

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SOSIALISASI DAN KEPUASAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PBB DI KECAMATAN BEKASI TIMUR KOTA BEKASI TAHUN 2017

Dian Ayu Anggraeni Kusuma Dewi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana
diantafri231296@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB di Kecamatan Bekasi Timur. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif melalui metode survei. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket bentuk skala likert. Sampel penelitian sebanyak 100 wajib pajak di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi. Hasil penelitian ini adalah: (1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh persamaan garis regresi linear parsial sebesar 0,000 dan $t_{hitung} = 5,825$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98$. Karena nilai $Sig. < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima. (2) Pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh persamaan garis regresi linear parsial sebesar $13,477 + 0,489.X_2$. Uji hipotesis menggunakan uji t diperoleh nilai $Sig. = 0,000$ dan $t_{hitung} = 5,440$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98$. Karena nilai $Sig. < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima. (3) Pengaruh kepuasan terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh persamaan garis regresi linear parsial sebesar $Y = 12,152 + 0,548.X_3$. Uji hipotesis menggunakan uji t diperoleh nilai $Sig. = 0,000$ dan $t_{hitung} = 6,004$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98$. Karena nilai $Sig. < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima. (4) Pengaruh kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh persamaan garis regresi linear ganda sebesar $Y = -0,241 + 0,372.X + 0,283.X + 0,310$. Uji Hipotesis menggunakan uji F diperoleh nilai $Sig. = 0,000$ dan $F_{hitung} = 25,600$ sedangkan $F_{tabel} = 3,09$. Karena nilai $Sig. < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Kesimpulan penelitian ini: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak; sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak; kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak; kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, sosialisasi, kepuasan, kepatuhan wajib pajak PBB

1. PENDAHULUAN

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) menjadi salah satu penerimaan daerah yang cukup besar dan yang realisasi pendapatannya diharapkan semakin lebih baik. Pajak Bumi dan Bangunan ini memiliki peranan penting untuk pembangunan daerah, terutama di masa otonomi seperti saat ini, pastilah Pemerintah menginginkan setiap daerah

mandiri dan dapat mengembangkan daerahnya masing-masing, dari perkembangan yang terjadi di setiap daerah diharapkan akan membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat kemiskinan. Seperti halnya pajak secara umum, pajak bumi dan bangunan mempunyai kontribusi yang tinggi dalam pembangunan daerah, namun masih sedikit yang memahami tentang

pentingnya pajak bumi dan bangunan untuk pembangunan. Masih banyaknya yang memiliki pandangan negatif terhadap pembayaran pajak, dan juga karena ketidakpahaman cara pembayaran pajaknya. Tata cara administrasi pajak yang cukup sulit membuat masyarakat malas untuk membayar pajak secara mandiri.

Fenomena yang berkembang adalah adanya beberapa permasalahan mengenai tagihan PBB pada tiap tahunnya yaitu masih terdapat tunggakan SPPT PBB dan SPPT PBB bermasalah. Jumlah wajib pajak dari tahun ke tahun semakin meningkat, tetapi belum diikuti dengan besarnya tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan kewajiban pajaknya. Keengganan ini mungkin disebabkan oleh tingkat pengetahuan wajib pajak akan peraturan perpajakan yang masih sangat kurang. Masalah ini membuat pemerintah mempunyai tugas ekstra untuk mencari solusinya, karena tingkat kepatuhan wajib pajak memegang peran penting dalam realisasi penerimaan pajak.

Fakta menunjukkan masih banyak masyarakat yang kurang memiliki kepatuhan dan kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kurangnya kepatuhan wajib pajak dalam

memenuhi kewajiban pajak disebabkan karena masyarakat belum menyadari adanya kewajiban warga negara untuk membayar pajak sesuai dengan Undang-Undang Perpajakan di Indonesia, kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai pajak masih belum sesuai dengan harapan masyarakat, kepuasan wajib pajak terhadap pajak masih rendah. Selain itu masyarakat belum memiliki persepsi yang baik dan benar mengenai fungsi dan manfaat pajak. Hal tersebut menciptakan kondisi masyarakat untuk mencoba-coba menghindari kewajiban membayar pajaknya.

Faktor-faktor yang mungkin dapat mempengaruhi kepatuhan terhadap wajib pajak diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak terhadap wajib pajak. Kualitas pelayanan pajak yang baik akan mendorong dan menyadarkan para wajib pajak untuk melakukan kewajiban pajaknya sehingga sikap kepatuhan wajib pajak akan tumbuh, diantaranya melalui peningkatan kualitas dan kemampuan teknis pegawai dalam bidang perpajakan, perbaikan infrastruktur yang mendukung sarana pelayanan. Faktor sosialisasi mengenai

perpajakan juga diasumsikan penting untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Selain kualitas pelayanan dan sosialisasi, faktor kepuasan wajib pajak juga diasumsikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Yuliana (2015) menyimpulkan bahwa kepuasan wajib pajak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepuasan wajib pajak akan mempengaruhi kesediaan wajib pajak untuk memenuhi persyaratan pajak. Ketika wajib pajak merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka akan sulit bagi wajib pajak untuk merekomendasikan pelayanan yang telah diterimanya kepada wajib pajak lain.

Administrasi Perpajakan

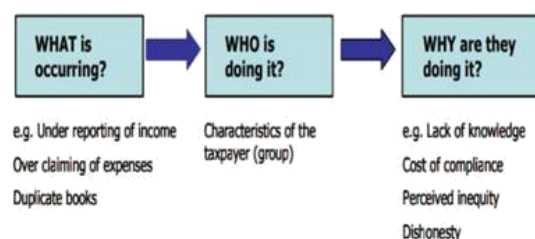
Menurut Lumbantoruan (2013) bahwa administrasi perpajakan (*tax administration*) ialah cara-cara atau prosedur penggunaan dan pemungutan pajak. Gunadi (2004) menyatakan bahwa administrasi perpajakan dikatakan efektif apabila mampu mengatasi masalah-masalah wajib pajak tidak terdaftar (*unregistered taxpayers*), wajib pajak yang tidak menyampaikan SPT (*stop filling taxpayers*), penyelundup

pajak (*tax evaders*), dan penunggak pajak (*delinquent tax payers*).

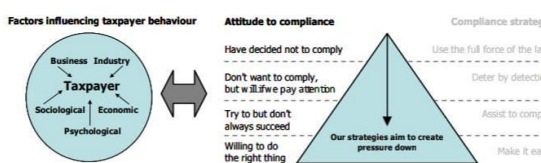
Lawrence Summer dalam Rahayu (2010: 93) mendefinisikan administrasi pajak dalam arti sebagai prosedur meliputi tahap-tahap pendaftaran wajib pajak, penetapan pajak, pembayaran pajak, pelaporan pajak dan penagihan pajak. Tahap-tahap yang tidak solid dapat merupakan sumber kecurangan (*tax evasion*).

Kepatuhan Pajak

Kepatuhan secara umum adalah tunduk atau patuh pada suatu aturan yang telah ditetapkan, kepatuhan adalah suatu motivasi seseorang, kelompok, atau organisasi untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan, serta perilaku kepatuhan seseorang merupakan interaksi antara perilaku individu, kelompok, dan organisasi (Dewinta, 2012 dalam Widiastuti dan Laksito, 2014).



Gambar 1. Understanding Taxpayer Compliance Behavior



Gambar 2. A Model of Compliance

Berdasarkan model OECD di atas dapat diketahui bahwa perilaku-perilaku kepatuhan wajib pajak adalah bervariasi. Setiap tingkat kepatuhan dapat direspon dengan strategi kepatuhan (*compliance strategy*) yang berbeda. Pilihan strategi kepatuhan yang dilaksanakan adalah merupakan produk dari kebijakan. Gambar tersebut menunjukkan bahwa masyarakat wajib pajak dibagi menjadi lima tingkatan kepatuhan. Pada tingkatan wajib pajak dibagi mejadi lima tingkatan kepatuhan. Pada tingkatan paling baik atau ideal dimana wajib pajak sudah memiliki tingkat kesadaran yang sangat tinggi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik (*willing to do the right things*), maka sebagai strategi kepatuhan terhadap merek adalah upaya fokus untuk terus menerus memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada masyarakat.

Norman D. Nowak dalam Siti Kurnia (2010: 138) dinyatakan bahwa suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan

tercermin dalam situasi dimana wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak terutang dengan benar, dan membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya.

Menurut Widiastuti dan Laksito (2014) kepatuhan pajak terdiri dari dua dimensi, yaitu:

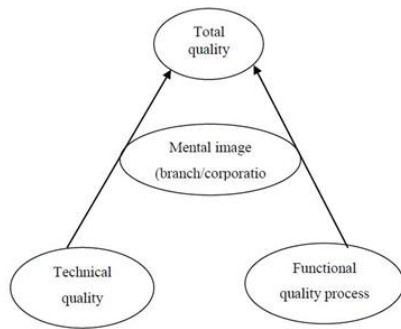
- 1) Memenuhi kewajiban perpajakan
- 2) Tidak memiliki pajak yang menunggak

Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas dan pelayanan menurut Nguyen (2014) bahwa *service are intangible processes which are described as activities rather than specific tangible products* (Skalen, 2010); *thus it makes more difficult for customers to image and desires than tangible goods* (Gopala et al, 2010). *However, service together with products is an indispensable part contributing to customers' satisfaction. Service can be an industry, a performance, an output or even a process* (Johns, 1999). *According to Shridhara (2010), service is a social act which takes place in direct contact*

between the customer and representative of the service company.

Model kualitas pelayanan menurut Daft (1992) dalam Tohidi (2012) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Service Quality Dimension of Gronerz Model

Tjiptono dan Chandra (2016: 113) menyatakan bahwa kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono dan Chandra (2016: 117) menyatakan bahwa perspektif kualitas bisa diklasifikasikan dalam lima kelompok: *transcendental approach*, *product-based approach*, *user-based approach*, *manufacturing-based approach*, dan *value-based approach*. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda oleh

masing-masing individu dalam konteks yang berlainan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono dan Chandra (2016:137) menyatakan terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- 1) Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan pegawai untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 3) Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para pegawai mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk

menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4) Empati (*empathy*), berarti bahwa pegawai memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5) Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan pegawai.

Sosialisasi

Abdulsyani (2012: 57) mendefinisikan sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan oleh seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Dalam proses belajar atau penyesuaian diri itu seseorang kemudian mengadopsi kebiasaan, sikap dan ide-ide dari orang lain; kemudian seseorang mempercayai dan mengakui sebagai milik pribadinya.

Pendapat lain tentang pengertian sosialisasi yang dikemukakan oleh beberapa tokoh yaitu Robert Lawang dalam Setiadi dan Kolip (2013: 156) bahwa sosialisasi merupakan proses mempelajari norma, nilai, peran, dan

semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial. Hal serupa tentang sosialisasi dikemukakan pula oleh M. Sitorus dalam Setiadi dan Kolip (2013: 156) yang mengatakan bahwa sosialisasi merupakan proses di mana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagai anggota masyarakat dan sebagai individu (pribadi). Manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan manusia lain dengan adanya suatu penyesuaian dalam kehidupannya agar bisa diterima dalam suatu golongan masyarakat.

Aspek yang akan diperoleh dari penyampaian informasi perpajakan yang dilakukan pemerintah akan sangat mempengaruhi kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak. Soekanto (2012: 57) menyebutkan beberapa dimensi yang dapat mengukur sosialisasi perpajakan, yaitu:

1) Waktu

Sosialisasi pajak Ditjen Pajak dapat menggunakan waktu di setiap kesempatan yang ada, baik dengan mengunjungi ke masing-masing rumah atau tempat usaha, maupun saat wajib

pajak sendiri datang ke kantor pajak setempat.

2) Media yang digunakan

Media informasi tentang pajak bersumber dari media massa, namun media luar ruang juga menjadi sumber informasi pajak yang diperhatikan masyarakat, maka sebaiknya media informasi lebih banyak digunakan dalam sosialisasi perpajakan yaitu: televisi, koran, spanduk, media flyer (spanduk dan poster), radio, media billboard/mini billboard maupun media internet.

3) Bentuk sosialisasi

Bentuk sosialisasi berupa penyampaian materi sosialisasi kepada masyarakat harus lebih ditekankan pada manfaat pajak. Manfaat NPWP dan pelayanan pajak di masing-masing unit. Sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat melalui seminar, diskusi, serta penyuluhan.

4) Informasi yang disampaikan

Kualitas informasi yang disampaikan sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana mungkin dan bukan bersifat teknis, sehingga informasi dapat diterima dengan baik. Sumber informasi dinilai informatif dan dibutuhkan secara urut yaitu: Call Center, Penyuluhan, Internet, Petugas Pajak, televisi, iklan bis.

5) Tujuan dan manfaat sosialisasi

Program yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan penyuluhan, seminar pajak serta debat pajak melalui acara *tax goes to campus* bertujuan guna menimbulkan pemahaman tentang pajak kepada mahasiswa maupun masyarakat umum.

Kepuasan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012: 55) kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Kepuasan adalah hasil yang disarankan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka.

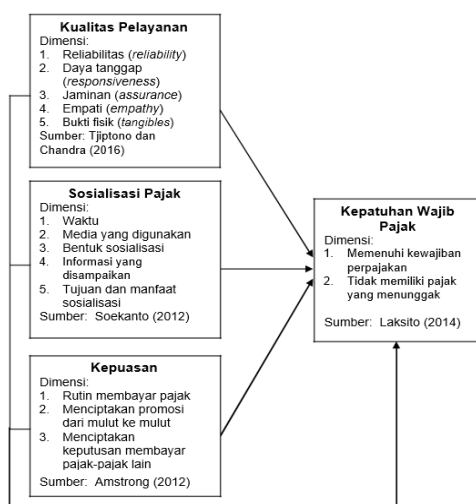
Mostafa and Judit Pal (2015) disebutkan bahwa *job satisfaction is customarily defined as the positive judgement people make about their jobs or as a positive emotional state resulting from the appraisal of one's job.*

Dan Armstrong (2012: 317) menyatakan bahwa kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Dimensi atau

indikator dari kepuasan pelanggan dapat dilihat dari:

- 1) Pembelian kembali (*re-purchase*), membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada instansi untuk mencari barang/jasa.
- 2) Menciptakan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang instansi kepada orang lain.
- 3) Menciptakan keputusan pembelian pada instansi yang sama: membeli produk lain dari instansi yang sama.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian literatur dan kerangka konseptual di atas, rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap kepatuhan wajib pajak di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dengan skala likert. Sampel penelitian ini sebanyak 100 wajib pajak PBB yang membayar PBB di tempat dan waktu yang sudah ditentukan pada tiap kelurahan se-Kecamatan Bekasi Timur, yaitu terdiri dari Kelurahan Margahayu diambil 25 wajib pajak, Kelurahan Durenjaya diambil 25 wajib pajak, Kelurahan Bekasi Jaya diambil 25 wajib pajak, dan Kelurahan Aren Jaya diambil 25 wajib pajak.

Analisis data hasil penelitian ini menggunakan alat bantu komputer, yaitu program SPSS (*Statistical Package for Social Science*), yaitu untuk menguji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas instrumen), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas), analisis regresi dan hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan angket yang terdiri dari 10 butir pernyataan, dengan skala skor 1 sampai 5. Hasil perhitungan dan analisis data, rentang skor empirik kualitas pelayanan mempunyai skor minimum 22 dan skor maksimum 40 sehingga rentang skor 18. Hasil perhitungan diperoleh mean sebesar 29,75, median 30,00, dan modus 28,00. Keragaman data atau variasi skor diperlihatkan dengan nilai standar deviasi 4,01 dan varians 16,08.

Variabel sosialisasi diukur menggunakan instrumen dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 butir pernyataan, dengan skala skor 1 sampai 5. Hasil perhitungan dan analisis data, rentang skor empirik sosialisasi mempunyai skor minimum 18 dan skor maksimum 40 sehingga rentang skor 22.

Hasil perhitungan diperoleh mean sebesar 26,87, median 27,00, dan modus 21,00. Keragaman data atau variasi skor diperlihatkan dengan nilai standar deviasi 4,71 dan varians 22,25.

Variabel kepuasan diukur menggunakan angket sebanyak 9 butir pernyataan dengan skala skor 1 sampai 5. Hasil perhitungan dan analisis data, rentang skor empirik kepuasan mempunyai skor minimum 17 dan skor maksimum 37 sehingga rentang skor 20. Hasil perhitungan mean sebesar 26,39, median 27,00, dan modus 28,00. Keragaman data atau variasi skor diperlihatkan dengan nilai standar deviasi 4,53 dan varians 20,54.

Variabel kepatuhan wajib pajak diukur menggunakan angket yang terdiri dari 8 butir pernyataan, dengan skala skor 1 sampai 5. Hasil perhitungan dan analisis data, rentang skor empirik kepatuhan wajib pajak mempunyai skor minimum 17 dan skor maksimum 36 sehingga rentang skor 19. Hasil perhitungan mean sebesar 26,61, median 27,00, dan modus 25,00.

Keragaman data atau variasi skor diperlihatkan dengan nilai standar deviasi 4,78 dan varians 22,92.

Hasil pengujian regresi linear parsial X_1 terhadap Y diperoleh model

variabel X_1 (kualitas pelayanan) sebesar satu unit, maka variabel Y (kepatuhan wajib pajak) meningkat sebesar 0,605 unit pada arah yang sama dengan konstanta 8,599. Hasil pengujian regresi linear parsial X_2 terhadap Y diperoleh model persamaan regresi $Y = 13,477 + 0,489X$. Artinya setiap perubahan skor variabel X_2 (sosialisasi) sebesar satu unit, maka variabel Y (kepatuhan wajib pajak) meningkat sebesar 0,489 unit pada arah yang sama dengan konstanta 13,477.

Hasil pengujian regresi linear parsial X_3 terhadap Y diperoleh model persamaan regresi $Y = 12,152 + 0,548X$. Artinya setiap perubahan skor variabel X_3 (kepuasan) sebesar satu unit, maka variabel Y (kepatuhan wajib pajak) meningkat sebesar 0,548 unit pada arah yang sama dengan konstanta 12,152.

Hasil pengujian regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresi

$Y = -0,241 + 0,372X_1 + 0,283X_2 + 0,310X_3$. Artinya bahwa konstanta sebesar $Y = -0,241$. Artinya bahwa kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan yang tinggi maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan sebaliknya apabila kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan

rendah maka akan menurunkan kepatuhan wajib pajak.

Hipotesis yang diuji adalah pengaruh kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan baik secara sendiri-sendiri maupun simultan terhadap kepatuhan wajib pajak.

1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak

Tabel 1. Uji t Pengaruh Variabel X_1 Terhadap Y

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Kualitas Pelayanan	,605	,104	,507	5,825	,000
(Constant)	8,599	3,120		2,757	,007

Dari tabel diketahui nilai $Sig. = 0,000$ dan $t_{hitung} = 5,825$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98$. Karena nilai $Sig. < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.

2. Pengaruh variabel sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak

Tabel 2. Uji t Pengaruh Variabel X_2 Terhadap Y

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Sosialisasi	,489	,090	,482	5,440	,000
(Constant)	13,477	2,451		5,498	,000

Dari tabel diketahui nilai $Sig. = 0,000$ dan $t_{hitung} = 5,440$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98$. Karena nilai $Sig. < 0,05$ dan

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak.

3. Pengaruh variabel kepuasan terhadap kepatuhan wajib pajak

Tabel 3. Uji t Pengaruh Variabel X_3 Terhadap Y

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Kepuasan	,548	,091	,519	6,004	,000
(Constant)	12,152	2,443		4,975	,000

Dari tabel diketahui nilai $Sig.$ = 0,000 dan t_{hitung} = 6,004 sedangkan t_{tabel} = 1,98. Karena nilai $Sig.$ < 0,05 dan t_{hitung} > t_{tabel} maka H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap kepatuhan wajib pajak.

4. Pengaruh simultan

Tabel 4. Uji F Pengaruh Simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1008,806	3	336,269	25,600
	Residual	1260,984	96	13,135	
	Total	2269,790	99		

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak
b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Sosialisasi, Kualitas Pelayanan

Dari tabel diketahui nilai $Sig.$ = 0,000 dan F_{hitung} = 25,600 sedangkan F_{tabel} = 3,09. Karena nilai $Sig.$ < 0,05 dan F_{hitung} > F_{tabel} maka H_1 diterima yang berarti bahwa koefisien regresi tersebut signifikan. Dengan kata lain bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan, sosialisasi

dan kepuasan secara simultan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak.

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai variabel kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 75,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa besarnya kontribusi kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 75,8%, sedangkan sisanya 24,2% karena pengaruh faktor lain.

4. KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 25,7%.
2. Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi. Kontribusi sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 23,2%.
3. Kepuasan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB di

Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.

Kontribusi kepuasan terhadap kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 26,9%.

4. Kualitas pelayanan, sosialisasi, dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi. Hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan garis regresi linear berganda sebesar $\hat{Y} = -0,241 + 0,372.X_1 + 0,283.X_2 + 0,310.X_3$.

Kontribusi kualitas pelayanan, sosialisasi dan kepuasan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 75,8%, sedangkan sisanya 24,2% karena pengaruh faktor lain.

Saran

Petugas Pajak diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak sehingga masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diterima dari petugas pajak. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak PBB sehingga dapat ditemukan lebih banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

5. REFERENSI

- Abdulsyani. (2012) *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Alma, Buchari (2014) *Manajemn Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Caiden, Gerald E. (1969). *Administrative Reform*. California: University of California, Allen Lane The Penguin Press.
- Caiden, Gerald E, Heinrich Siedentopf (1982) *Strategies for Administrative Reform*. Los Angeles: DC. Healt and Company.
- Cherrington, David J. (2010). *The Management of Human Resources*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Davis, K. & Newstrom J.W. (2003). *Human Behavior at Work: Organizational Behavioar*. Singapore: McGraw-Hill Book Company.
- Halim, dkk. (2016) *Perpajakan*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

- Keban. T. Yeremias. (2004). *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kreitner, Robert dan Kinicki Angelo. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2011) *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Lumbantoruan, Shoper. (2013). *Akuntansi Pajak*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurmantu, Syafri. (2005). *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit.
- Peppers, Don. Martha, Rogers (2011) *Managing Customer Relationship*. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
- Pasolong, Harbani. (2008). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Rahayu, Siti Kurnia. (2010). *Perpajakan Indonesia, Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robbins, Stephen P., and Timothy A. Judge. (2013). *Organizational Behaviour*. 15th. New Jersey: Prentice Hall.
- Rossenbloom, David H. Robert S. Kravchuk, and Richard M. Clerkin. (2015) *Public Administration, Understanding Management, Politics and Law in The Public Sector*. Eighth Edition. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Schein, Edgar H. (2010). *Organizational Culture and Leadership*. 4th. Edition. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Setiadi, Elly M. dan Usman Kolip (2013) *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya* Edisi 1. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- STIAMI. (2017). *Pedoman Penulisan Tesis & Artikel Ilmiah STIAMI*.
- Sudaryono (2014) *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. (2009). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Tjahjono, Achmad dan Husein Fakhri (2013) *Perpajakan*. Edisi Tahun. Yogyakarta: Akademi Perusahaan YKPN.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2016) *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, Husaini. (2010). *Manajemen: Teori, Praktek, dan Riset Pendidikan*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Waluyo (2014) *Perpajakan Indonesia*. Edisi 11. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Anderson, Richard, et al. (2013). *Measuring and Valuing Convenience A Review of Global Practices and Challenges from the Public Transport Sector*. International Transport Forum.
- Andreas dan Enni Savitri. (2015). *The Effect of Tax Socialization, Tax Knowledge, Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayer Compliance With Taxpayers Awareness as Mediating Variables*. Procedia-Social and Behavioral Sciences.
- Awaluddin, Ishak. (2017). *The Effect of Service Quality and Taxpayer Satisfaction on Compliance Payment Trax Motor Vehicle at Office One Roof System in Kendari*. The International Journal of Engineering and Science (IJES), Vol.6 Issue 11, 2017.
- Gunadi. (2004). *Reformasi Administrasi Perpajakan dalam Rangka Kontribusi Menuju Good Governance*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Perpajakan FISIP Univeristas Indonesia Jakarta.
- Jaya, Anita. (2017). *Analysis of Effect of Knowledge and Service Quality, Accessibility of Information, Awareness and Behavior of Taxpayers and Impact on Satisfaction and Compliance With Taxpayers of Land and Building in The City Batam Island Riau Province*. International Journal of Business and Management Invention, Vol.6 Issue 8, August 2017.

- Komala, Kirana Cipta Komala. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Malang)*. Jurnal Perpajakan Universitas Brawijaya Malang.
- Mary, Ismowati. (2016). *Kajian Urgensi Publik Private Partnerships di Kota Bandung*. Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi, ISSN 2085-1162 Volume VIII, Nomor 02.
- Mostafa, Tarek and Judit Pal. (2015). *Science Teachers' Satisfaction: Evidence from the PISA 2015 Teacher Survey OECD Education Working Paper No.168*.
- Nguyen, Thien Phuc. (2014). *Measuring Customer Satisfaction on Perceived Service Quality*. Degree Program in International Business.
- Puspita, Ambari. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, Investment Opportunity Set dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Divident Payout Ratio: Luikuiditas Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Taufan, Maulamin. (2017). *Kebijakan Transportasi On Line dan Konflik Sosial*.
- Tiraada, Tryana A.M. (2013). *Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Tran-Nam, Binh. (2015) *Tax Compliance as a Red Tape to Business: Conceptual Issues and Empirical Evidence from Australia*. Journal of Business & Economic Policy, Vol. 2 No.4, December 2015.
- Warouw, Jounica Zsezsa Sabhatini. (2015). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Pada KPP Pratama Manado dan KPP Pratama Bitung)*. Jurnal EMBA Vol.3 No.4 Desember 2015, Hal. 585-592, ISSN: 2303-1174.