

**ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI PAJAK BERUPA REABILTY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATY DAN TANGIBLES IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK BADAN PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK CIMAH**

**Tatang Suhidayat**  
STIE-STAN IM Bandung  
E-mail: [tshsamses@yahoo.co.id](mailto:tshsamses@yahoo.co.id)

**Abstract**

*Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Administrasi Pajak Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Badan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Cimahi, didasarkan pada informasi yang penulis peroleh bahwa kondisi saat ini masih sangat disayangkan bahwa hubungan antara fiskus (Petugas Kantor Pelayanan Pajak) dengan wajib pajak belumlah harmonis sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga kepatuhan dan kesadaran warga negara untuk memenuhi kewajiban membayar pajak masih jauh dari rencana yang diharapkan. Keadaan ini ditandai dengan meningkatnya surat keluhan yang masuk ke KPP Cimahi atas kepuasan wajib pajak setelah melakukan penyelesaian kewajibannya. Dengan menggunakan metode deskriptif yang didukung melalui pendekatan survey ternyata pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepuasan wajib pajak badan di KPP Cimahi bahwa dengan tingkat signifikansi 5 % tentang hubungan kedua variabel ini adalah kuat dan positif. Artinya bahwa apabila kualitas pelayanan fiskus terus ditingkatkan, maka akan memberikan kepuasan bagi wajib pajak, begitupun sebaliknya bila adanya penurunan kualitas pelayanan fiskus maka wajib pajak akan merasa kecewa. Kemudian kualitas pelayanan fiskus memberikan pengaruh terhadap kepuasan wajib pajak sebesar 58,60 % sedangkan sisanya sebesar 40,40 % dipengaruhi faktor lain. Kemudian berdasarkan hasil uji t terhadap uji hipotesis yang penulis kemukakan bahwa nilai t hitung sebesar 8,249 sementara nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5 % atau tingkat keyakinan 95 % dengan derajat kebebasan  $50 - 2 = 48$  didapat nilai t tabel seharga 2,021. Nilai ini bila dibandingkan dengan hasil perhitungan t tabel adalah lebih kecil yaitu t hitung 8,249 sedangkan t tabel 2,021 atau ( $t \text{ hitung } 8,249 > t \text{ tabel } 2,021$ ). Keadaan ini memberikan jawaban bahwa  $H_0$  adalah ditolak, dan sebagai alternatif  $H_1$  adalah diterima.*

**Keywords:** *Kualitas Pelayanan Adm Pajak, Kepuasan Wajib Pajak Badan*

## 1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu wujud kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali potensi dalam negeri. Pengertian pajak secara umum merupakan iuran dalam bentuk uang (bukan barang) yang dipungut oleh pemerintah (negara) dengan suatu peraturan tertentu (tarif tertentu) dan selanjutnya digunakan untuk pembiayaan kepentingan-kepentingan umum (Susanti et al., 2021).

Dari segi kewenangan pemungutannya, bahwa pajak digolongkan kepada pajak negara (pusat) dan pajak daerah. Historisnya bahwa pajak pusat dipungut oleh pemerintah pusat melalui Departement Keuangan yang hasilnya dipergunakan untuk pembiayaan belanja negara pada umumnya. Sedangkan pajak daerah dipungut oleh pemerintah daerah (*propinsi, kabupaten, kotamadya dan sebagainya*) yang hasilnya dipakai untuk pembiayaan belanja pemerintah daerah, misalnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB); maupun pajak daerah lainnya.

Terlepas dari kewenangan pihak-pihak yang melakukan pemungutan pajak, salah satu Kantor Pelayanan Pajak (KPP) yaitu KPP Cimahi yang merupakan unsur pelaksana Direktorat Jenderal Pajak yang bertugas untuk melaksanakan kegiatan operasional pelayanan perpajakan memiliki peranan yang strategis dalam memberikan kepuasan layanan bagi setiap wajib pajak (Republik Indonesia, n.d.).

Tuntutan pelayanan yang baik akan memberikan arti komunikasi yang sehat antara pegawai pemerintah yang bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat, dengan Wajib Pajak sudah merupakan kebutuhan. Sekarang bukan jamannya lagi komunikasi satu arah, fiskus menetapkan pajak tanpa terlebih dahulu meminta keterangan dari Wajib Pajak, sehingga terkesan Pemerintah selalu menjadi pihak yang selalu di atas dan selalu menang. Rakyat sebagai subjek dan objek pajak keadaannya semakin kritis, dan tidak ada jalan lain bagi pemerintah dalam menghadapi sikap kritis ini selain membuka ruang komunikasi yang lebih lebar dan lebih sehat (Indonesia, n.d.).

Sesuai dengan strategi ilmu manajemen keuangan khususnya yang menyangkut upaya fiskus dalam meningkatkan inflow salah satunya adalah peningkatannya kualitas pelayanan dan penciptaan administrasi maupun akuntansi yang baik, akan membuat masyarakat lebih mengetahui fungsi dari jajaran KPP Cimahi.

Masyarakat pun akan lebih puas atas pelayanan yang diterima dan akhirnya akan tercipta kemitraan antara KPP Cimahi dengan wajib pajak serta diharapkan kesadaran Wajib Pajak dalam memenuhi kewajibannya untuk membayar pajak akan lebih meningkat. Kemitraan melalui peningkatan kualitas pelayanan pajak ini juga memiliki arti : Wajib pajak merasa dihargai, kesan tertutup petugas pajak yang selama ini ada dengan sendirinya akan berkurang, aparat pajak lebih mengetahui kesulitan- kesulitan Wajib

Pajak dan bersikap profesional baik secara keandalan (*reability*); daya tanggap (*responsiveness*); Jaminan (*assurance*); empati (*empathy*) maupun fisik (*tangible*) sehingga wajib pajak merasa puas atas pelayanan yang diberikan walaupun pajak tersebut baginya merupakan beban yang sangat memberatkan. Dengan keadaan ini, berarti kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harapan wajib pajak akan memberikan implikasi positif terhadap kepuasan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Kusniawati menulis tentang Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan pada Toko Serba Ada dalam bentuk jurnal. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh Kusmiawati adalah di tiga toko serba ada yaitu Primart, Andika, dan Ailadin yang berada di Kota adalah dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh (Chuang & Oliva, 2016) yaitu physical aspect, reliability, personal interaction, problem solving dan policy, sementara Dimensi kepuasan pelanggan yang dipergunakan adalah dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh (Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, 1988) yaitu komunikasi lisan (word of mouth communications), tujuan pembelian (purchase intentions) sensitivitas harga (price sensitivity) dan perilaku mengadu (complaining behaviour).

Konsep kualitas pelayanan yang akan penulis teliti lebih mengarah kepada unsur perbedaan, keunikan, pelayanan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, sehingga dipandang berbeda oleh konsumen, dengan menggunakan dimensi-dimensi sebagaimana dikemukakan oleh (Edvardson. B, 1992). Sementara itu konsep kepuasan pelanggan yang akan penulis amati adalah berdasarkan karakteristik dari pelanggan yang loyal menurut (Griffin, n.d.).



Sumber : (Lupiyoadi, n.d.) dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa ( 2001 : 224)

**Gambar 1 : Hubungan Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Wajib Pajak**

Gambar di atas menunjukkan bahwa, jika kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh wajib pajak lebih dari yang diharapkan (*positif/superior*), maka tingkat kepuasan wajib pajak tinggi, yang selanjutnya akan berpengaruh (*favorable*) terhadap perilaku pasca penggunaan jasanya. Jika kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh wajib pajak kurang dari yang diharapkan (*negatif/inferior*), maka tingkat kepuasan wajib pajak rendah atau wajib pajak tidak puas.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 1. Observasi (Pengamatan)

Adalah suatu cara teknik pengumpulan data dimana penulis langsung mengadakan pengamatan (observasi) ke obyek penelitian yang sedang dibahas, yaitu pada KPP Cimahi .

#### 2. Interview (Wawancara)

Penulis melakukan wawancara langsung terhadap orang-orang yang dapat memberikan sejumlah bahan atau informasi khusus sebagai pelengkap yang diperlukan dalam rangka pengumpulan data.

#### 3. Survey dengan Media Kuestioner (Angket)

Angket atau kuesioner (Questionaire) merupakan suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum(orang banyak), dilakukan

dengan jalan mengedarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban atau anggapan (respon) tertulis seperlunya.

Dalam pengumpulan data (angket) ini penulis memakai bentuk angket berstruktur, yaitu angket berstruktur sifatnya tegas definitive, terbatas dan singkat. Kegunaan angket jenis ini ialah untuk penelitian formal guna menambah data informative yang belum lengkap da/atau memancing respon yang mendetail lebih banyak (Naumann, E., & Giel, n.d.).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna mengetahui hubungan dan pengaruh antara kualitas pelayanan yang dilihat dari berbagai dimensi (*tangible, reliability, resposiveness, assurance dan emphyaty*) terhadap kepuasan wajib pajak pada KPP Cimahi dilakukan analisis dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regresion Analysis*) .Dengan menggunakan alat analisis SPSS Versi 11,5 diperoleh hasil yang ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel : 1 Nilai Korelasi ( R ) dan Koefesian Diterminasi (R2) antara Kualitas Pelayanan seperti Tangible (X<sub>1</sub>), Reliablity (X<sub>2</sub>), Responsiveness (X<sub>3</sub>), Assurance (X<sub>4</sub>) Emphyaty (X<sub>5</sub>) dengan Kepuasan Wajib pajak (Y)**

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std Error Of The Estimates |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .774 <sup>a</sup> | .598     | .577              | .0653793                   |

a. Predictors: (Constant). X<sub>5</sub>, X<sub>4</sub>,X<sub>3</sub>,X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>

Tampak bahwa koefesien korelasi ganda ( R Square) sebesar 0,774 berarti hubungan antara dimensi kualitas pelayanan secara besama-sama (*Tangible (X<sub>1</sub>), Reliablity (X<sub>2</sub>), Responsiveness (X<sub>3</sub>), Assurance (X<sub>4</sub>) Emphaty (X<sub>5</sub>)* mempunyai hubungan yang kuat dan positif, sehingga memberikan makna bahwa dimensi kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang serius dan baik oleh pihak menajemen KPP Cimahi agar wajib pajak sebagai pengguna jasa marasa puas, begitupun sebaliknya bila kualitas pelayanan kurang mendapat perhatian akan memberikan dampak yang negatif terhadap ketidak puasan wajib pajak(Syairozi, 2021).

Nilai korelasi di atas, bila dikuadratkan akan menghasilkan koefesien diterminasi (R<sup>2</sup>)

sebesar 0,598 berarti bahwa 59,80 % variabilitas variabel kepuasan wajib pajak keseluruhan dapat diterangkan oleh variabel bebas atau prediktornya yang berupa dimensi kualitas pelayanan berupa (*Tangible (X<sub>1</sub>), Reliablity (X<sub>2</sub>), Responsiveness (X<sub>3</sub>), Assurance (X<sub>4</sub>) Emphaty (X<sub>5</sub>)* sedangkan sisanya sebsar 30,20 % dijelaskan oleh variabel independen diluar penelitian ini.

Kemudian untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan bahwa: kualitas pelayanan (*realiabilty, responsiveness, assurance, emphy dan tangible*), baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di KPP Cimahi, nampak pada output SPSS di bawah ini.

**Tabel 2 : Uji Hipotesis Tentang Kualitas Pelayanan**

| Model |            | Aum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.             |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|------------------|
| 1     | Regression | .598           | 5  | .120        | 29.002 | 000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | .402           | 94 | .004        |        |                  |
|       | Total      | 1.000          | 99 |             |        |                  |

- a. Predictors: (Constant), X<sub>5</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>
- b. Dependt Variable: Y

Tabel di atas, nampak bahwa nilai Sig. F 0,000 menunjukkan bahwa hipotesis H<sub>0</sub> : R<sup>2</sup><sub>pop</sub> = 0 yang menyatakan bahwa variable terikat Y tidak dipengaruhi oleh variable bebas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, dan X<sub>5</sub> atau Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari (*realiabilty, responsiveness, assurance, emphy dan tangible*) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *kepuasan wajib pajak* adalah **ditolak**.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka sebagai altelatif bahwa H<sub>1</sub> **diterima** sehingga disimpulkan bahwa variabel bebas (dimensi kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat *kepuasan wajib pajak* dan oleh kerena itu hipotesis yang penulis kemukakan bahwa “Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari (*realiabilty, responsiveness, assurance, emphy*

*dan tangible*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *kepuasan wajib pajak* adalah **Diterima**, sebab disamping tingkat Signifikasi dibawah 0,05 juga didasarkan pada hasil F hitung = 28,002 jauh melebihi F tabel = 2,36 untuk derajat kebebasan 5,94 dan level siginfikasi 5 % (F Hitung 28,002 > t tabel 2,36).

Kemudian untuk mengetahui variabel bebas secara pertial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dapat dilakukan Uji t atau untuk menguji hipotesis tentang dimensi kualitas pelayanan berupa (*Tangible (X<sub>1</sub>), Reliablity (X<sub>2</sub>), Responsiveness (X<sub>3</sub>), Assurance (X<sub>4</sub>) Emphaty (X<sub>5</sub>)* secara partial berpengaruh signifikan terhadap *kepuasan wajib pajak*, perlu dilakukan analisis Uji t dan hasilnya nampak pada oupt SPSS di bawah ini

**Tabel : 3 Uji Hipotesis tentang dimensi kualitas pelayanan Adm Pajak Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized | Standardized |       |       |      |
|-------|------------|----------------|--------------|-------|-------|------|
|       |            | Coefficients   | Coefficients | Beta  | t     | Sig. |
|       |            | B              | Stand Error  |       |       |      |
| 1     | (Constant) | .167           | .062         |       | 2.705 | ,008 |
|       | X1         | .012           | .003         | .478  | 4.411 | .000 |
|       | X2         | -.001          | .008         | -.011 | -.068 | .946 |
|       | X3         | .018           | .009         | .326  | 2.089 | .039 |
|       | X4         | .001           | .010         | .013  | .128  | .898 |
|       | X5         | .007           | .005         | .155  | 1.449 | .151 |

a. Dependt Variable: Y

**Keterangan Nilai t tabel (=1,98)**

Dengan bantuan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi liner berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,167 + 0,012 X_1 + (0,001)X_2 + 0,018 X_3 + 0,01 X_4 + 0,007 X_5$$

Dengan persamaan regresi ganda di atas, diperoleh informasi bahwa dimensi kualitas pelayanan secara partial implikasinya terhadap kepuasan wajib pajak menunjukkan sebagai berikut :

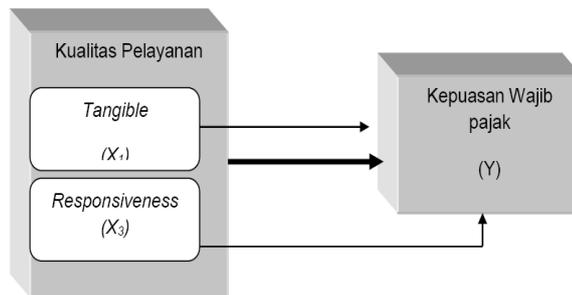
a. Nilai t hitung yang melebihi t tabel (=1,98) untuk derajat bebas 94 dan level signikasi 0,05 berlaku hanya untuk variabel constant X<sub>1</sub>, dan X<sub>3</sub>, sementara untuk veriabel constant X<sub>2</sub> dan X<sub>4</sub> serta X<sub>5</sub>. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa varians yang terjadi pada variabel terikat Y ditentukan secara signifikan hanya oleh varians yang pada variabel bebas yaitu X<sub>1</sub> dan X<sub>3</sub> sementara untuk veriabel bebas berupa X<sub>2</sub>, X<sub>4</sub> dan X<sub>5</sub> tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat Y.

Keadaan di atas memiliki arti bahwa secara partial varians yang terjadi pada kepuasan wajib pajak (Y) ditentukan secara signifikan hanya oleh yang ada pada variabel *Tangible* (X<sub>1</sub>) dan *Responsiveness* (X<sub>3</sub>) sedangkan untuk variabel *Reliability* (X<sub>2</sub>), *Assurance* (X<sub>4</sub>), *Emphaty* (X<sub>5</sub>) sudah tidak diragukan lagi kualitasnya tetapi tidak boleh diabaikan, sehingga ketiga variabel yang tidak signifikan ini tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis Uji hipotesis di atas, dengan demikian :

- H1: Hipotesis pertama **dapat diterima**, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari (*Tangible* (X<sub>1</sub>), *Reliability* (X<sub>2</sub>), *Responsiveness* (X<sub>3</sub>), *Assurance* (X<sub>4</sub>) *Emphaty* (X<sub>5</sub>) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *kepuasan wajib pajak* (Y).
- H1-1 Hipotesis minor pertama **dapat diterima**, karena variable *Tangible* (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *kepuasan wajib pajak* (Y).
- H1-2 : Hipotesis minor ke dua **tidak dapat diterima**, karena variable *Reliability* (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *kepuasan wajib pajak* (Y).
- H1-3 : Hipotesis minor ke tiga **dapat diterima**, karena variable *Responsiveness* (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *kepuasan wajib pajak*
- H1-4 : Hipotesis minor keempat **tidak dapat diterima**, karena variable *Assurance* (X<sub>4</sub>) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *kepuasan wajib pajak*
- H1-5 : Hipotesis minor ke lima **tidak dapat diterima**, karena *Emphaty* (X<sub>5</sub>) *tangible* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *kepuasan wajib pajak*

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, maka seperti nampak pada gambar di bawah ini, perlu dilakukan perubahan model penelitian,



Gambar : 1 Model Penelitian Baru

Hasil uji statistik dengan menggunakan SPSS for Windows diperoleh tampilan di bawah ini.

Tabel : 4 Nilai Korelasi ( R ) dan Koefesian Diterminasi (R<sup>2</sup>) Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std Error Of The Estimates |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .767 <sup>a</sup> | .588     | .580              | .0651543                   |

a. Predictors: (Constant). X3,X1

Tampak bahwa koefesian korelasi ganda ( R Square) sebesar 0,588 berarti hubungan antara dimensi kualitas pelayanan secara partial yang berupa *Tangible* (X<sub>1</sub>) dan *Reliability* (X<sub>2</sub>) mempunyai hubungan yang sedang dan positif, sehingga memberikan makna bahwa dimensi tangible dan reliability perlu mendapat perhatian yang cukup serius dan cukup baik oleh pihak manajemen KPP Cimahi agar wajib pajak sebagai

penyimpan dana merasa puas, begitupun sebaliknya bila dimensi kualitas pelayanan ini kurang mendapat perhatian akan memberikan dampak yang negatif terhadap ketidak puasan wajib pajak untuk menempatkan dana.

Kemudian uji hubungan untuk kedua dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan wajib pajak di atas, nampak pada ouput SPSS di bawah ini

Tabel 5 : Uji Hubungan Dimensi *Tangible* dan *Responsiveness* dengan Kepuasan Wajib Pajak

ANOVA

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | .558           | 2  | .294        | 69.315 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | .418           | 97 | .004        |        |                   |
|       | Total      | 1.000          | 99 |             |        |                   |

- a. Predictors: (Constant),. X3.,X1
- b. Dependt Variable: Y

Nilai Signifikasi F sebesar 0,000 menunjukkan bahwa hubungan dan atau pengaruh antara dimensi *Tangible dan responsiveness* dengan kepuasan wajib pajak adalah signifikan, sebab nilai Signifikasi hanya 0,000 juga disebabkan hasil F hitung = 68,315 jauh lebih besar dari F tabel = 2,36. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan yang berdimensi

*Tangible dan responsiveness* secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (kepuasan wajib pajak). Selanjutnya persamaan regresi berganda yang baru tentang hubungan antara *Tangible dan responsiveness* secara partial nampak pada tabel di bawah ini.

**Tabel : 6 Uji Hipotesis tentang Dimensi Kualitas Pelayanan Berupa (*Tangible (X<sub>1</sub>)*, dan *Responsiveness (X<sub>3</sub>)* Secara Partial Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan wajib pajak**

|       |            | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |      |       |      |
|-------|------------|-----------------------------|---------------------------|------|-------|------|
| Model |            | B                           | Stand Error               | Beta | t     | Sig. |
| 1     | (Constant) | .221                        | .50                       |      | 4.463 | .000 |
|       | X1         | .014                        | .002                      | .536 | 7.836 | .000 |
|       | X2         | .023                        | .004                      | .410 | 5.998 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Dengan bantuan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi ganda yaitu:

$$Y = 0,221 + 0,014 X_1 + 0,23 X_3$$

Persamaan regresi tersebut, memberikan kejelasan bahwa nilai t hitung yang melebihi t tabel (=1,98) dengan derajat bebas (94) dan level signifikansi 0,05 atau tingkat Sig 0,000 berlaku untuk semua variabel constant X<sub>1</sub> dan X<sub>3</sub>. Disimpulkan bahwa varians yang terjadi pada variabel terikat Y ditentukan secara signifikan pada variabel bebas X<sub>1</sub> dan variabel X<sub>3</sub>.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengelolaan dan pembahasan indentifikasi masalah, berikut ini penulis mencoba memberikan kesimpulan :

1. Kondisi deskriptif tentang realisasi Dimensi kualitas pelayanan pada KPP Cimahi menunjukkan bahwa Dimensi Kualitas pelayanan Administrasi Pajak di KPP tersebut dari segi berbagai dimensi secara umum termasuk *Cukup Baik*. Kondisi ini secara berurutan, yaitu *Pertama* Kinerja Emphaty (empati); (2) *Kedua*, Kinerja Resposiveness (daya tanggap); *Ketiga*, Kinerja Reliability (Keandalan) *Keempat*, Kinerja Assurance

(jaminan) dan *Kelima*, kinerja *Tangible* (Sarana fisik).

2. Tingkat kepuasan wajib pajak yang merupakan hasil perbandingan antara kinerja dengan harapan secara umum atas dasar dimensi kualitas pelayanan, secara kualitatif termasuk *Cukup Puas*, sehingga masih terdapat kesenjangan. Dimensi kepuasan wajib pajak ini secara berurutan, *pertama* kepuasan kepuasan empati; *kedua* kepuasan kepuasan empati; *ketiga* kepuasan fisik; *keempat* kepuasan keandalan); dan *kelima* kepuasan pemberian jaminan.
2. Pengaruh Dimensi Kualitas pelayanan Adm Pajak terhadap kepuasan wajib pajak pada KPP Cimahi dengan tingkat signifikansi 5 % atau kepercayaan 95%, menunjukkan bahwa :
  - a. Dimensi kualitas pelayanan berupa (*Tangible (X<sub>1</sub>)*, *Reliability (X<sub>2</sub>)*, *Responsiveness (X<sub>3</sub>)*, *Assurance (X<sub>4</sub>)* *Emphaty (X<sub>5</sub>)* secara simultan mempunyai hubungan yang kuat, positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, terbukti dari (F Hitung 28,002 > t tabel 2,36). Kualitas pelayanan yang dilakukan bank tersebut memberikan implikasi positif terhadap kepuasan

wajib pajak sebesar 59,91 %, sedangkan sisanya sebesar 40,09 % dijelaskan oleh variabel independen yang berada diluar penelitian ini. Dengan keadaan ini berarti hipotesis yang penulis kemukakan bahwa “Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari (*reliabilty, responsiveness, assurance, emphy dan tangible*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *kepuasan wajib pajak* adalah *Diterima*,

- b. Dimensi kualitas pelayanan hubungannya dengan kepuasan wajib pajak bila dilihat secara partial, bahwa varians yang terjadi pada kepuasan wajib pajak (Y) ditentukan secara signifikan hanya oleh yang ada pada variabel *Tangible (X<sub>1</sub> dan Resposiveness (X<sub>3</sub>)* sedangkan untuk variabel *Reliability (X<sub>2</sub>), Assurance (X<sub>4</sub>), Emphaty (X<sub>5</sub>)* sudah tidak diragukan lagi kualitasnya tetapi tidak boleh diabaikan, sehingga ketiga variabel yang tidak signifikan ini tidak mempengaruhi kepuasan wajib pajak.

## REFERENSI

- Chuang, H. H. C., & Oliva, R. (2016). Erratum: Inventory record inaccuracy: Causes and labor effects(Future Generation Computer Systems). *Journal of Operations Management*, 42–43(February), 96–110. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2016.01.002>
- Edvardson. B. (1992). “Service breakdowns: A Study of Critical Incidents in an Airline.” *International Journal of Service Industry Management*., No.4.
- Gershkov, A., Moldovanu, B., & Shi, X. (2016). Optimal Voting Rules. *The Review of Economic Studies*. <https://doi.org/10.1093/restud/rdw044>
- Griffin, J. (n.d.). *Customer Loyalty: How to earn it. How to Keep It, Simmon and Schuster Inc.* 26–29.
- Indonesia, R. (n.d.). *Undang-Undang No. 16 tahun 2000 tentang Ketentuan Umum Pajak (KUP)*.
- Lupiyoadi, R. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. PT.Salemba Emban Patria.
- Mardiasmo. (1995). *Perpajakan*. Andi.
- Naumann, E., & Giel, K. (n.d.). *Customer satisfaction measurement and management: Using the voice of the customer*. Van Nostrand Reinhold.
- Pambudy, A. P., & Syairozi, M. I. (2019). ANALISIS PERAN BELANJA MODAL DAN INVESTASI SWASTA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI SERTA DAMPAKNYA PADA KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.26-39>
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, A. V. (1988). “SERVQUAL: A MultipleItem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.” *Journal of Retailing*, Vol. 64(No. 1), 12–40.
- Parasuraman, A., et al. (n.d.). “ A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.” *Journal of Marketing*, Vol. 49 (F), 41–50.
- Republik Indonesia. (n.d.). *Undang-Undang No. 17 tahun 2000 tentang Pajak Penghasilan*.
- Sugiyono. (n.d.). *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Susanti, I., Imam, M., & Yunifa, H. (2021). *Analisis Sistem Manajemen Dalam Pengelolaan Bumdes Di Desa Bluluk*. 5, 701–710.
- Syairozi, M. I. (2021). No Title. In *KEWIRAUSAHAAN POLA PIKIR, PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN* (pertama). <https://repository.penerbitwidina.com/publications/344641/kewirausahaan-pola-pikir-pengetahuan-dan-keterampilan>