

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Bumi dan Bangunan
Terhadap Kepuasan Konsumen di Badan Pendapatan
Daerah Kabupaten Sikka**

***The Influence of Land and Building Tax Service Quality on Consumer Satisfaction
at the Sikka Regency Regional Revenue Agency***

Yoseph Reo Arnoldus^a

Muhammad Supriyadi^b

Eliza Oktaliana Sari^c

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahakarya Asia

**ARTICLES
INFORMATION**

E B B A N K

Vol. 14, No. 2, Desember 2024

Halaman : 39 -52

© LP3M STIEBBANK

ISSN (online) : 2442 - 4439

ISSN (print) : 2087 - 1406

Keywords :

*Tangible, Responsiveness,
Assurance, Empathy,
Reliability, consumer
satisfaction, Regional revenue
agency.*

JEL classifications :

Contact Author :

^a yosepharnoldus23@gmail.com,

^b mohpri96@email.com,

^c elizaoktaliana@gmail.com

ABSTRACT

Many people complain about several problems related to tax services at the Sikka Regency Regional Revenue Agency. Therefore, this research was carried out with the aim of finding out the influence of the quality of land and building tax services on consumer satisfaction at the Sikka Regency Regional Revenue Agency.

This research uses quantitative methods, data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who were residents of Sikka Regency. The data analysis method used in this research is multiple linear regression test, t test, coefficient of determination and F test.

Based on the results of the hypothesis test, it was concluded that all Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empathy and Reliability variables had a significant effect on consumer satisfaction at the Sikka Regency Regional Revenue Agency. Likewise, the results of the F test show that the variables Tangible, Responsiveness, Assurance, Empathy and Reliability simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at the Sikka Regency Regional Revenue Agency

PENDAHULUAN

Pemerintah pada dasarnya dibuat untuk memberikan perlindungan dan kesejahteraan kepada masyarakat dengan memberikan pelayanan yang bisa membuat masyarakat merasa puas dan tidak tertekan. Untuk menjalankan perannya maka dari itu besar atau kecilnya anggaran suatu pemerintahan sangat berpengaruh pada kekuatan pemerintahan suatu negara.

Dalam memenuhi anggaran perekonomian Indonesia, Pemerintah bisa mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijakan pajak bagi masyarakat. Salah satu jenis pajak yang menjadi sumber pemasukan untuk suatu pemerintahan adalah Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Pajak Bumi dan Bangunan itu sendiri merupakan suatu iuran negara yang dikenakan pada bumi dan bangunan atau yang bersifat kebendaan seperti segala jenis bangunan dan tanah yang diatur berdasarkan undang-undang yang berlaku.

Tingkat kepuasan wajib pajak juga dipengaruhi oleh beberapa hal seperti *Tangibles* (bukti langsung) yaitu berupa tampilan fisik fasilitas, perlengkapan dan meterial yang digunakan serta penampilan karyawan, *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang akurat bagi wajib pajak, *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan sopan, *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap dan *Empaty* (empati) yaitu kemudahan karyawan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dalam memahami kebutuhan wajib pajak.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di kantor Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara timur. Kantor ini merupakan pusat dari segala jenis data dan laporan pendapatan dari aset-aset daerah di kabupaten Sikka. Di kantor ini juga merupakan pusat pembayaran pajak masyarakat dimana setiap harinya selalu banyak data dan laporan tentang pajak berdatangan baik itu melalui perantara pihak notaris maupun personal. Salah satu bidang di kantor ini yang menarik untuk diteliti adalah di bidang Pelayanan dimana bidang ini merupakan satu bidang yang bekerja rangkap dengan dua bidang lainnya yang dijalankan bersamaan yaitu bidang pembukuan dan pendaftaran. Tidak sedikit masyarakat mengeluh tentang beberapa permasalahan terkait dengan pelayanan pajak yang mereka dapatkan di kantor ini. Ada beberapa permasalahan yang dikeluhkan masyarakat seperti, kesalahan yang meliputi perbedaan luas tanah di Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT) dengan luas aslinya berbeda yang menimbulkan jumlah pajak akan tanah tersebut tidak sesuai dengan seharusnya dibayar. Selain itu ada juga masalah wajib pajak yang keberatan dengan jumlah Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) yang menurutnya terlalu besar, hal ini menjadi pertimbangan bagi pihak karyawan untuk bisa memberikan keringanan jika wajib pajak tersebut mengalami beberapa kendala terkait perekonomiannya. Hal ini semakin menarik perhatian penulis ketika menjalankan praktek kerja lapangan sekaligus melakukan penelitian karena kebetulan ditempatkan di bidang pelayanan ini.

Berdasarkan uraian yang penulis cantumkan diatas, maka dapat diajukan sebuah penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BADAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN SIKKA”.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikumoto, 2006). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2005:174) *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak kepada anggota populasi tanpa memperhatikan strata yang ada. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Sikka. Waktu ini mencakup tahap perencanaan, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan hasil penelitian. Metode pengumpulan data ini merupakan dengan menggunakan kuesioner. Responden dapat diakses melalui media sosial seperti whatsapp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, responden yang dijadikan sebagai sampel adalah seluruh masyarakat Kabupaten Sikka yang melakukan pembayaran atau urusan lainnya berkaitan dengan pajak bumi dan bangunan di Badan Pendapatan daerah kabupaten Sikka. Sampel yang akan digunakan berjumlah 100 orang responden yang secara rinci dikelompokkan berdasarkan usia dan jenis kelamin. Dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 45 orang (45%) dan sisanya Perempuan sebanyak 55 orang (55%).

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas X₁ (*Brand Image*)

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas X₁ (*Tangibles*)

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
X1.1	0,881	0,196	Valid
X1.2	0,939	0,196	Valid
X1.3	0,908	0,196	Valid
X1.4	0,926	0,196	Valid

Hasil Uji Validitas X₂ (*Responsiveness*)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X₂ (*Responsiveness*)

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
X2.1	0,941	0,196	Valid
X2.2	0,948	0,196	Valid
X2.3	0,919	0,196	Valid
X2.4	0,892	0,196	Valid

Hasil Uji Validitas X₃ (*Assurance*)

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas X₃ (*Assurance*)

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
X3.1	0,918	0,196	Valid
X3.2	0,926	0,196	Valid
X3.3	0,891	0,196	Valid
X3.4	0,910	0,196	Valid

Hasil Uji Validitas X₄ (*Empaty*)

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas X₄ (*Empaty*)

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
X4.1	0,925	0,196	Valid
X4.2	0,912	0,196	Valid
X4.3	0,882	0,196	Valid
X4.4	0,901	0,196	Valid

Hasil Uji Validitas X₅ (*Reliabilility*)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas X₅ (*Reliabilility*)

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
X5.1	0,900	0,196	Valid
X5.2	0,863	0,196	Valid
X5.3	0,926	0,196	Valid
X5.4	0,872	0,196	Valid

Hasil Uji Validitas Y (Kepuasan Konsumen)**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Y (Kepuasan Konsumen)**

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
Y1.1	0,908	0,196	Valid
Y1.2	0,911	0,196	Valid
Y1.3	0,902	0,196	Valid
Y1.4	0,903	0,196	Valid
Y1.5	0,897	0,196	Valid
Y1.6	0,865	0,196	Valid
Y1.7	0,869	0,196	Valid
Y1.8	0,868	0,196	Valid

Hasil observasi pada r Tabel memperoleh nilai sampel (N) = 100 sebesar 0,1966. Hasil uji validitas menghasilkan semua instrumen mulai dari variabel *Tangibles* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Assurance* (X_3), *Empaty* (X_4), *Reliability* (X_5) dan Kepuasan konsumen (Y), semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > dari r Tabel sebesar 0,1966. Maka, disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabel**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Perbandingan	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X_1)	0,933	0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X_2)	0,944	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i> (X_3)	0,932	0,60	Reliabel
<i>Empaty</i> (X_4)	0,926	0,60	Reliabel
<i>Reliability</i> (X_5)	0,913	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,962	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan kuisioner pada setiap variabel X dan Y memiliki hasil *Cronbach's Alpha* yang lebih besar daripada 0,60 dan dinyatakan reliabel.

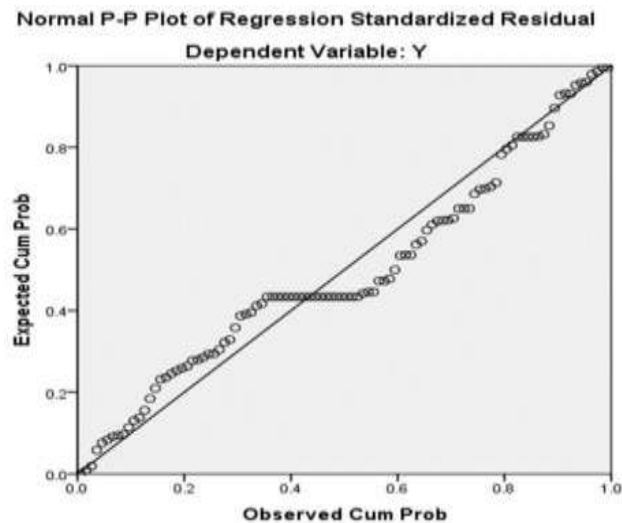
Uji Asumsi**Klasik Uji****Normalitas****Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76575139
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.084
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* pada Tabel 4.10 diatas. Hasil uji menunjukan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Hasil ini menunjukan bahwa nilai Asymp.Sig (2- tailed) $0,200 > 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa distribusi data residual regresi yaitu normal.

Gambar 4.5 Grafik P-P Plot Regression



Berdasarkan gambar grafik P-P Plot Regression diatas, sebaran titik distribusi data mengikuti garis diagonal dan tidak ada yang menyimpang terlalu jauh, ini menunjukan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1 (Tangibles)	.079	12.871
X2 (Responsiveness)	.055	14.096
X3 (Assurance)	.095	10.523
X4 (Empaty)	.089	11.194
X5 (Reliability)	.091	10.999

- Dependent Variable: kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* pada variabel X diatas $> 0,01$ dengan nilai VIF < 10 . Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa diantara variabel bebas tidak ada multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.721	.795		.908	.366
Tangibles (X1)	.146	.130	.298	1.124	.264
Responsiveness (X2)	.197	.138	.435	1.426	.157
Assurance (X3)	.008	.145	.018	.056	.955
Empaty (X4)	.037	.147	.085	.250	.803
Reliability (X5)	.029	.144	.068	.202	.840

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas diketahui bahwa semua variabel bebas memiliki signifikan lebih dari 0,05 karena probabilitas yang dimiliki lebih besar dari 5% (0,05). Diketahui bahwa variabel *Tangibles* (X1) memiliki signifikan 0,264, Variabel *Responsiveness* (X2) memiliki signifikan 0,157, Variabel *Assurance* (X3) memiliki signifikan 0,955, Variabel *Empaty* (X4) memiliki signifikan 0,803 dan variabel *Reliability* (X5) memiliki signifikan 0,840. Dari hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai hasil uji melebihi dari nilai standar signifikansi 0,05 sehinggah hasil menunjukkan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.014	1.193		.850	.000
Tangibles (X1)	.547	.195	.254	2.802	.006
Responsiveness (X2)	.689	.207	.346	3.325	.001
Assurance (X3)	.537	.148	.239	2.171	.002
Empaty (X4)	.588	.220	.329	2.854	.004
Reliability (X5)	.569	.217	.301	2.626	.003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil hitungan pada tabel 4.13 diatas, bahwa besar hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat terlihat pada variabel *Responsiveness* (X2) dengan nilai 0,689, kemudian diikuti oleh *Empaty* (X4) dengan nilai 0,588, kemudian variabel *Reliability* (X5) dengan nilai 0,569, kemudian variabel *Tangibles* (X1) dengan nilai 0,547 dan variabel dengan nilai paling kecil adalah variabel *Assurance* (X3) dengan nilai 0,537. Dengan demikian persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 1.014 + 0,547 (X_1) + 0,689 (X_2) + 0,537 (X_3) + 0,588 (X_4) + 0,569 (X_5)$$

1. Nilai konstanta adalah besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh dari variabel independen (X). Nilai konstanta yang dihasilkan dalam penelitian kali ini adalah 1.014, artinya besar kepuasan konsumen dalam memperoleh pelayanan pajak bumi dan bangunan tanpa adanya ketersediaan variabel-variabel pelayanan adalah sebesar 1.014.
2. 0,547= B1 koefisien regresi X1 hal ini menunjukkan bahwa apabila dalam penggunaan pelayanan pajak bumi dan bangunan, variabel *Tangibels* meningkat satu-satuan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,547.
3. 0,689= B2 koefisien regresi X2 hal ini menunjukkan bahwa apabila dalam penggunaan pelayanan pajak bumi dan bangunan, variabel *Responsiveness* meningkat satu-satuan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,689.
4. 0,537= B3 koefisien regresi X3 hal ini menunjukkan bahwa apabila dalam penggunaan pelayanan pajak bumi dan bangunan, variabel *Assurance* meningkat satu-satuan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,537.
5. 0,588= B4 koefisien regresi X4 hal ini menunjukkan bahwa apabila dalam penggunaan pelayanan pajak bumi dan bangunan, variabel *Empaty* meningkat satu-satuan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,588.
6. 0,569= B5 koefisien regresi X5 hal ini menunjukkan bahwa apabila dalam penggunaan pelayanan pajak bumi dan bangunan, variabel *Reliability* meningkat satu-satuan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,569.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.14 Hasil Koefisien determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.942 ^a	.888	.882	1.812

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X3, X4

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa, besarnya koefisien detrmniasi R² adalah 0,882 yang artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat sebesar 88,2% dan sisanya 11,8% dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dlam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.014	1.193		.850	.000
	Tangibles (X1)	.547	.195	.254	2.802	.006
	Responsiveness (X2)	.689	.207	.346	3.325	.001
	Assurance (X3)	.537	.148	.239	2.171	.002
	Empaty (X4)	.588	.220	.329	2.854	.004
	Reliabiliy (X5)	.569	.217	.301	2.626	.003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 diatas diperoleh t hitung untuk X1 (*Tangibles*) sebesar 2,802, X2

(*Responsiveness*) sebesar 3,325, X3 (*Assurance*) sebesar 2,171, X4 (*Empaty*) sebesar 2,854 dan X5 (*Reliability*) sebesar 2,626. Diketahui tingkat signifikansi adalah 0,05 maka hasil dari variabel bebas sebagai berikut:

1. *Tangibles* (X1)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa *Tangibles* (bukti fisik) memiliki nilai t hitung sebesar 2,802 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Tangibles* atau bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. *Responsiveness* (X2)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki nilai t hitung sebesar 3,325 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. *Assurance* (X3)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa *Assurance* (jaminan) memiliki nilai t hitung sebesar 2,171 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. *Empaty* (X4)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa *Empaty* (empati) memiliki nilai t hitung sebesar 2,854 dan nilai signifikansi sebesar 0,004. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel *Empaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. *Reliability* (X5)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa *Reliability* (keandalan) memiliki nilai t hitung sebesar 2,626 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji F (Simultan)

Tabel 4.16 Hasil uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2443.920	5	488.784	148.851	.000 ^b
Residual	308.670	94	3.284		
Total	2752.590	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X3, X4

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16 diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 148.851 dengan nilai sig. = 0,000. Berdasarkan tabel F dengan tingkat signifikan 0,05 diketahui bahwa F tabel dengan df 1 (k-1) = 5-1 = 4 dan df 2 (n-k-4) = (100-5-4) = 91, sehingga nilai F tabel = 2,472 hal ini mengartikan bahwa F hitung > F tabel dengan nilai $148.851 > 2,472$ maka disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak artinya semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen

Tangibles (Bukti fisik) disini dimaksud adalah berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan serta penampilan dari karyawan juga termasuk di dalamnya.

Hal ini sesuai dengan ungkapan atau pendapat tentang lima dimensi kualitas pelayanan yang dikutip oleh Lupiyoadi (2006:182) menurutnya *tangibles* merupakan salah satu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan keberadaanya kepada pihak eksternal melalui sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya sebagai bukti nyata untuk kenyamanan pelayanan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa *Tangibles* memiliki nilai t hitung sebesar 2,802 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,006 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori diatas juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pungkiwati (2018) yang berjudul “Pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan masyarakat (Studi pada pembayaran PBB di badan pelayanan pajak daerah kota Malang)”. Hasil penelitian memiliki kesamaan dimana menunjukkan variabel *Tangibles* (bukti langsung) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pajak bumi dan bangunan.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen

Responsiveness merupakan daya tanggap keinginan para *staff* atau karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan sigap dan cepat tanggap.

Banyak teori yang menjelaskan tentang variabel ini salah satunya diungkap oleh (Steven Darwin et, al., 2014) menyatakan bahwa *Responsiveness* merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan jasa dengan cepat, menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan dan keluhan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa *Responsiveness* memiliki nilai t hitung sebesar 3,325 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil uji penelitian dan teori serta hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Musoddaq (2017) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap terhadap kepuasan wajib pajak (Studi pengurusan PBB perdesaan dan perkotaan di dinas pendapatan kabupaten Jember) hasil penelitian memiliki kesamaan dimana menunjukkan variabel *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pajak bumi dan bangunan.

Pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan konsumen

Assurance merupakan jaminan akan kepercayaan berupa sesuatu keahlian yang harus dan wajib dimiliki para *staff* atau karyawan berupa kemampuan, pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya para karyawan serta bebas dari bahaya atau resiko dan keragu-raguan.

Pengaruh *Assurance* juga diungkapkan oleh Zeithaml et, al (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1977) mengatakan bahwa *Assurance* (jaminan) merupakan jaminan kepada pelanggan, mencakup kemampuan,

kesopanan-santunan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya atau resiko keragu-raguan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa *Assurance* memiliki nilai t hitung sebesar 2,171 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori diatas juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pungkiwati (2018) yang berjudul “Pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan masyarakat (Studi pada pembayaran PBB di badan pelayanan pajak daerah kota Malang)”. Hasil penelitian memiliki kesamaan dimana menunjukkan variabel *Assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pajak bumi dan bangunan.

Pengaruh *Empaty* terhadap kepuasan konsumen

Empaty merupakan sesuatu perasaan atau pemahaman yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Variabel yang tidak kalah penting dalam kualitas pelayanan adalah *Empaty* hal ini dikutip oleh Lupiyoadi (2006:182) menurutnya *Empaty* merupakan kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan pelanggan dan menghargai pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa *Empaty* memiliki nilai t hitung sebesar 2,854 dan nilai signifikansi sebesar 0,004. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil uji penelitian dan teori serta hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Musoddaq (2017) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap terhadap kepuasan wajib pajak (Studi pengurusan PBB perdesaan dan perkotaan di dinas pendapatan kabupaten Jember) hasil penelitian memiliki kesamaan dimana menunjukkan variabel *Empaty* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pajak bumi dan bangunan.

Pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan konsumen

Reliabilility atau keandalan merupakan sesuatu yang berkenan dengan kemampuan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

Menurut pemahaman yang diungkapkan oleh (Steven Darwin et, al., 2014) tentang *Reliability*, beliau menyatakan bahwa *Reliabilility* merupakan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga.

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa *Reliabilility* memiliki nilai t hitung sebesar 2,626 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori diatas juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pungkiwati (2018) yang berjudul “Pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan masyarakat (Studi pada pembayaran PBB di badan pelayanan pajak daerah kota Malang)”. Hasil penelitian memiliki kesamaan dimana menunjukkan variabel *Reliability* (Keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pajak bumi dan bangunan.

Pengaruh *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empaty* dan *Reliabilility* terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai atau hasil semua variabel independen *Tangibles* (0,006), *Responsiveness* (0,001), *Assurance* (0,002), *Empaty* (0,004) dan *Reliabilility* (0,003) memiliki nilai hitung yang lebih kecil dari 0,05 hasil ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori diatas juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pungkiwati (2018) yang berjudul “Pengaruh tingkat pelayanan terhadap kepuasan masyarakat (Studi pada pembayaran PBB di badan pelayanan pajak daerah kota Malang)”. menunjukkan bahwa variabel *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empaty* dan *Reliabilility* secara signifikan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen

Kesimpulan

Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pajak bumi dan bangunan terhadap kepuasan konsumen di kabupaten Sikka. Pembahasan serta analisis data telah dilakukan dan juga sudah dijelaskan semuanya pada bab sebelumnya, sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Tangibles* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan (PBB).
2. Variabel *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan (PBB).
3. Variabel *Assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan (PBB).
4. Variabel *Empaty* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan (PBB).
5. Variabel *Reliablility* (keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan (PBB).
6. Variabel indepeden (*Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empaty dan Reliablility*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan (PBB).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (1998). Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian. Hal. 67.
- Arikunto. (2002). Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau sah tidaknya suatu data. Menurut. Hal. 144.
- Arikunto. (2006). Pengertian dari Metode penelitian deskriptif kuantitatif.
- BAPENDA, R. P. (25 Januari 2021). Perubahan Rencana Strategi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sikka.
- Bitner, Z. d. (2012). Definisi Kepuasan Pelanggan. Hal. 19.
- Crosby. (1979). Pengertian kualitas. *Conformance to Requirement*, Hal. 58. et.al, Zeithmal. (2008). Kualitas pelayanan adalah. (Hal. 88). Laksana.
- Ghozali. (2009). Pemahaman Uji Reliabilitas.
- Ghozali. (2009). uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuisioner. Ghozali. (2016). Uji Normalitas memiliki pengujian distribusi normal atau tidak.
- Gravis dan Davis, N. (2004). Pengertian Kualitas. Hal. 41. Hardiyansah. (2011). Teori ilmu administrasi negara. hal. 10.
- Ibrahim. (2008). Indikator Operasional Variabel Kualitas Pelayanan. Istijanto. (2009). Pengertian Data Primer
- Kerlinger. (2006). Definisi Operasional adalah spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur sebuah variabel.
- Kotler. (2013). Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. (Hal. 228). Lupiyoadi.
- LAN), L. A. (2011). Pelayanan yang berkualitas. Hal. 36. Kotler. (2018). Pengertian Pelayanan. (Hal. 85). Laksana.
- Kuncoro. (2003). Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi. Hal. 1070.
- Mardiasmo. (n.d.). pengertian pajak.
- Moenir. (2015). Pelayanan adalah proses pemenuhan aktivitas kebutuhan orang lain. Hal. 17.
- Ahmad musoddaq (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan wajib pajak (Studi pengurusan PBB perdesaan dan perkotaan di dinas pendapatan kabupaten Jember). Universitas Jember.
- Setiadi. (2013). Rumus Slovin.
- Nasution. (2004). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diandalkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan . Hal.47.
- Undang-undang No.28, (2007). Pengertian pajak. Ketentuan umum dan tata cara perpajakan (KUP). Pengertian dari Populasi. (2010). Hal. 115.
- I Gusti Ayu tri Pungkiwati, (2018). Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat. Malang. Saefullah. (2008). Pelayanan Publik. Upaya memahami sikap dan kepentingan publik.
- Siagian. (2001). Fungsi Pengaturan dan Pelayanan terhadap segi kehidupan, Hal. 128-129.

Soemahamidjaja, S. (2006). Pengertian pajak.

Sugiyono. (2005). Teknik Pengambilan sampel. Simple Random Sampling, Hal. 174. Sugiyono. (2010). Pengertian Populasi. Hal. 115.

Sugiyono. (2018). Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data langsung kepada pengumpul data . Hal. 456.

Sugiyono. (2018). Data Sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Suparlan. (2010). Pengertian Pelayanan. Hal. 35.

Undang-undang no.12 Tahun 1985 (1994). Pengertian pajak bumi dan bangunan. Zeithmal. (2011). Definisi Operasional Variabel kualitas pelayanan. Hal. 40. (Nasution), D. (2004). Kualitas merupakan. Hal. 41

----- halaman ini sengaja dikosongkan -----