of Retailing*. 84 (4): 424-434
- Hellier, Philip K., Geursen, Gus M., Carr, Rodney A. and Rickard, John A. 2003. Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model, *European Journal of Marketing*, vol. 37, o. 11, pp. 1762-1800
- Susila, Ikhwan dan Fatchurrahman. 2004. Service Value: Sebuah Variabel Pemeditasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli. *Empirika*, Vol. 17, No.1 Juni 2004.
- Jin-Woo, Park. Se-Yeon, Jung. 2011. Transfer Passengers' Perceptions of Airport Service Quality: A Case Study of Incheon International Airport. *International Business Research*, Vol 4: 75-82
- Kettinger, William J. Sung-Hee, Park. dan Smith, Jeffery. 2009. Understanding the consequences of information systems service quality on IS service reuse. *Information and management*, 46: 335-341
- Kitapci, Olgun. Akdogan, Ceylan. Dortyol, Ibrahim Taylan. 2014. The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intention and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Social and Behavioral Science*, 148: 161-169
- Rumayah, T. Chow, Lee. Jason, Wai. Mohammad, Osman. 2010. Green Product Purchase Intention: Some Insight From A Developing Country. *Journal Resources, Conservation and Recycling* 54: 1419-1427

Rosadi, Sufyan. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan SAMSAT Keliling Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor. *Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*: Malang.

Solicha, Evi Kurniatus. 2015. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Ditinjau Dari Penerapan Tiga Layanan Unggulan Samsat Jawa Timur. *Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*: Malang.

Yongrok, Choi. Lili, Sun. 2016. Reuse Intention of Third-Party Online Payments: A Focus on the Sustainable Factors of Alipay. *Sustainability Journal 8, 147*

**Referensi dari Artikel Internet:**

Sukardi, Akhmad. 2017. “PKB dan BBNKB Sumbang Rp9 Triliun PAD Jatim”, diakses pada tanggal 30 Oktober 2017 dari [http://koran-sindo.com/.../...](http://koran-sindo.com/.../)

Akhyar, Wildan. 2016. “Mempermudah Bayar Pajak Kendaraan Samsat Payment Point di Bank Kalsel Unit Assam-Asam”, diakses pada tanggal 3 Desember 2017 dari [http://www.pelpost.com/.../...](http://www.pelpost.com/.../)

