

**PENGARUH *TANGIBLE, EMPATHY* DAN *RELIABILITY*  
TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK  
(STUDI KASUS PADA KANTOR SISTEM ADMINISTRASI  
MANUNGGAL SATU ATAP KOTA MAKASSAR**

**Nurdiana**

Perpajakan Politeknik Bosowa  
E-mail: [nurdiana050397@gmail.com](mailto:nurdiana050397@gmail.com)

**Veronika Sari Den Ka**

Perpajakan Politeknik Bosowa  
E-mail: [ydenka@gmail.com](mailto:ydenka@gmail.com)

**Nurul Affah**

Perpajakan Politeknik Bosowa  
E-mail: [nurulaffah\\_78@yahoo.com](mailto:nurulaffah_78@yahoo.com)

**Abstract**

*The purpose of this research is to determine the influence of tangible, empathy and reliability on the satisfaction of motor vehicle taxpayers (studies in samsat makassar). Design of this research is a quantitative research design. Quantitative analysis to test the hypothesis of associative (the relationship between variables) using Product Moment Correlation approach in its calculations using the help of computer application program SPSS 22.00 for Windows. Based on the results of data analysis that there is a tangible variables significantly influence the variable taxpayer satisfaction, empathy variables significantly influence the variable taxpayer satisfaction and reliability variables significantly influence the variable taxpayer satisfaction. Simultaneous test results that the tangible, empathy and reliability variables jointly influence the variable satisfaction of Samsat Makassar taxpayers.*

**Keywords:** *Tangible, Empathy, Reliability, satisfaction.*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Tangible, Empathy* dan *Reliability* terhadap kepuasan wajib pajak di Samsat Kota Makassar. Desain penelitian ini berupa desain penelitian kuantitatif. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji hipotesis menggunakan pendekatan Korelasi Product Moment yang dalam perhitungannya menggunakan bantuan program aplikasi komputer SPSS 22.00 *for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wajib pajak, variabel *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wajib pajak dan variabel *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wajib pajak. Uji simultan menghasilkan bahwa variabel *tangible, empathy* dan *reliability* berpengaruh secara bersama terhadap variabel kepuasan wajib pajak Samsat Kota Makassar.

**Kata Kunci:** *Tangible, Empathy, Reliability, Kepuasan.*

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Instansi yang menangani pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kota Makassar yaitu Unit Pelaksana Teknis Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (UPT SAMSAT) Wilayah Makassar, Sebagai salah satu tempat pelayanan publik yang memberikan masukan pendapatan daerah sudah sepatutnya Kantor Bersama Samsat selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik. Menurut Simamora dalam skripsi Pratiwi (2017:1) mengemukakan pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Pratiwi, 2017)

Pelayanan yang baik dan pelayanan yang buruk tercermin pada variabel *tangible, empathy dan reliability*. Menurut Sunyoto dan Fatonah dalam Ratnah dan Muljadi (2018:39) *Tangible* atau berwujud

yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Ratnah & Muljadi, 2018). Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi. Sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001: 48).

PJ. Johnson dalam Purwoko (2000:208) kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan (B. A., 2000). Berikut ini dapat kita lihat tabel I.1 tingkat penerimaan yang di terima oleh kantor sistem administrasi manunggal satu atap kota Makassar.

Tabel I.1 Tingkat Penerimaan Yang di Terima Oleh Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kota Makassar.

REALISASI PENERIMAAN PAJAK		
TAHUN	TARGET POKOK	JUMLAH PENDAPATAN
2016	922.634.725.610	913.713.531.957
2017	670.102.169.000	623.994.701.013
2018	569.266.170.000	545.175.544.238

Sumber: Samsat Makassar 2016-2018.

Menurut tingkat penerimaan yang diterima oleh kantor sistem administrasi manunggal satu atap kota Makassar bahwa pada tahun 2016 jumlah penerimaan samsat kota Makassar sebesar Rp 913.713.531.957, tahun 2017 sebesar Rp 623.994.701.013 dan tahun 2018 sebesar Rp 545.175.544.238. (sumber : UPT Samsat Wilayah Makassar). Melihat Banyaknya jumlah penerimaan yang diterima oleh Samsat Kota Makassar, maka sudah seharusnya UPT Samsat Wilayah Makassar memberikan pelayanan publik yang baik agar dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak. Berdasarkan hal tersebut maka penulis ingin mengetahui secara lebih mendalam, untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh *Tangible, Empathy* dan *Reliability* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak (Studi Pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kota Makassar)”.

## B. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar
2. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar
3. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar
4. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible, Empathy dan Reliability* secara simultan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Roadmap Penelitian

Hadiana (2015), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Tangible* dan *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen yang Menggunakan Bus Trans Metro Bandung pada Dinas Perhubungan Kota Bandung”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tangible* dan *reliability* terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 54,1% dan variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 98,5%. Secara simultan, hasil Uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Hadiana, 2015)

Pratiwi (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (studi pada Kota Bandar Lampung)”. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bandar Lampung. Teknik sampling yang digunakan adalah *consecutive random sampling* yaitu semua subyek yang data secara berurutan dan memenuhi kriteria.

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel penjelas/independen dan variabel dependen. Berdasarkan kajian teoritik dan hasil analisis data, maka

dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak Samsat Kota Bandar Lampung (Pratiwi, 2017).

Kurniawati (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Reliability* Dan *Tangible* Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kapal Di Pelabuhan Tanjung Mas Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *reliability* dan *tangibles* terhadap kepuasan pengguna jasa kapal di Pelabuhan Tanjung Mas Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan data kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan *reliability* dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa kapal di Pelabuhan Tanjung Mas Semarang dengan level of significant 5% (Kurniati, 2018).

### C. Teori Dasar

#### 1) Pajak Daerah

Rahayu dan Suhayati (2010: 8), menyatakan bahwa, Pajak daerah adalah pungutan wajib atas orang pribadi atau Badan yang dilakukan oleh pemerintah daerah tanpa kontraprestasi secara langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah (Rahayu & Suhayati, 2010). Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 pasal 2 ayat (1) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pemungutan pajak untuk pemerintah provinsi terdiri atas lima jenis pajak, yaitu;

1. Pajak Kendaraan Bermotor,
2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor,
3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor,
4. Pajak Air Permukaan, dan
5. Pajak Rokok (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, 2009).

#### 2) Pajak Kendaraan Bermotor

Peraturan Daerah Sulawesi Selatan Nomor 10 Tahun 2010 pasal 3 tentang Pajak Daerah menyatakan bahwa, pajak kendaraan bermotor adalah pajak yang dipungut atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor (Basir, 2018). Menurut Saidi dalam skripsi Basir (2018: 5) Subjek Pajak Kendaraan bermotor mengandung pengertian sebagai berikut;

1. Subjek pajak memiliki kendaraan bermotor,
2. Subjek pajak memiliki dan menguasai kendaraan bermotor; atau
3. Subjek pajak hanya menguasai dan tidak memiliki kendaraan bermotor (Basir, 2018).

#### 3) *Tangible* (Bukti Fisik)

Menurut Sunyoto dan Fatonah dalam skripsi Ratnah dan Muljadi (2018:39) *Tangible* atau berwujud yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Ratnah & Muljadi, 2018). Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Menurut Tjiptono dalam Jayanti (2017:17) berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan (Jayanti, 2016).

(Parasuraman, 2001: 32) Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan. Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan (Parasuraman & A, 2001).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu menurut Adnyana dalam Ratnah dan Muljadi (2018) bahwa *tangible* (bukti fisik) seperti peralatan dan perlengkapan pada Samsat sangat mempengaruhi kepuasan wajib pajak (Ratnah & Muljadi, 2018).

#### 4) *Empathy* (Empati)

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut.

Berarti empati dalam suatu organisasi kerja menjadi sangat penting dalam memberikan suatu pelayanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani.

#### 5) *Reliability* (Keandalan)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001: 48) (Parasuraman & A, 2001).

Kaitan dimensi pelayanan *reliability* (kehandalan) merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja suatu organisasi. Kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja.

#### 6) Kepuasan Pelanggan

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Menurut Sabran (2010:177) menyatakan bahwa Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Sabran, 2010).

PJ. Johnson dalam Purwoko (2000:208) kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. senang atau kecewa atas perlakuan atau pelayanan yang diterima,
  2. mengeluh atau berharap atas perlakuan yang semestinya diperoleh,
  3. Tidak membenarkan atau menyetujui sesuatu yang bertautan dengan kepentingannya,
  4. menghendaki pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima.
- Syarat dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan diketahui dari adanya sikap: senang, sering berkunjung, memberitahu temannya, dan memberikan solusi atas apa yang dirasakan atas pelayanannya (B. A., 2000).

### D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha1: *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar

Ha2: *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar

Ha3: *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar

Ha4: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar.

Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test, yaitu: Ha: Ada pengaruh *Tangible, Empathy dan Reliability* secara simultan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar. Ha diterima, jika F-hitung > F-tabel berarti masing-masing variabel *Tangible, Empathy dan Reliability* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Wajib Pajak, Ha ditolak, Jika F-hitung < F-tabel berarti masing-masing variabel *Tangible, Empathy dan Reliability* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Wajib Pajak.

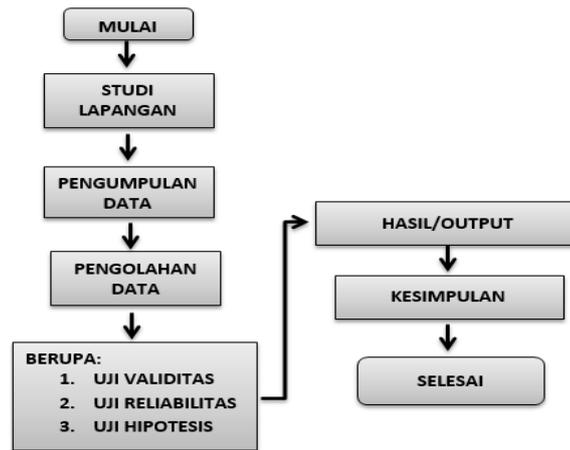
## III. METODE PENELITIAN

### A. Waktu & Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Agustus 2019. Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian dilaksanakan yaitu pada Kantor Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Wilayah I Makassar yang beralamat di JL. Mappanyukki No. 70 Telp. (0411) 876654, 8766658 (Samsat) Makassar Kode Pos 90125.

### B. Diagram Alir Penelitian

Untuk dapat memudahkan penulis dalam melakukan penelitian, maka dianggap perlu untuk membuat diagram alir sebagai bahan acuan untuk dapat melakukan penelitian ini. Adapun diagram alir penelitiannya sebagai berikut;



Gambar III. I Diagram Alir Penelitian.

### C. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis data yang digunakan

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Adapun pengertian data kuantitatif yaitu : Jenis data penelitian kuantitatif Menurut Sugiyono (2017:14) merupakan jenis data penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa data dalam bentuk tabulasi hasil jawaban responden kemudian dilakukan analisis data. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini kuesioner yang disebar pada wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar.

#### 2. Sumber data yang digunakan

- a) Data Primer, data yang diperoleh langsung dari responden (objek penelitian) yaitu wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Makassar melalui dokumentasi dan data kuesioner dalam bentuk tabulasi hasil jawaban responden kemudian dilakukan analisis data.
- b) Data Sekunder, data yang diperoleh dari literatur baik berupa jumlah wajib pajak kendaraan bermotor pada Kantor Samsat Makassar tahun 2016-2018, buku-buku yang membahas tentang kualitas layanan, pemasaran relasional dan kepuasan wajib pajak. Data ini diperoleh antara lain melalui studi kepustakaan, bahan perkuliahan, laporan-laporan tentang tugas.

### D. Prosedur Pengambilan Data & Sampel

Adapun prosedur pengambilan data yang dilakukan untuk penelitian ini antara lain:

- a) Penelitian Lapangan, dengan cara: Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
- b) Penelitian Pustaka, yaitu melakukan penelusuran dan pengumpulan data yang dibutuhkan dalam mendukung penelitian.

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik simple random sampling. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak di Samsat Kota Makassar.

### E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel *tangible* ( $X_1$ ), variabel *empathy* ( $X_2$ ), variabel *reliability* ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan wajib pajak ( $Y$ ).

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Uji Validitas

Uji validitas yaitu teknik korelasi Pearson Product Moment ( $r$ ), yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total. Item dinyatakan valid jika nilai  $r$ -hitung yang merupakan nilai dari Corrected Item-

Total Correlation lebih besar dari r- tabel pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Besar r- tabel untuk taraf signifikansi 0,05 pada n=97 adalah 0,195. Berikut adalah tabel hasil uji validitas variabel penelitian.

Tabel IV- 1 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Persepsi <i>Tangible</i>	P1	0,710	0,195	Valid
	P2	0,609	0,195	Valid
	P3	0,685	0,195	Valid
	P4	0,660	0,195	Valid
	P5	0,727	0,195	Valid
Persepsi <i>Empathy</i>	P1	0,710	0,195	Valid
	P2	0,895	0,195	Valid
	P3	0,918	0,195	Valid
	P4	0,838	0,195	Valid
	P5	0,856	0,195	Valid
Persepsi <i>Reliability</i>	P1	0,843	0,195	Valid
	P2	0,807	0,195	Valid
	P3	0,875	0,195	Valid
	P4	0,894	0,195	Valid
	P5	0,866	0,195	Valid
Kepuasan Wajib Pajak	P1	0,656	0,195	Valid
	P2	0,727	0,195	Valid
	P3	0,762	0,195	Valid
	P4	0,862	0,195	Valid
	P5	0,797	0,195	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss 22.00, 2019

Berdasarkan tabel IV-1 hasil uji validitas penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi *Tangible*, persepsi *Empathy*, persepsi *Reliability* dan Kepuasan Wajib Pajak adalah Valid Hal ini dapat dilihat dari nilai masing-masing item pertanyaan memiliki nilai R-hitung yang lebih besar dari 0,195, sehingga seluruh item pertanyaan yang terkait dengan pengukuran persepsi *Tangible*, persepsi *Empathy*, persepsi *Reliability* dan Kepuasan Wajib Pajak dapat digunakan dalam penelitian ini.

### B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. pengujian dilakukan dengan menggunakan koefisien cronbach's alpha. Sekaran (2013:311), menyatakan cara mengukur reliabilitas dengan cronbach's alpha adalah sebagai berikut:

1. jika cronbach's alpha kurang dari 0,60 maka reliabilitas dikatakan buruk
2. jika cronbach's alpha 0,60 sampai 0,77 maka reliabilitas diterima
3. jika cronbach's alpha lebih dari 0,80 maka reliabilitas dikatakan baik (Sekaran, Uma, & Bougie, 2013)

Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas atas variabel-variabel penelitian.

Tabel IV- 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X <sub>1</sub>	0,767	Reliabel
X <sub>2</sub>	0,815	Reliabel
X <sub>3</sub>	0,818	Reliabel
Y	0,794	Reliabel

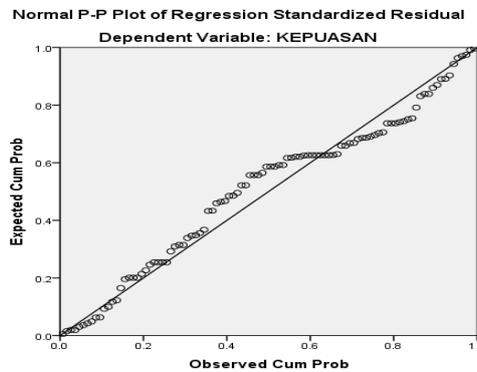
Sumber: Data Primer yang diolah, spss 22.00, 2019

Berdasarkan tabel IV-2 hasil uji reliabilitas variabel penelitian, dapat diketahui bahwa koefisien cronbach's alpha persepsi *Tangible*, persepsi *Empathy*, persepsi *Reliability* dan Kepuasan Wajib Pajak cronbach's alpha lebih dari 0,80 maka reliabilitas dikatakan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas diterima.

### C. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan distribusi pada grafik P-P plot. Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22:

Gambar IV-1 Uji Normalitas



Sumber: Data Primer yang diolah, spss 22.00, 2019

Berdasarkan gambar IV-1, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal ini menunjukkan bahwa pola distribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik P-P plot, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### D. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Tangible, Empathy, Reliability* terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Berikut merupakan gambar hasil uji regresi linier berganda yang sekaligus dapat menunjukkan persamaan regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak.

Tabel IV- 3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.148	1.351		1.590	.115
<i>Tangible</i>	-.181	.068	-.171	-2.658	.009
<i>Empathy</i>	.683	.117	.669	5.848	.000
<i>Reliability</i>	.340	.125	.294	2.727	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 22.00

Berdasarkan gambar IV.3, persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e$$

$$Y = 2,148 - 181X_1 + 683X_2 + 340X_3$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2,148 jika *Tangible, Empathy* dan *Reliability* bernilai 0 maka besarnya tingkat Kepuasan Wajib Pajak konsumen yang terjadi adalah sebesar 2,148.
- Variabel *Tangible* mempunyai nilai -0,181 artinya bahwa setiap terjadi kenaikan *Tangible* sebesar 1%, maka kepuasan wajib pajak akan mengalami penurunan sebesar 18,1%. Dengan asumsi variabel lain tetap.
- Variabel *Empathy* mempunyai nilai 0,683 artinya bahwa setiap terjadi kenaikan *Empathy* sebesar 1%, maka kepuasan wajib pajak akan mengalami peningkatan sebesar 68,3%. Dengan asumsi variabel lain tetap.
- Variabel *Reliability* mempunyai nilai 0,340 artinya bahwa setiap terjadi kenaikan *Reliability* sebesar 1%, maka kepuasan wajib pajak akan mengalami peningkatan sebesar 34,0%. Dengan asumsi variabel lain tetap.

### E. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat apakah bukti fisik (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), benar-benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan wajib pajak. Hasil perhitungan  $R^2$  dapat dilihat dari tabel berikut ini

Tabel IV- 4 Hasil uji Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 <sup>a</sup>	.728	.720	2.03713

a. Predictors: (Constant), *Tangible, Empathy, Reliability*

b. Dependent Variabel: Kepuasan wajib pajak

Sumber: Data Primer yang diolah, Spss 22.00

Berdasarkan tabel IV-4 koefisien determinasi, diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang diperoleh sebesar 0,720 atau 72%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase persepsi *Tangible, Empathy, Reliability* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Kepuasan Wajib Pajak adalah sebesar 72% , sementara 28% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

### F. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data yang dengan menggunakan program SPSS 22.00 maka dapat dihasilkan sebagai berikut;

Tabel IV- 5 Hasil UJI F (Simultan)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1066.450	3	355.483	85.661	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	398.390	96	4.150		
Total	1464.840	99			

a. Dependent Variabel: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), *Reliability, Tengible, Empathy*

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 22.00

Berdasarkan tabel IV-5, dapat diketahui bahwa F-hitung = 85,661 sehingga memenuhi kriteria bahwa  $H_a$  diterima jika F-hitung (85,661) > F-tabel (2,699) dan nilai sig. (0,000) < 0,05. Hal ini berarti variabel yang terdiri dari *Reliability, Tengible* dan *Empathy* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

### G. Uji T (Uji Parsial)

Untuk menguji seberapa besar hubungan variabel-variabel independen yang meliputi *Tangible* (X1), *Empathy* (X2) dan *Reliability* (X3) terhadap Kepuasan Wajib Pajak digunakan uji T.

Tabel IV- 6 Hasil UJI T (Uji Parsial)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.148	1.351		1.590	.115
<i>Tengible</i>	-.181	.068	-.171	2.658	.009
<i>Empathy</i>	.683	.117	.669	5.848	.000
<i>Reliability</i>	.340	.125	.294	2.727	.008

a. Dependent Variabel: Kepuasan

Berdasarkan kriteria tersebut maka dapat dijelaskan masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1) Variabel *Tangible*  
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk Variabel *Tangible* menunjukkan nilai  $t = (2,658) > T \text{ tabel} = (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar 0,009. dilihat dari nilai sig (0,009) lebih kecil dari 0,05. Maka  $H_0$  diterima, artinya *Tangible* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.
- 2) Variabel *Empathy*  
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk Variabel *Empathy* menunjukkan nilai  $t = (5,848) > T \text{ tabel} = (1,984)$  dengan nilai signifikan 0,000. Dilihat dari nilai sig (0,000) lebih kecil dari 0,05. Maka  $H_0$  diterima, artinya *Empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.
- 3) Variabel *Reliability*  
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk Variabel *Reliability* menunjukkan nilai  $t = (2,727) > T \text{ tabel} = (1,984)$  dengan nilai signifikan 0,008. Dilihat dari nilai sig (0,008) lebih kecil dari 0,05. Maka  $H_0$  diterima, artinya *Reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

## V. KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat senang atau senang.

Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati atau perhatian (*empathy*), bukti fisik yang diterima atau fasilitas yang nyata, serta pemberian pelayanan yang cepat dan tepat dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

*Tangible* (bukti fisik) merupakan Suatu kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi. *Tangible* (bukti fisik) seperti peralatan dan perlengkapan pada Samsat sangat mempengaruhi kepuasan wajib pajak. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel *Tangible* menunjukkan adanya pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Empati (*Empathy*) merupakan Kesiediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel *empathy* menunjukkan adanya pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Keandalan (*Reliability*), merupakan kecakapan dalam memberikan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan yang meliputi waktu dan kecakapan dalam menangani pelanggan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel *Reliability* menunjukkan adanya pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Variabel *Tangible, Empathy, dan Reliability* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Variabel X (*tangible, Empathy, dan Reliability*) terhadap variabel Y (Kepuasan Wajib Pajak) Samsat Kota Makassar. Variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Wajib Pajak adalah Variabel *Empathy* yang menunjukkan nilai  $t = (2,727)$ . Hal ini menunjukkan bahwa dalam pelayanan Samsat Kota Makassar telah mampu memberikan *Empathy* yang berkualitas kepada wajib pajak.

### B. Saran

1. Bagi Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kota Makassar,
  - a. Sebaiknya Samsat Kota Makassar dapat meningkatkan Variabel *Tangible dan Empathy*, karena dari hasil penelitian lapangan yang dilakukan oleh Peneliti, pada Variabel *Tangible* (Bukti Fisik) wajib pajak Samsat Kota Makassar masih merasa kurang puas terhadap lokasi Samsat Kota Makassar yang masih belum dikatakan strategis, hal ini ditandai dengan tidak dijangkaunya akses seperti angkutan umum dan tempat parkir belum memadai.
  - b. Sebaiknya variabel yang sudah baik seperti Variabel *Reliability* dapat dipertahankan dan ditingkatkan oleh pegawai Samsat Makassar khususnya dalam memberikan gambaran tentang *Tangible, Empathy, dan Reliability* yang baik di Samsat Kota Makassar kepada wajib pajak.
2. Peneliti Selanjutnya
  - a. Diharapkan dapat melakukan pengukuran variabel- variabel dalam penelitian ini pada Samsat Kota Makassar secara kualitatif.

- b. Diharapkan dapat menambah/menggunakan variabel independen lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Wajib Pajak, agar penelitian lebih lengkap sehingga penelitian yang dilakukan dapat berkembang.

## VI. REFERENSI

- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. (2009).
- B. A., P. (2000). *Kepuasan dan Loyalitas: Perspektif Kualitas Layanan*. Jakarta: Komuika Jaya Pratama.
- Basir. (2018). Kualitas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Wilayah Gowa.
- Hadiana. (2015). Pengaruh *Tangible* dan *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen yang Menggunakan Bus Trans Metro Bandung pada Dinas Perhubungan Kota Bandung.
- Jayanti. (2016). Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta.
- Kurniati. (2018). Pengaruh *Reliability* Dan *Tangible* Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kapal Di Pelabuhan Tanjung Mas Semarang.
- Parasuraman, & A, V. (2001). (*Diterjemahkan oleh Sutanto*) *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.
- Peraturan Daerah Sulawesi Selatan Nomor 10 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah. (n.d.).
- Pratiwi, A. A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor (studi pada Samsat Kota Makassar). *Skripsi tanpa Bab Pembahasan*.
- Rahayu, & Suhayati. (2010). *Perpajakan Teori dan Tekhnis Perhitungan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ratnah, & Muljadi. (2018). Pengaruh *Tangible* Dan *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Pada Layanan Samsat Keliling Balaraja Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Jpsb, 1*.
- Sabran. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach Sixth Edition*. Southern Illinois University at Carbondale: Hohn Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. BANDUNG: ALFABETA.